

PLAN DE MARKETING TURÍSTICO 2012

Supongo que mi fórmula pudiera ser: soñar, diversificar, ... y nunca perder de vista ningún ángulo.

Walt Disney



**COMUNITAT
VALENCIANA**

Te doy todo

www.comunitatvalenciana.com

PLAN DE MARKETING TURÍSTICO 2012

*No basta tener ingenio; lo principal
es aplicarlo bien.*

Descartes



www.comunitatvalenciana.com

Capítulo

Presentación

El sector opina

Análisis del escenario y previsiones

Tendencias online

Objetivos y estrategias

Líneas de actuación

1. Análisis de coyuntura	16
2. Escenario turístico en la Comunitat Valenciana	17
<hr/>	
1. El escenario y tendencias online.....	30
A) Escenario online	30
B) Tendencias online	31
2. El comportamiento de los operadores y consumidores en el actual escenario turístico online	34
<hr/>	
1. Objetivos	38
• El conocimiento y la innovación como ventajas competitivas: INVAT.TUR	39
<hr/>	
• Programa Conéctate. Plataforma TRAVEL OPEN APPS (eje distribución)	49
• Consolidación de la plataforma de distribución y gestión turística TRAVEL OPEN APPS	49
• Programa comunicación total (eje promoción y comunicación)	50
• Campaña de comunicación global 2011-2012	50
• Participación en ferias y certámenes turísticos	53
• Programa “Destino Comunitat Valenciana”	54
• Promoción de la conexión Valencia-Madrid con el AVE	54
• Programa de marketing colaborativo (eje promoción y comunicación)	55
• Acuerdos con entidades del sector turístico para la realización de actividades de marketing, comunicación y promoción	55
• Marketing conjunto con operadores turísticos y líneas aéreas en mercados internacionales	56
• Campaña de publicidad de la marca Comunitat Valenciana en aeronaves	57
• Programa Posiciónate, estrategia de marketing online (eje promoción y comunicación)	58
• Portal turístico de la Comunitat Valenciana www.comunitatvalenciana.com	58
• Geoportal turístico de la Comunitat Valenciana	60

