

Definición de objetivos

- *Alex Jurado* -



- VALLE DE LOS MOLLES -

ÍNDICE...

1. Definición del marco de trabajo
2. Objetivos generales
3. Organización del trabajo en etapas
4. Calendario
5. Publicaciones
6. Publicidad digital
7. Próximos pasos





1. Definición del marco de trabajo

- Se realizará una evaluación de los objetivos y el trabajo realizado cada mes y medio o dos meses de trabajo (dependiendo de la necesidad).
- Reunión para discutir correcciones o modificaciones recomendadas sobre el trabajo ya realizado
- A partir de esto un planteo en conjunto de un posible un plan de acción y mejoras aplicables.



2. Objetivos generales

- A. Atracción de turismo especialmente en los momentos más bajos de la temporada mediante distintas estrategias.
 - a. Comunicación más agresiva para aumentar la ocupación (descuentos importantes, sorteos, etc.)
 - b. Concentración de publicidad digital (facebook + instagram) en la 1er y 3er etapa del trabajo (en detalle slide calendario).
- B. Fidelización de los clientes ya existentes.
 - a. OBJETIVO: Generar clientes leales que se mantengan informados de las novedades mediante las redes y web → Comunidad Valle de los molles → Contrataciones recurrentes a largo plazo.
- C. Durante la realización del trabajo se va a apuntar constantemente al aumento del tráfico de visitas tanto hacia la página web (www.valledelosmolles.com) como a las redes sociales del Valle.

3. Organización del trabajo en etapas

- División por etapas:

1era etapa: 14-MAY <> 20-JUN

- Objetivo: generar mayor ruido e impacto en las redes antes del comienzo de la temporada de invierno. Mayor agresividad en términos de ofertas y descuentos.
- Ofrecer promociones para lograr atraer el turismo en los momentos previos a la temporada alta (sorteos, descuentos especiales por tiempo limitado, etc.)
- Realizar publicidad más importante a través de Facebook, Instagram y SEM (recomendado). Dentro de Facebook e Instagram se compartirán flyers publicitarios con promociones (Caso hoteles: “Habitaciones con 4 camas desde \$x ”).

3. Organización del trabajo en etapas

- División por etapas:

2da etapa: 20-JUN <> 30-JUL

- Objetivo: Comunicar el arranque de la temporada y la vida de montaña que ofrece los Molles. Hacer hincapié en las fortalezas y oportunidades que ofrece el complejo diferenciándolo de la competencia (documento: definición de estrategia de comunicación)
- Mayor cantidad de publicaciones con fotos y videos del valle compartiendo el día a día en la montaña.
- Realización de publicaciones que indiquen información de transporte hasta Los Molles (vuelos, colectivos, etc.)

3. Organización del trabajo en etapas

- División por etapas:

3er etapa: 7-AGO <> 30-SEP

- Retomar la estrategia planteada en la etapa uno.
- OBJETIVO: Realizar nuevamente publicaciones y publicidad para lograr atraer turismo al final de la temporada. Mayor agresividad en términos de ofertas y descuentos.
- Publicaciones con flyers publicitarios.
- Importante campaña de Facebook + Instagram con mejoras en base a las realizadas en la 1era etapa.

4. Calendario

Mayo 2018						
D	L	M	M	J	V	S
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

Junio 2018						
D	L	M	M	J	V	S
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

Julio 2018						
D	L	M	M	J	V	S
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				



Definir estrategia de la campañas



Campaña Facebook + Instagram (+++)





Prueba y redefinición campaña 2da etapa



Campaña Facebook + Instagram (+)

4. Calendario

Agosto 2018							Septiembre 2018						
D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S
			1	2	3	4							1
5	6	7	8	9	10	11	2	3	4	5	6	7	8
12	13	14	15	16	17	18	9	10	11	12	13	14	15
19	20	21	22	23	24	25	16	17	18	19	20	21	22
26	27	28	29	30	31		23	24	25	26	27	28	29
							30						

-  Prueba y redefinición campaña 3era etapa
-  Campaña Facebook + Instagram (+++)
-  Campaña Facebook + Instagram (+)

5. Publicaciones

- Se realizarán 4 publicaciones por semana (lunes, miércoles, viernes y domingo) tanto para facebook como Instagram durante toda la temporada.

INSTAGRAM (historias + hashtags):

- Además de las publicaciones comunes se van a subir historias con una frecuencia diaria. Comunicar e informar al usuario de noticias del estado de rutas, pistas, clima, etc. Esta información es fundamental para ser consultada diariamente por el turista y será brindada por este medio.
- Definición de 3 o 4 hashtags para mantener durante todas las publicaciones de la temporada.



6. Publicidad digital

1. Trabajo de SEM (Search Engine Marketing):
 - a. Inversión constante durante todo el período de trabajo
2. Campañas de facebook + instagram
 - a. Concentradas con mayor inversión durante la 1er y 3era etapa.
 - b. Inversión constante pero menor durante la 2da etapa
 - c. OBJETIVO: atraer turismo durante los momentos más bajos de la temporada
3. E-mail marketing: Plataforma mailchimp para el envío de mails a gran escala.
 - a. Versión gratis que brinda un uso de hasta 12000 envíos de mails mensuales.
 - b. Lanzamiento de una campaña por mes



7. Proximos pasos

- Completar documento de estrategia de comunicación por cada uno de los integrantes del grupo.
 - OBJETIVO: conocer tanto el público al que desean impactar así como la forma de comunicar.
- Definición de respuestas en las redes y mails.
 - Datos de contacto de cada uno de los integrantes para poder derivar a los potenciales clientes según su interés.
- Traspaso de los siguientes para dar inicio al proyecto:
 - Mails ya existentes para comenzar con la base de datos y el trabajo de e-mail marketing
 - Fotos y videos: material para generar las publicaciones.
 - Logo en formatos PNG y VECTORES
- Definición del lema de Valle de los molles

Definición de objetivos

- *Alex Jurado* -



- VALLE DE LOS MOLLES -

¡MUCHAS GRACIAS!