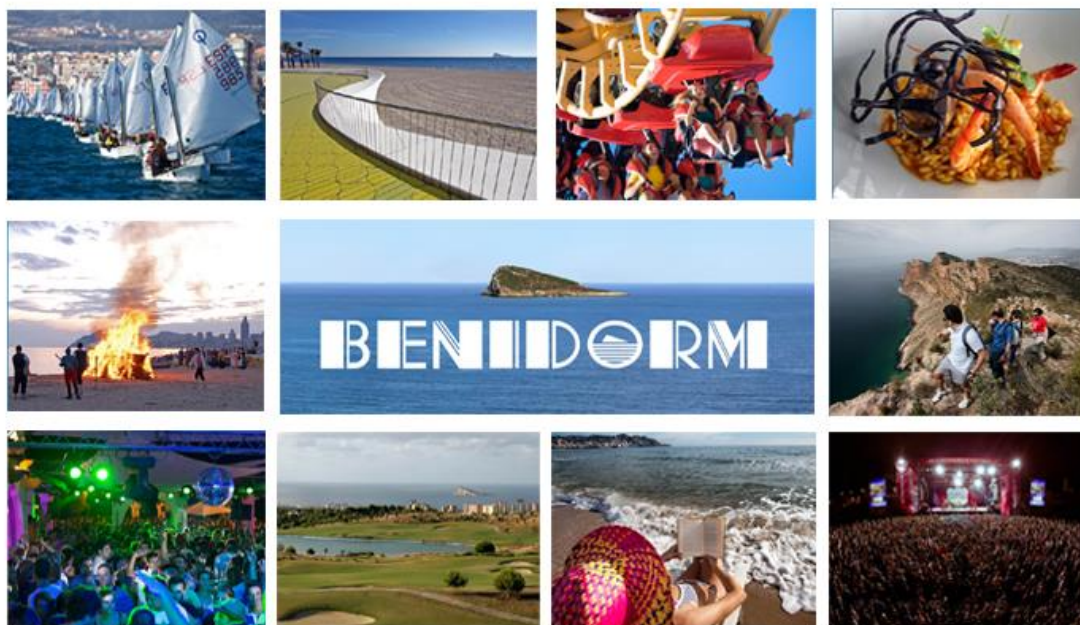


# PLAN DE ACTUACIÓN 2013



## Introducción:

Las propuestas del Plan de Actuación 2013 de la Fundación Turismo de Benidorm se basan en un plan de choque de promoción en dos mercados principales Reino Unido y Rusia, sin olvidar otros mercados en menor medida como Benelux, Polonia y el mercado nacional.

Por lo menos el 40% del presupuesto anual se debe gastar en el mercado internacional en el primer tercio del año para la campaña de primavera/verano. La cantidad a asignar para la campaña nacional a partir de junio este año depende de las posibilidades de los organismos públicos y las de nuestros socios fundadores como Hosbec o Fetb con sus subvenciones. No podemos olvidar que en el tercer trimestre necesitamos también lanzar otra campaña para la temporada de invierno.

Con la situación económica actual es necesario colaborar y contar con el apoyo de los demás organismos públicos como Turespaña, la Agència Valencia de Turismo y el Patronato de Turismo de la Costa Blanca y otros municipios cercanos. Es un objetivo fundamental aprovechar las sinergias y recursos, obteniendo una mayor eficiencia y eficacia en los resultados.

Para todo esto es necesario que dichos organismos públicos nos apoyen ya con acciones inmediatas ya que si tenemos que esperar presupuestos y planes de actuación como en otros años, si no es ya, perderemos la oportunidad de hacerlo en el momento correcto.

## Objetivos Principales:

Seguir en la misma línea que 2012, dentro de las posibilidades presupuestarias, destacando la diferenciación a través de sus productos y reforzando el mensaje que *"Benidorm es más de lo que tú piensas"* o *"¿realmente conoces a Benidorm o es una percepción?"* y posicionar Benidorm desde otra perspectiva.

- Mejorar la imagen y posicionamiento turístico de Benidorm en segmentos de demanda actuales y alternativos.
- Reforzar el marketing online con campañas digitales y nuevas incorporaciones en nuestros propios medios como blogs y transmitir sensaciones experienciales.
- Desarrollar nuevos productos turísticos de alto valor añadido y diferenciado y enfocar la promoción turística con el valor añadido de estos productos continuando la labor empezada en 2012 con la *gastronomía y el deporte*.
- Destacar la oferta complementaria y productos principales de Benidorm para que la promoción de la marca y ciudad representen en su imagen *"más que sol y playa"*.
- Actualizar los soportes de comunicación del destino (renovar folletos digitales y en papel).
- Iniciar la comercialización de productos/merchandising y el "Tourist Card" para generar ingresos propios, así como otras actividades que permitan la autofinanciación, disminuyendo la dependencia de aportaciones externas.

## PROPUESTAS DE PROMOCIÓN EN MERCADOS

- **Hay que enfocar en tres direcciones al mismo tiempo:**
  1. **Actuaciones dirigidas al consumidor final**
    - TV
    - Otros medios de comunicación (prensa escrita y digital)
    - Street marketing
    - Centros comerciales
    - Campaña conjuntas con otras marcas conocidas que no sean turísticas
    - Co marketing con TTOO, aprovechando su tirón y bases de datos
  2. **Actuaciones dirigidas al sector profesional**
    - Programas de formación de destino (el conocimiento por regla general es pobre)
    - Fam trips
    - Mailings
    - Programa de incentivos
    - Publicidad en sus soportes
    - Reforzar relaciones directas (con el TTOO, consorcios, líneas aéreas)
  3. **Campañas digitales y social media** (ambos público y sector profesional)
- **Qué vamos a vender: *Vive, siente, saborea y disfruta Benidorm* (o algo parecido)**
  - Benidorm deportivo y activo
  - Benidorm parques
  - Benidorm nocturno
  - Benidorm gastronómico
  - Benidorm eventos
- **A todos los públicos, pero en concreto:**
  - Jóvenes
  - Familias
  - LGBT
  - Benidorm para todos

## REINO UNIDO

### CO MARKETING CON TTOO

#### - Co marketing con Jet2 Holidays (Campaña 1º trimestre 2013)

Durante el periodo de la campaña el número de clientes que reservando un paquete a Benidorm fue **39.011** que representa un incremento del **91%** en el mismo periodo del año pasado, logrando el objetivo de la campaña

- Campaña de **publicidad exterior** 4 semanas a partir de 18 marzo 2013  
80 buses en Derby y Leicester  
200 buses en Manchester, Stockport, Oldham, Bury y Wigan  
70 buses en Edimburgo



- **Mailing en papel** a domicilio a base de datos selectivos de 25.000 de contactos de calidad. Varios formatos de papel, contenido específico
- **Mailing por correo electrónico** exclusivo sobre Benidorm a 150.000 subscriptores seleccionados



Mr Philip Mason  
Sample Name  
1 Sample Street  
Sample Town  
Sampleshire  
SA99 4ZZ

**Discover the brilliance of Benidorm with Jet2.com**

We're inviting you to jump up, jet off, and join in, at the ever-entertaining Benidorm! With a huge choice of **Friendly low fare** flights to Alicante available all year from your local airport, it's always a great time to go to Benidorm with Jet2.com

**Beautiful Golden Beaches**  
Benidorm brings you no less than five fantastic beaches! Most famous of all is the incredible Levante Beach, a sweeping arc of golden sand that curves for two kilometres around an acute waterfront. Levante Beach is just as perfect as it is, and it has a spectacular new promenade that invites the rolling waves of the sea.

**An action-packed resort**  
There are five thrilling theme parks within the local area. That includes Terra Mítica, featuring super fast rollercoasters and theatrical performances, and the pirate, dolphin and sea lion shows of Mundomar. Benidorm becomes even brighter by night, with more than 800 bars and cabarets spread across hotspots like Rincon de Loie and The Square.

**Quieter moments...**  
You can still discover the authentic taste of Spain in Benidorm. Go on the tapes, trail through the pretty pastel-coloured Old Town and sample classic like saffron-infused paella and chorizo in rich red wine. Beyond Benidorm, beautiful nature await at the cascading Waterfalls of Algar and the dusty sea cliffs at the Sierra Gelada Natural Park.

**The Friendliest way to fly**  
At Jet2.com, we've thought of all the details - including great flight times to avoid busy eyes when you arrive, and allocated seating so you won't have to burble on board. We also offer an industry-leading 23kg baggage allowance to give you plenty of space for souvenirs. Think Benidorm sounds like a bit? Well get rolling and book your flights to Alicante at Jet2.com!

I hope you'll be flying with us soon.

*Steve Harty*  
Steve Harty  
Chief Executive Officer  
Jet2.com

*"Enjoy your best holidays in Benidorm!"*



Great activities every day in Benidorm

It's going on holiday means relaxing, the sun, sea and sand, and you can't miss Benidorm to get it all.

During the day Benidorm offers a huge choice of activities to enjoy. You can beach lounge, a couple of sunbathers or simply head to the water for a swim.

Choose between the fantastic water parks of Aquafan, Benidorm's largest, or the family friendly Aquafan. Alternatively you might prefer the natural beauty of the Maritim de Algar where crystal clear water cascades the beautiful landscape which you can enjoy 24 hours a day.

For water lovers, head to the Terra Natura water park, which is a fantastic place to visit. The park is a fantastic place to visit.

For the night owls, Benidorm's nightlife is as vibrant as day with over 800 bars and nightclubs. Night clubs to take in the blue with the stars.

We look forward to welcoming you soon

Find your perfect escape today at **Jet2.com**

**Jet2.com**  
Friendly low fares

Enjoy the beautiful golden sands of Benidorm

If going on holiday means relaxing, the sun, sea and sand, and you can't miss Benidorm to get it all.

During the day Benidorm offers a huge choice of activities to enjoy. You can beach lounge, a couple of sunbathers or simply head to the water for a swim.

The golden sands of Levante Beach stretch for over a mile and because it's so wide it never seems too busy even during peak holiday seasons. All along the Playa Levante promenade you'll find plenty of shops to choose from, number of bars, restaurants and cafes.

For those looking for a slightly quieter beach there's the stunning Playa Portonova, which is perfect for relaxing couples and families who still want plans to see and do.

And if you're looking for a slightly quieter beach there's the stunning Playa Portonova, which is perfect for relaxing couples and families who still want plans to see and do.

So, whichever beach you choose, it's easy to see why Benidorm is one of the most popular holiday destinations in the world. We look forward to seeing you here soon.

Find your perfect escape today at **Jet2.com**

**Jet2.com**  
Friendly low fares

Formato papel



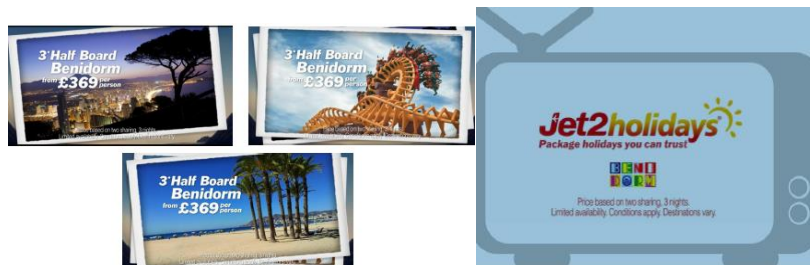


Formato Papel

Formato digital

#### - Campaña en Televisión: 27.12.12 – 27.03.13

Su inversión total £1.8 millones en campaña en TV a partir de diciembre. Los anuncios de publicidad genéricos sobre viajar con Jet2 son de 30 segundos (20 de jet2, 10 de destino=, Espacio de 10 segundos dedicado exclusivamente a Benidorm en ITV, Channel 4, Channel 5 y Daybreak, entre 26 de diciembre y 22 de marzo,



<https://www.dropbox.com/s/7ze00luqbs7ymx4/tv%20advert%20dic%202102.mp4>

156 spots, con 22,452,000 impactos (según informe de la TV)

#### - Formación a vendedores y call centre en su central en Leeds, el 16 y 17 mayo 2013.

### Jet2 Holidays

(2º Campaña Otoño/invierno 3º y 4º trimestre de 2013, financiado a través de la subvención Hosbec y AVT)

"The Happiness Campaign" (Campaña similar a la anterior pero con lemas modificados)

#### - Actividades: Digital, TV, Outdoor, Radio, Mailing directo.

#### - Campaña en Televisión: (18 septiembre a 13 octubre 2013) 130 anuncios.

Anuncios con una duración de 10 segundos dedicados a Benidorm en ITV, Channel 5 y SKY.

Todos ellos emitidos en espacios con mucha audiencia, mínimo 8 millones de telespectadores.

[https://www.dropbox.com/s/gkp462k48fr9xo2/0221JET\\_Jet2-V45\\_Benidorm\\_Shot.wmv](https://www.dropbox.com/s/gkp462k48fr9xo2/0221JET_Jet2-V45_Benidorm_Shot.wmv)



- **Autobus** 2 – 29 de septiembre en Leeds y Glasgow
- **Radio**, 23 Septiembre al 7 Octubre 2013. Impactos = 4,509,781 , 88 spots
- **Mailing Exclusivo** de Benidorm directo al cliente final.

## - Co Marketing TUI UK

La campaña de TUI siempre está basada en medios propios. Los resultados de la última mini campaña este otoño reflejaron incrementos de ventas de 9,3% cuando el resto del año las cifras fueron negativas. (Aun esperamos resultados de esta campaña)

TH Flights page skyscraper - Benidorm - 1st half March



-**Banner** en su propia web [thomson.co.uk](http://thomson.co.uk) con **1.7 millones de visitas semanales**. Dos campañas de 2 semanas en la web de Thomson en la página de vuelos. Fechas 22/1 – 5/2 y otras 2 semanas en marzo

-**Banner** en web de **First Choice** 700.000 visitas semanales 2 campañas de 2 semanas. 22 Enero – 19 Febrero (2 x 2 semanas)

- Inclusión en **mailing a 500.000 subscriptores** de First Choice en Marzo, pero email no es exclusivo



## Co Marketing Hotels4U

Empresa del grupo Thomas Cook de venta de alojamientos. Su venta es B2B: 85%, y 15% directo al consumidor final. Representan el 32% del mercado B2B en UK.

Llevaron 1.9 millones de pasajeros en los últimos 12 meses

3 banners rotativos en varios lugares de la Web en diferentes fechas:

Mailing a suscriptores.



We are searching our database for hotels.  
This may take several seconds. Please wait...



## - Co Marketing Travel Republic

Web con 6 millones de visitas mensuales, 5º OTA en UK

Un **mailing exclusivo** sobre Benidorm a sus **345.665 suscriptores** para incentivar ventas al destino, enviado el 17 diciembre. 13.000 visitas a la página de Benidorm. 364 reservas esa semana, un incremento del 5% en la semana anterior.

Un **blog** para acompañar, difusión en sus redes sociales con razones para visitar Benidorm.

Blog Page Views	Traffic sent to the Benidorm page
1,109	991

Un **banner en su "Newsletter"** el 4 de enero, con 844 clicks y 987 visitantes a la página de Benidorm.

Campaña en **redes sociales** en Diciembre.





## - Co Marketing David Urquhart Sky Travel

TTOO de venta directa, campaña de Marketing postal al cliente final exclusivo de Benidorm.

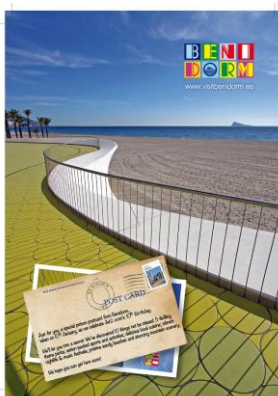
Esta TTOO ofrece estancias largas en invierno.

Por el momento la campaña de Invierno 13/14 es +8% comparado con 12/13 y con una estancia media 19 noches.



## PUBLICIDAD LÍNEAS AÉREAS

### - Jet2 airways



Revista Jetaway, bimensual. Este año la revista celebró su décimo aniversario de forma muy especial.

**2 inserciones** (2 revistas) en 2013 con editoriales en Febrero y Abril.

También disponible en aplicación iPad y iPhone.

Visible por un promedio de 20.000 pasajeros diarios en todas las rutas.

### • Monarch airlines

Publicación en revista **Enero y Febrero**, visible para los 2,7 millones pasajeros previstos.





## PUBLICO FINAL

- **Dw Fitness Clubs (Marzo)** — Dirigido a jóvenes y deportistas durante 1 mes.  
<http://www.dwfitnessclubs.com>

Cadena de 66 gimnasios y 250.000 miembros.

Promoción para ganar estancia/vuelo a Benidorm con entradas a parques, actividades acuáticas y entrada en una discoteca.

400 flyers & 10 posters en todos sus gimnasios.

Anuncio en circuito interno y TV.

Banners en la home de miembros para ganar estancia en Benidorm con entradas a parques, actividades acuáticas y entrada en una discoteca.

3 mailings sobre la competición, Apoyo en twitter (6k) y Facebook (8k)



### SUMMARY - ROI

<b>Reach</b>	
>> Homepage banner	97,337
>> Landing Page	12,149
>> In-store POS	1,270,000
>> E-Newsletter (x 3)	458,464
>> Facebook (x 6 posts)	60,306
>> Twitter (x 3 posts)	22,476
<b>Total Exposure</b>	1,920,732
<b>Results</b>	
>> Competition entries	1,888
<b>Cost per reach</b>	£0.01
<b>Campaign Cost</b>	£4,950
<b>Total Media Value</b>	44,740
<b>Return on Investment</b>	9:1

\* Campaign costs do not include the cost of the holiday

brandKiss

brandKiss.co

- **Bank Fashion (Marzo)** – Dirigido a jóvenes durante 1 mes

### Cadena de tiendas de ropa y venta online

Promoción para ganar estancia/vuelo en Benidorm con entradas a parques, actividades deportivas, entrada a una discoteca y barco a la isla. Se realizará al mismo tiempo que el lanzamiento de la campaña de ropa de primavera/verano.

10 posters por tienda.

Página en la web dedicada a la competición con descripción, foto y logo.

En la "Home" link con mención a la promoción, cuentan con 1,2 millones de visitas mensuales.

Competición incluida en 2 Newsletter a 100.000 suscriptores.

3 tweets en Twitter.

3 posts en Facebook 67 k.



SUMMARY - ROI	
Reach	1,438,155
>> Homepage dropdown navigation stamp	3,948
>> Landing Page	584,000
>> In-store POS	218,109
>> E-Newsletter (2)	212,049
>> Facebook (x 3 posts)	21,778
>> Twitter (x 3 posts)	
Total Reach	1,750,697
Total Exposure	2,674,039
Results	
>> Competition entries	2,262
Cost per reach	€0.02
Campaign Cost	€4,500
Total Media Value	€50,836
Return on Investment	11:1
* Campaign costs do not include the cost of the holiday	
brandKiss	bra

## • Campaña digital

Durante 2 meses Belly Banner en el **Daily Mail on line** (prensa nacional) rotativo e inteligente.



**Banner animado GIF**

Los clicks en campañas de este tipo suelen tener un promedio de 0.1 – 0.2%, Benidorm logró 0.41% lo que Daily Mail considera que es un buen resultado.

La campaña fue vista 214.302 veces por los lectores, lo que supone un coste por click de 0.027€.





4 Banners y publirreportaje en **Pink News on line (LGBT)**.  
500.000 visitas mensuales, rotativas durante 6 meses.

- **Campaña 3 meses online** con Banners rotativos e inteligentes que aparecen en varias Webs y RRSS. Por ejemplo, Yahoo, Facebook, eBay, etc. a principios de mayo





## • Royal British Legion – Desfile 16 de Octubre

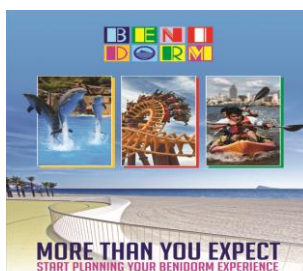
Benidorm ha sido este año el municipio escogido para albergar los actos de la conocida "Poppy Appeal" que organiza The Royal British Legion. Los ingresos se destinan a la ayuda de ex militares británicos y sus familiares, de todos los conflictos bélicos posteriores a la Primera Guerra Mundial, incluso los actuales.



## • Campaña en AAVV Global Travel

**Columnas publicitarias mínimo 3 meses en 150 sucursales AAVV** seleccionadas y posters A2 para ventanas. Columnas de publicidad de doble cara - 50 x 150 cm.

**Newsletter con publicidad e información de Benidorm.**



## • Campaña con GTOC (Golf Tour Operators Consortium)

- 7 TTOO compone el consorcio, y campaña durante 6 meses
- Logo y enlace a web [visitbenidorm.es](http://visitbenidorm.es) e inclusión en Newsletters de Enero a Julio
- Logo, enlace web y corta descripción en la web del consorcio
- Envío folletos a sus eventos





## • On Line Travel Training (Formación) Sector profesional UK



Campaña de formación on line dirigida al sector británico, TTOO y AAVV (distribuida a 64.000 subscriptores). El programa de formación se cuelga en la propia web de Onlinetraveltraining., [www.ott.travel](http://www.ott.travel), así como la web de Visitbenidorm.es. La formación online es una aplicación **común en Reino Unido e importante** para que las agencias aprendan mejor cómo vender un destino. También se puede con suplemento traducir a otros idiomas. Duración un año.

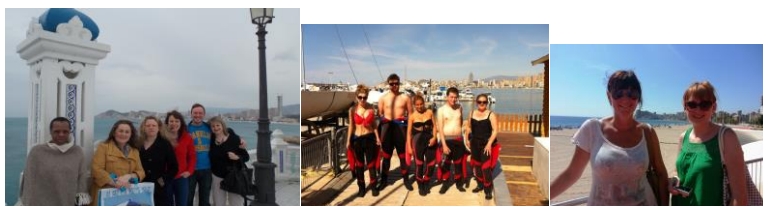
La campaña ha concluido con gran éxito, ya que 742 agentes se han formado a través de la misma y pasan a ser parte de nuestra base de datos. Además, los resultados de ésta campaña se han difundido en prensa tanto local como provincial.

## • Fam Trips

3 – 7 Marzo 2013, **Grupo de prensa UK** (6 personas)

5 - 8 junio 2013, **Grupo de prensa UK** (Enfoque deportes)

12-15 septiembre 2013, **Grupo de prensa UK**



## • British Airways

- Contratado un espacio de 30 segundos de promoción dentro de su programa de España en vuelos de larga distancia en Julio y publicidad en la revista *Highlife*.
- La Fundación es propietaria de dicho video para uso promocional en el futuro.

- **Feria World Travel Market**

Celebrada del 4 – 7 noviembre de 2013, se trata de la feria principal para profesionales en UK. 4 mostradores en la zona de Comunidad Valencia dentro de Turespaña. Se trabajo con agenda intensiva de citas.



- **Participación en workshop profesional y street marketing en Glasgow**

Evento organizado por el Patronato de Turismo Costa Blanca. Benidorm participó de forma activa



- **Colaboración con Ryanair con su promoción en Manchester 16 y 17 mayo**

Envío de material. "The Ryanair hop on hop off bus". En él se repartieron regalos y vuelos, así como obsequios de los patronatos de turismo de los destinos que Ryanair une con Manchester.



- **Empresa de RRPP**

Renovación contrato de la empresa *Doug Goodman Public Relations* un año más, envíos de notas de prensa, relación con medios, organización de Fam trips.



- **Doug Goodman RRPP 25º Aniversario**

Asistencia a evento en Londres el 2 de septiembre por el 25 aniversario de la empresa de RRPP.



- **Congreso Midcounties Cooperative Travel**

Patrocinamos la cena de dicho grupo durante su congreso y realizamos una presentación del destino. El grupo de agencias de viaje independiente de Reino Unido.

Los asistentes al congreso fueron directivos de cada una de las agencias de viaje, responsables regionales de venta y proveedores invitados de diferentes Tour Operadores y socios de la cadena de minoristas, un total de 110 personas.



Midcounties Cooperative Travel factura 780 millones libras al año y cuenta con 65 establecimientos propios y otras agencias minoristas que se asocian a ellos. Su principal fuerza de venta se sitúa en la zona Midlands, Inglaterra.

## BENELUX



- **Empresa de RRPP Bélgica**

Contrato de servicios puntuales, sin compromiso de honorarios mensuales con empresa "Sound of C". Servicio de comunicados de prensa, un Fam trip (grupo) y un Monitor de prensa durante 1º semestre.

- **Fam trip 22 – 25 abril, prensa Belga (organizado por Sound of C, RRPP)**

22 – 25 abril, 6 medios nacionales  
Vuelos aportados por Jetair



- **Feria Salón de Vacances**

Bruselas – 31 enero – 4 febrero. Asistencia con un mostrador. Feria para publico final

- **Empresa de RRPP Holanda**

"Baltus comunicación "en Holanda. Se trata de un contrato de servicios puntuales, sin compromiso de honorarios mensuales. Servicio de comunicados de prensa y un Fam trip (grupo de prensa)



### **Fam trip prensa Holandés (organizado por Baltus RRPP)**



30 mayo – 1 junio de 2013, 6 medios nacionales. Colaboración con Transavia.

- **Feria 50 plus Utrecht Holanda 17 – 21 septiembre**

Evento dirigido a público mayor de 50 años. Asistencia a través de un mostrador dentro de Turespaña.

Los visitantes mostraron mucho interés por Benidorm y el producto Camping. Este año la Feria 50 plus 2013, ha tenido un nuevo record de visitantes, un total de 101.256 visitantes, un 5% más que el año pasado. Actualmente es evento más grande del mundo celebrado para Seniors.





- **Evento LGTB/Deportivo/Publico en Amberes, Bruselas**



1 – 11 Agosto del 2013 con Turespaña.

Evento deportivo para mercado LGTB, donde Benidorm participó en stand Turespaña organizado por OET Bélgica, informando al público del evento acerca de la oferta de nuestra ciudad.

Los "Outgames" son una competición deportiva internacional que se celebra cada 4 años y en la que participan en torno a 5.000 deportistas LGBT, aunque se trata de pruebas abiertas en las que cualquiera puede participar.

En la edición de este año, toman parte atletas de más de 100 nacionalidades y se estima que durante los días que dure el evento, acudirán unas 250.000 personas.

La feria/"Village" se encuentra al aire libre, muy cerca de la plaza del ayuntamiento y alberga numerosas carpas. En ese recinto se ubica el espacio de España.

- **Workshop Amsterdam 31 octubre "Meet the Press"**



Evento organizado por la empresa de RRPP "Baltus Communications" con un total de 40 expositores y 124 profesionales acreditados de los medios de comunicación del país. Empresas y destinos turísticos pueden promocionarse mediante una serie de entrevistas con la prensa.



- **Workshop/jornadas profesional en Amberes 21 noviembre, organizado por Turespaña y visita sede Thomas Cook en Bélgica**

La Fundación Turismo de Benidorm participa en la jornada enfocada a los grandes destinos de playa, el 21 noviembre de 2013 organizada por Turespaña, donde acudieron destinos y empresas. No fue un éxito debido la poca asistencia.

El mismo día, la OET organizó en conjunto con Thomas Cook, unas jornadas de familiarización con el Turoperador. En ellas, los responsables de Thomas Cook dieron a conocer estadísticas acerca de los destinos españoles y se buscaron nuevas formulas de trabajo conjunto.



## RUSIA

- Contrato de personal comercial en OET de Moscú**

Katerina Filitsina

- Servicio atención al cliente en ruso a partir de Mayo en Benidorm**

Línea de ayuda telefónica para el sector y turistas rusos.



- Creación Facebook Visit Benidorm en ruso y Vkontakte**



Cuentas ya activas para Facebook en ruso, Twitter y Vkontakte.

- Impresión de folletos en ruso**

- Impresión folleto genérico
- Impresión mini folleto – tríptico
- Impresión planes de la ciudad
- Impresión folleto salud



- InfoTurismo de la OET Moscú**

Inclusión noticias mensuales sobre Benidorm y la Costa Blanca en el Boletín Oficial de la Oficina de Turismo de la Embajada de España en Moscú, con más de 5000 subscriptores.

**INFO  
TURISMO  
МОСКВАМОСКУ  
РУСИАРОССИЯ**

**Newsletter**

noviembre de 2013

Noticia

Promoción turística

Hechos, Estadísticas y Cifras

Oficina de Turismo de la Embajada de España en Moscú  
Ul. Tverskaya 16, Galería Akter, oficina A601  
Tel: +74959358397 Fax: +74959358396 e-mail: [moscu@tourspain.es](mailto:moscu@tourspain.es)  
<http://www.spain.info>

## • Natalie Tours



Publicidad doble página en Folleto 2013

- **Banners rotativos en 5 webs turísticas online 3 meses.**

[www.svali.ru](http://www.svali.ru), [www.tourdom.ru](http://www.tourdom.ru), [www.tourprom.ru](http://www.tourprom.ru), [www.ratanews.ru](http://www.ratanews.ru), [www.natalie-tours.ru](http://www.natalie-tours.ru)

- 1 página de **publicidad en una revista de viajes** (Público final) durante **2 Ediciones**. Revista "**Voyazh**" se trata de una revista principal y una de las más antiguas y conocidas en el país. Una de las publicaciones incluirá editorial.
- **Desayuno profesional con 70 personas** en Moscú.



## • Publicidad en el catálogo de Vremia Tour

Doble página de publicidad.





## • Feria Intourmarket 15 de marzo

SUPERFICIE	29.150m2
PARTICIPANTES	1.230 empresas
PAISES	138 (con regiones)
VISITANTES	72.000

Folleto enviados a Intourmarket para mostrador de Costa Blanca

## • Feria MITT 20 – 23 marzo



La feria MITT se considera la feria de turismo más importante de Rusia, organizada por ITE exhibitions.

En el año 2013 se celebró su XX edición. La superficie total de la feria fue de 56,688 m2, en la que estuvieron ubicados más de 3000 expositores de más de 197 destinos. En el año 2013 la feria contó con más de 80,000 visitantes, de los cuales un 74% son profesionales. Los primeros tres días de la feria hubo mucha afluencia de profesionales, el último día de la feria (el sábado) es el día del

turista, cuando la mayoría de los visitantes son clientes finales.

Asistencia con 1 mostrador en el stand de Turespaña

## • Feria 10 – 12 octubre Inwetex Cis travel market, San Petersburgo

**Cis Travel Market** es la mayor feria de servicios de viaje en el Noroeste de Rusia. En la edición de este año albergó 414 expositores de 36 países de todo el mundo y a más de 4.872 expertos del sector turístico de la Zona Noroeste de Rusia así como de otras regiones y países CIS. Desde hace 21 años, la feria **Cis Travel Market** mantiene una posición líder en el mercado turístico y se sitúa entre los 5 principales eventos de la industria turística en Rusia. Este contribuye al desarrollo de contactos profesionales del sector de San Petersburgo y la zona Noroeste de Rusia entre negocios rusos especializados en el sector viajes rusos e inversores extranjeros.



Asistencia con 1 mostrador en el stand de Turespaña

## • Tourbusiness

Revista en papel y online dedicada a profesionales

Distribución 9.000 ejemplares (93% siendo agencias). Bimensual, [www.tourbus.ru](http://www.tourbus.ru)

Tiene varias marcas propias.

- **5 noticias contratadas**
- Contratación de un **Masterclass sobre destino** 1 – 15 de Mayo 2013



- **Publicidad Revista TTG Rusia**

Abril. Media página de publicidad y editorial.



- **Publirreportaje salud Tour business**

3 páginas en una edición especializada de la revista "Viaje a por la salud"



- **Participación en Tourbus Workshop AAVV y TTOO 18 y 19 Marzo 2013**

Los workshops regionales de Tourbusiness consisten en reuniones de profesionales en turismo que se llevan a cabo en vísperas de temporadas de verano e invierno en las ciudades más importantes de Rusia. A los Workshops acuden turoperadores, agentes turísticos y medios de información. Hay posibilidad de hacer un seminario/presentación.

En el año 2013 Fundación Turismo Benidorm participó en **dos workshops**: en Kazán (18/03/2013) y Samara (19/03/2013), en ambas ciudades con su área de trabajo y con seminarios: se hicieron presentaciones del destino de 30 minutos. Según los datos de los organizadores, a los workshops fueron convocadas 200 personas en cada ciudad.

- **Participación en B2B Travel Workshop 2013**

Los workshops en Bakú y Almaty se organizan anualmente por TMI Consultancy. "Tourism, Marketing & Intelligence" es una empresa de marketing y relaciones públicas que proporciona una gama completa de servicios integrados en Rusia y la CEI. Los workshops llevan el carácter de B2B. Benidorm Tourist Board participó por primera vez en dichos workshops y de esta manera Benidorm fue posicionándose como nuevo destino, lo que provocó bastante interés por parte de los medios de comunicación.

Abril 19, 2013 – Bakú, Azerbaiyán, Abril 22, 2013 – Almaty, Kazakstán



## • Workshop de TURISMO MEDICO MEDANTOR

Workshop dedicado al turismo sanitario y médico se organizó por cuarta vez en Moscú, el 13 de Noviembre de 2013 por La Asociación de Oficinas Nacionales de Turismo de Rusia (en ruso ANTOR). En el evento participaron las oficinas nacionales de turismo de distintos países, regiones, agencias de viajes especializadas en turismo médico y sanitario. También asistieron médicos y centros de rehabilitación además de centros turísticos y hoteles.

Participación en el workshop y presentación del destino



Publicidad gratis en el catálogo del evento:



## • MINSK workshop

El encuentro de trabajo ha sido convocado por el Touroperador bielorruso ABS. Asistieron 150 agentes con el objetivo de oír presentaciones del destino Costa Blanca y Benidorm y de sus hoteles. Cada asistente recibió un USB con información del destino.

Por otro lado, la Touroperadora ofrecerá el primer vuelo directo a Alicante desde Minsk en 2014.





## • Formación para profesionales con Tourdom Training

15 de junio 2013, durante 1 mes.

<http://www.tourdom.ru/trainings/benidorm-leto-kruglyy-god.html?read=1>

1145 participantes y Benidorm está entre los 5 líderes en conseguir participantes.

## • Reportaje pequeño sobre Benidorm en la TV de Kazajistán

Viernes 26 abril, fruto entrevista con Katerina en el Workshop

## • Concurso Revista “Lisa”



Agosto, un mes. Premio – en colaboración con TTOO Vremia – viaje a BENIDORM + entradas a los parques. “Lisa” es la revista semanal más demandada y leída entre mujeres de clase media, que se publica desde el año 1995. Según TNS, la difusión de un número semanal en Moscú es de 662.700 lectores, en San Petersburgo de 274.100 lectores, y en el global de Rusia de 3.111.800 lectores.

El concurso se anunció en TRES revistas seguidas, luego se anunció el ganador – en total 4 menciones + menciones en grupos de redes sociales.



## • Anuncio de Jornadas de Arroz en un artículo de la revista “Lisa”, dedicado a la gastronomía española.



## • Fam trips



- **Grupo BSI** organizado por Rushouse (TTOO y AAVV)  
29 Abril – 3 Mayo 2013  
13 personas



- **Versa agencias 180 pax,**  
**Domingo 19 de Mayo 2013**  
(parques y panorámica)  
**Martes de 21 mayo 2013**  
(Benidorm Palace)



- **Prensa** (Organizado por Versa) 17 de Mayo 2013

## • TV Bielorrusa 26-29 septiembre



El TTOO "ABC Travel" tiene la intención de abrir una nueva conexión directa con el aeropuerto de Alicante-Elche. Vinieron dos periodistas de la televisión Bielorrusa Canal 8 y la televisión central bielorrusa ONT para realizar reportajes sobre Benidorm y la Costa Blanca como destino de vacaciones en un programa denominado "Buscamos Vacaciones". En colaboración con el receptivo Terramar, quien puso un intérprete 24 hs.

## • TV Gastronómica 8-15 oct

Benidorm participó en un reportaje de un programa de temática gastronómica en la televisión nacional rusa en Noviembre. La Fundación Turismo de Benidorm a través de su delegada en Moscú, ha gestionado la visita de un equipo de TV de aquel país, en cuyo programa también serán protagonistas la Costa Blanca y la ciudad de Valencia.

Material:

[http://russia2.tv/video/show/brand\\_id/22845/episode\\_id/710289/video\\_id/710289](http://russia2.tv/video/show/brand_id/22845/episode_id/710289/video_id/710289)





## ESPAÑA

- **Fitur**

Stand de 78m2 dentro del pabellón de la Comunidad Valenciana.



- **Canal Metro Madrid**

Campaña de Semana Santa **4- 8 marzo**

120 spots (6 por hora, 4 horas al día, hora punta, durante 5 días, líneas 3 y 6)

**Campaña del 1 al 15 julio**

Spots durante los 7 días de la semana. Líneas 3 y 6. 40 estaciones. 1.500 pantallas



- Apoyo logístico para la revista **ELLE** para su reportaje de moda del mes de marzo  
Amplio reportaje fotográfico de 42 páginas de moda, además de la portada del ejemplar de este mes de marzo, que incluye fotografías de modelos con ropa de temporada sobre localizaciones de interior y exterior de la ciudad. La revista tiene una media de 571.000 lectores mensuales.



- Promoción **MUPIS y MONOPOSTES** en varias ciudades con **Impursa**





## • Publicidad en 20 minutos

### Marzo.

Campaña de Semana Santa. **2** inserciones de media página en la zona de Madrid.

Diario gratuito 20 minutos, el primero de Madrid en lectores y tirada, con 851.000 lectores diarios y una tirada de 268.476 ejemplares diarios.



## 27 junio, especial Guía de Benidorm

68 paginas 55,000 ejemplares distribuidos en Madrid y edición online.



## • Muchoviaje.com

Microsite Benidorm dentro de Muchoviaje, se espera superar 115 millones impactos.

La campaña incluye todos los productos de Benidorm: gastronomía, deportes, cultura, ocio nocturno, eventos playas, fiestas o escapadas. Fotos, video y banner.

Asimismo, la página principal del portal de viajes incluirá un 'botón home', un 'vídeo home', un 'banner

rotativo' y un 'posicionamiento Top Destinos'; como también llegará a través de un posicionamiento en 'Nuestras ofertas de playas', 'campaña display', 'Newsletter exclusiva' y 'Newsletter genérica', 'Newsletter Círculo de Lectores' y 'Newsletter OcioTur', a la vez que una inserción en el blog de Muchoviaje y en el blog de Muchofamilia. El total de impactos para esta campaña es de 15 millones.



## • Promoción en Telecinco

45 segundos de video con locución de los presentadores

3 premios para una estancia en Benidorm

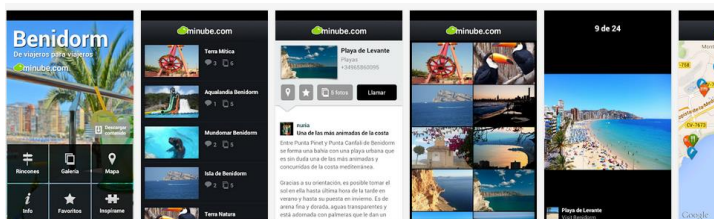
3 programas – **Sálvame**, **Que tiempo tan feliz** y **AR**

Durante 1 semana. Del 29/7 al 2/8/213

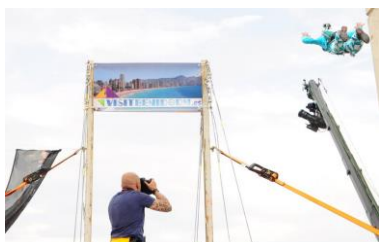


## Minube

En colaboración con el Ayuntamiento y la Subvención del Patronato de Turismo Costa Blanca Creación de Aplicación móvil - Guía de Viajes Sociales de Benidorm en español e inglés para Smartphone, Android, Tablet y iPhone.



- Colaboración y reuniones con **Booking.com** y apoyo a la organización de sus seminarios de formación con el sector en Torrejón. 23-25 Abril 2013.
- Envío de material para las **Ferias Nacionales (Bilbao)** donde nos representa la Conselleria.
- **Presencia en Aratur feria de Zaragoza 31/5 – 2/6**  
Con mostrador dentro el espacio de la Comunidad Valenciana
- **Patrocinios de eventos deportivos**



Campeonato mundial de **Salto Base**. Mucha difusión en prensa y TV.  
7 y 8 Junio 2013



**1º Maratón Sub-acuático** Ciudad de Benidorm. Forma parte del proyecto Segmentos Nicho.

- **Living Benidorm**

Apoyo al proyecto de la Universidad de Alicante. Nuestros visitantes cuentan sus experiencias mientras que estén en Benidorm usando un Hashtag, con incentivo de un premio de una estancia.

El concurso se enmarca en un proyecto de investigación de la Universidad de Alicante que forma parte del Plan Nacional de I+D+i que se desarrolla de 2012 a 2014.

- **Asistencia a encuentro sobre tráfico de cruceros en el puerto de Alicante, Workshop. 13.02.13**

El resto de la campaña de verano se realizó a través de HOSBEC y la Subvención de la Consejería.

## POLONIA

- **Polonia - Campaña en radio con Ryanair.**

2 premios de estancias en Benidorm con parques temáticos.

- **Radio ESKA (Cracovia): 262.000 oyentes/semana**
- **Radio WAWA (Cracovia): 100.000 oyentes/semana.**
- **Traducción** en polaco de una presentación a sector en power point

- **Fam Trip Ecco Holiday, TIOO**  
30 y 31 Mayo con directora de España y jefa de producto.



- Asistencia a **feria** Tour Salon 2013 de **Poznan** 17 – 19 octubre 2013

- Asistencia con programa de **TV** **“Światowiec”** de la **TV Polaca** TVPINFO con un millón de espectadores





## WEB, RRSS, BLOG

- **Traducción en 3 idiomas adicionales** (total 6 idiomas)
  - Francés
  - Portugués
  - Holandés

- **www.visitbenidorm.es y Rediseño de la home page de la web**

- **Nuevos dominios de la pagina web**

ilovebenidorm.es	Mybenidorm.co.uk
lovebenidorm.co	Lovebenidorm.co.uk
ilovebenidorm.co	Benidormtouristboard.co.uk
mybenidorm.co	Visitbenidorm.uk.com
lifeinbenidorm.com	Visit-benidorm.com
Benishop.co	Visitbenidorm.pt
Benishop.es	Visitbenidorm.be
Benidormtouristcard.com	Visitbenidorm.fr
Benidormtouristcard.es	Visitbenidorm.nl

Seguimos trabajando en la web, a través de noticias, agenda y contenidos y vemos que las visitas aumentan rápidamente desde su lanzamiento.

Ahora, con los dominios para Francia, Portugal, Bélgica y Holanda, se contribuye a una mejor promoción en dichos países.

En julio del próximo año se actualizará con un nuevo portal, con un diseño más limpio destacando las redes sociales. Hacía falta un cambio porque no hubo espacio en la anterior para nuevas secciones.

Las últimas estadísticas muestran que en los primeros 6 meses de 2013 ya hemos superado el total de páginas consultadas a lo largo de 2012.

	2012	2012		2013	2013	
	Visitas	Paginas consultadas	% paginas con 2011	Visitas	Paginas consultadas	% paginas con 2012
Enero	6.646	59.945	690%	14.999	84.638	41%
Febrero	8.530	54.795	548%	19.775	149.150	172%
Marzo	13.316	72.198	348%	29.119	187.749	160%
Abril	13.861	78.774	454%	24.243	167.741	113%
Mayo	15.164	87.171	303%	26.773	190.199	118%
Junio	16.512	116.204	339%	36.333	266.078	129%
Julio	20.779	153.338	9%	49.880	356.159	132%
Agosto	21.282	144.440	46%	47.755	298.534	107%
Septiembre	16.127	79.982	155%	32.957	163.164	104%
Octubre	19.286	94.613	111%	34.349	166.694	76%
Noviembre	18.002	81.974	165%	37.649	159.581	95%
Diciembre	11.462	64.427	94%	20.606	101.422	57%
Total	180.967	1.087.861	129%	374.438	2.291.379	111%

## • Campaña en RRSS

Varias mini campañas en Facebook promocionando noticias

Campaña este verano promocionando el video de Benidorm y el *I love Benidorm // Benidorm loves you*, en varias ciudades de España, UK y Portugal en junio/julio

## • Añadida sección con filtro de búsqueda del comercio (AICO)

## • Creación de “Benidorm Tourist Card” y “Benishop” para lanzar a mediados de Julio.

Se empezó tarde y no ha tenido mucha repercusión debido a la falta de publicidad y tiempo de dedicación, se retoma con más tiempo el proyecto en 2014.

## • Tematización de la web en San Valentín y producción y tomas de fotos/videos especiales.

## • Creación proyecto de “Life in Benidorm”,



- Nuevo blog con historias de la gente de Benidorm con el objetivo de promocionar la otra cara de Benidorm, y acercar Benidorm al turista.

- El Blog también incluye una sección de grafica de eventos como los festivales

- La mayoría de Posts se han realizado a través de videos grabados y editados de forma bilingüe por personal de la propia Fundación.

# TURISMO SANITARIO/SALUD

## • Creación de un nuevo folleto y producto Turismo de Salud

Folleto agrupando las dos clínicas privadas y resumen de los centros Spa & Wellness más importantes de Benidorm.

Primera promoción a través de RRSS, envió a los las oficinas de Turespaña en Europa para promocionar en sus RRSS, y a las empresas de RRPP en UK, Bélgica y Holanda y se asistió a un Workshop de Turismo de Salud en Moscú.(info en la sección de Rusia)

En 2014 se seguirá trabajando en este proyecto y su promoción.

## OTRAS ACCIONES

- **Suecia**
  - Traducción folleto genérico
  - Preparación de una presentación en Power Point.
- **Campaña de co marketing con Ryanair en Julio** .  
Banners/publicidad online en medios externos. 8,5m de impresiones.  
*Featured Destination* en la home page de Ryanair Suecia durante 5 semanas.  
Inclusion en 3 Newsletter.



- **Euronews**  
400 anuncios de 30 segundos en verano. A partir 26 junio de 2013 durante 10 semanas.
- **Arrival Guides**

Continuación con el 3º y último año de contrato con esta guía online de destino, usada en las webs de líneas aéreas y portales de reservas

- **Portugal**
  - Asistencia al evento con mostrador **Mundo Abreu. 6 y 7 abril**
  - Campaña en redes sociales para promocionar la web en portugués. Primera quincena de julio



- **Fam trip periodista danés**, 20 -22 Julio  
Sr. Jesper Molle.

- Varias reuniones mantenidas y apoyo para el lanzamiento del programa de calidad **SICTED**

- **Fam trip periodista AAVV Irlandes**

Organizado por Turespaña y Low Cost Beds. Grupo de 10 personas



- **Asistencia al evento “Think tank” Barcelona 30 de Noviembre de 2013.**

Este concepto es único y los dos días ofrecen la oportunidad de compartir ideas innovadoras en materia de promoción y mundo digital para entes turísticos, así como interactuar con los ponentes y otros participantes del campus.

- **USBs Benidorm**

La Fundación ha diseñado y producido unos USB-estilo tarjeta de crédito, para utilizarlos en la promoción y como herramienta de soporte de una presentación que incluye información del destino, planos, fotografías, videos y presentaciones en varios idiomas en Power Point. El mismo lo utilizaremos para entregarlo a prensa y profesionales del sector.

#### Personal de la Fundación Turismo Benidorm 2013

Yolanda Pickett - Gerente

Carola Valls – Promoción

Carlos Sacanell – Webmaster (media jornada)

Katerina Filitisina - Moscú