

Estrategia de marketing y comunicación



Estrategia de marketing y comunicación

Plan de acción 2023 | LA RUTA DE LA GARNACHA

Nomenclatura acción PAMC1

REDES SOCIALES



Objetivo

2. Incrementar el beneficio económico derivado de la actividad turística, aumentando la rentabilidad de los activos a través de la reducción de la estacionalidad.
3. Aumentar la conciencia de la sociedad y de las administraciones públicas sobre la importancia de respaldar el turismo como garantía de prosperidad.
4. Lograr un equilibrio socio territorial del turismo que impulse la actividad turística en el destino, extendiendo los beneficios socio- económicos hacia el mismo.
5. Mejorar la calidad del entorno natural y cultural, reduciendo los impactos que sobre el medioambiente y las condiciones culturales y sociales del destino pueda inducir la actividad turística, asumiendo los compromisos de un desarrollo sostenible.

Líneas de trabajo

2. Desarrollo e impulso de los productos “innovadores” para su posicionamiento en el mercado turístico, consolidación de los productos “estrella” e impulso de los productos “emergentes”.
3. Incremento del turismo de calidad, de excelencia, accesible y de experiencias.
6. Establecer programas de sensibilización entre la población contando con el apoyo del tejido asociativo, los centros escolares y medios de comunicación locales.
10. Propiciar una imagen favorable del territorio con el objetivo de fidelizar al cliente, el efecto repetición y la recomendación del viaje.

Descripción

Publicación de diferentes contenidos.

Soporte

Redes sociales: Facebook, Twitter e Instagram.

Duración

Año 2023.

Justificación

Promoción del destino de La Ruta de la Garnacha.

Agentes responsables

Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.

Medios

Facebook, Twitter e Instagram

Coste estimado

1.000.- euros.

Fuentes financiación

Asociación para la Promoción Turística de La Ruta de la Garnacha.

Indicadores seguimiento

Informes resultados impacto contenidos.

Calendario

Año 2023

Prioridad

Media

Agenda 2030

Trabajo decente y crecimiento económico ODS8 Meta 8.9 Promoción el turismo sostenible

Paz, justicia e instituciones sólidas ODS16 Meta 16.10 Acceso a información y libertades fundamentales.

Plan gestión Paisaje Ruta Garnacha

Imagen y promoción P.147 y 137

Estrategia de marketing y comunicación

Plan de acción 2023 | LA RUTA DE LA GARNACHA

Nomenclatura acción PAMC2

CATANDO EMOCIONES GARNACHA. Catando La Ruta Destroy



Objetivo

2. Incrementar el beneficio económico derivado de la actividad turística, aumentando la rentabilidad de los activos a través de la reducción de la estacionalidad.
3. Aumentar la conciencia de la sociedad y de las administraciones públicas sobre la importancia de respaldar el turismo como garantía de prosperidad y mejora de las condiciones de vida.
4. Lograr un equilibrio socio territorial del turismo que impulse la actividad turística en el destino, extendiendo los beneficios socio- económicos hacia el mismo.

Líneas de trabajo

4. Incremento del turismo de calidad, de excelencia, accesible y de experiencias.
6. Establecer programas de sensibilización entre la población contando con el apoyo del tejido asociativo, los centros escolares y medios de comunicación locales.
8. Desarrollo de una estrategia transversal con el enoturismo y la gastronomía como producto vertebrador de otros productos turísticos.
10. Propiciar una imagen favorable del territorio con el objetivo de fidelizar al cliente, el efecto repetición y la recomendación del viaje.

Descripción

Cata caldos DO Campo de Borja y producto gastronómico local.

Soporte

Catas en los diferentes municipios del destino Ruta de la Garnacha. Localidad: FRESCANO. Lugar: MUSEO ARQUEOLÓGICO.

Duración

Año 2023.

Justificación

Puesta en valor de los diferentes recursos turístico del destino de La Ruta de la Garnacha. En este caso: La Ruta Destroy. Evolución e impacto en nuestro territorio.

Agentes responsables

Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.

Proveedores

De cata en cata; Excesso Eventos; DJ Duo Retro; DJ Rafa Ayerbe; lavandería Noelia Ruiz, bar municipal y Museo Arqueológico de Fréscano.

Coste estimado

2.600.- EUROS

Fuentes financiación

Asociación para la Promoción Turística de La Ruta de la Garnacha, ayuda PDR (Fondos Europeos) y venta de entradas.

Indicadores seguimiento

Notas de prensa, fotografías, medios de comunicación, etc.

Calendario

4 de febrero de 2023.

Prioridad

Media

Agenda 2030

Trabajo decente y crecimiento económico ODS8 Meta 8.9 Promoción el turismo sostenible

Ciudades y comunidades sostenibles ODS11 Meta 11.4 Protección del patrimonio cultural y natural

Plan gestión Paisaje Ruta Garnacha

Imagen y promoción P.147 y 137

Nomenclatura acción PAMC3

CATANDO EMOCIONES GARNACHA. Catando Flamenco



Objetivo

2. Incrementar el beneficio económico derivado de la actividad turística, aumentando la rentabilidad de los activos a través de la reducción de la estacionalidad.
3. Aumentar la conciencia de la sociedad y de las administraciones públicas sobre la importancia de respaldar el turismo como garantía de prosperidad y mejora de las condiciones de vida.
4. Lograr un equilibrio socio territorial del turismo que impulse la actividad turística en el destino, extendiendo los beneficios socio- económicos hacia el mismo.

Líneas de trabajo

4. Incremento del turismo de calidad, de excelencia, accesible y de experiencias.
6. Establecer programas de sensibilización entre la población contando con el apoyo del tejido asociativo, los centros escolares y medios de comunicación locales.
8. Desarrollo de una estrategia transversal con el enoturismo y la gastronomía como producto vertebrador de otros productos turísticos.
10. Propiciar una imagen favorable del territorio con el objetivo de fidelizar al cliente, el efecto repetición y la recomendación del viaje.

Descripción

Cata caldos DO Campo de Borja y producto gastronómico local.

Soporte

Catas en los diferentes municipios del destino Ruta de la Garnacha. Localidad: AGÓN. Lugar: Pabellón municipal.

Duración

Año 2023.

Justificación

Puesta en valor de los diferentes recursos turístico del destino de La Ruta de la Garnacha. En este caso: El flamenco. Evolución e impacto en nuestro territorio.

Agentes responsables

Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.

Proveedores

De cata en cata; Excesso Eventos; Grupo flamenco El Rincón del Arte; lavandería Noelia Ruiz y bar municipal.

Coste estimado

2.000.- EUROS

Fuentes financiación

Asociación para la Promoción Turística de La Ruta de la Garnacha, ayuda convenio Enoturismo Aragón y venta de entradas.

Indicadores seguimiento

Notas de prensa, fotografías, medios de comunicación, etc.

Calendario

25 de marzo de 2023.

Prioridad

Media

Agenda 2030

Trabajo decente y crecimiento económico ODS8 Meta 8.9 Promoción el turismo sostenible

Ciudades y comunidades sostenibles ODS11 Meta 11.4 Protección del patrimonio cultural y natural

Plan gestión Paisaje Ruta Garnacha

Imagen y promoción P.147 y 137

Estrategia de marketing y comunicación

Plan de acción 2023 | LA RUTA DE LA GARNACHA

Nomenclatura acción PAMC4

CATANDO EMOCIONES GARNACHA. Catando Rock



Objetivo

2. Incrementar el beneficio económico derivado de la actividad turística, aumentando la rentabilidad de los activos a través de la reducción de la estacionalidad.
3. Aumentar la conciencia de la sociedad y de las administraciones públicas sobre la importancia de respaldar el turismo como garantía de prosperidad y mejora de las condiciones de vida.
4. Lograr un equilibrio socio territorial del turismo que impulse la actividad turística en el destino, extendiendo los beneficios socio- económicos hacia el mismo.

Líneas de trabajo

4. Incremento del turismo de calidad, de excelencia, accesible y de experiencias.
6. Establecer programas de sensibilización entre la población contando con el apoyo del tejido asociativo, los centros escolares y medios de comunicación locales.
8. Desarrollo de una estrategia transversal con el enoturismo y la gastronomía como producto vertebrador de otros productos turísticos.
10. Propiciar una imagen favorable del territorio con el objetivo de fidelizar al cliente, el efecto repetición y la recomendación del viaje.

Descripción

Cata caldos DO Campo de Borja y producto gastronómico local.

Soporte

Catas en los diferentes municipios del destino Ruta de la Garnacha. Localidad: BULBUENTE. Lugar: Jardines del albergue municipal.

Duración

Año 2023.

Justificación

Puesta en valor de los diferentes recursos turístico del destino de La Ruta de la Garnacha. En este caso: El rock. Evolución e impacto en nuestro territorio.

Agentes responsables

Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.

Proveedores

De cata en cata; Excesso Eventos; Artista Cuti Vericad; lavandería Noelia Ruiz, bar municipal.

Coste estimado

3.000 .- EUROS

Fuentes financiación

Asociación para la Promoción Turística de La Ruta de la Garnacha, ayuda convenio Enoturismo Aragón y venta de entradas.

Indicadores seguimiento

Notas de prensa, fotografías, medios de comunicación, etc.

Calendario

10 de junio de 2023.

Prioridad

Media

Agenda 2030

Trabajo decente y crecimiento económico ODS8 Meta 8.9 Promoción el turismo sostenible

Ciudades y comunidades sostenibles ODS11 Meta 11.4 Protección del patrimonio cultural y natural

Plan gestión Paisaje Ruta Garnacha

Imagen y promoción P.147 y 137

Estrategia de marketing y comunicación

Plan de acción 2023 | LA RUTA DE LA GARNACHA

Nomenclatura acción PAMC4

CATANDO EMOCIONES GARNACHA. Catando IBIZA



Objetivo

2. Incrementar el beneficio económico derivado de la actividad turística, aumentando la rentabilidad de los activos a través de la reducción de la estacionalidad.
3. Aumentar la conciencia de la sociedad y de las administraciones públicas sobre la importancia de respaldar el turismo como garantía de prosperidad y mejora de las condiciones de vida.
4. Lograr un equilibrio socio territorial del turismo que impulse la actividad turística en el destino, extendiendo los beneficios socio- económicos hacia el mismo.

Líneas de trabajo

4. Incremento del turismo de calidad, de excelencia, accesible y de experiencias.
6. Establecer programas de sensibilización entre la población contando con el apoyo del tejido asociativo, los centros escolares y medios de comunicación locales.
8. Desarrollo de una estrategia transversal con el enoturismo y la gastronomía como producto vertebrador de otros productos turísticos.
10. Propiciar una imagen favorable del territorio con el objetivo de fidelizar al cliente, el efecto repetición y la recomendación del viaje.

Descripción

Cata caldos DO Campo de Borja y producto gastronómico local. Destino invitado IBIZA, con un vino de la tierra.

SopORTE

Catas en los diferentes municipios del destino Ruta de la Garnacha. Localidad: PENDIENTE. Lugar: PENDIENTE.

Duración

Año 2023.

Justificación

Puesta en valor de los diferentes recursos turísticos y culturales de IBIZA. En este caso el hilo conductor será la evolución de la música en la isla, desde los inicios hippies hasta la actualidad, meca de la música techno.

Agentes responsables

Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.

Proveedores

De cata en cata; Excesso Eventos; DJ Duo Retro; lavandería Noelia Ruiz, bar municipal.

Coste estimado

3.000 .- EUROS

Fuentes financiación

Asociación para la Promoción Turística de La Ruta de la Garnacha, ayuda convenio Enoturismo Aragón , venta de entradas y otros pendientes de confirmación.

Indicadores seguimiento

Notas de prensa, fotografías, medios de comunicación, etc.

Calendario

19 de agosto de 2023.

Prioridad

Media

Agenda 2030

Trabajo decente y crecimiento económico ODS8 Meta 8.9 Promoción el turismo sostenible

Ciudades y comunidades sostenibles ODS11 Meta 11.4 Protección del patrimonio cultural y natural

Plan gestión Paisaje Ruta Garnacha

Imagen y promoción P.147 y 137

Nomenclatura acción PAMC5

CATANDO EMOCIONES GARNACHA. Cata RETRO. Cicleando por viñedos



Objetivo

2. Incrementar el beneficio económico derivado de la actividad turística, aumentando la rentabilidad de los activos a través de la reducción de la estacionalidad.
3. Aumentar la conciencia de la sociedad y de las administraciones públicas sobre la importancia de respaldar el turismo como garantía de prosperidad y mejora de las condiciones de vida.
4. Lograr un equilibrio socio territorial del turismo que impulse la actividad turística en el destino, extendiendo los beneficios socio- económicos hacia el mismo.

Líneas de trabajo

4. Incremento del turismo de calidad, de excelencia, accesible y de experiencias.
6. Establecer programas de sensibilización entre la población contando con el apoyo del tejido asociativo, los centros escolares y medios de comunicación locales.
8. Desarrollo de una estrategia transversal con el enoturismo y la gastronomía como producto vertebrador de otros productos turísticos.
10. Propiciar una imagen favorable del territorio con el objetivo de fidelizar al cliente, el efecto repetición y la recomendación del viaje.

Descripción

Cata caldos DO Campo de Borja y producto gastronómico local.

Soporte

Catas en los diferentes municipios del destino Ruta de la Garnacha. Localidad: PENDIENTE. Lugar: PENDIENTE.

Duración

Año 2023.

Justificación

Puesta en valor de los diferentes recursos turístico del destino de La Ruta de la Garnacha. En este caso: Recorrido ciclista "vintage" por el territorio. Visitando bodegas y finalizando con una cata.

Agentes responsables

Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.

Proveedores

PENDIENTE

Coste estimado

PENDIENTE

Fuentes financiación

Asociación para la Promoción Turística de La Ruta de la Garnacha, ayuda convenio Enoturismo Aragón, venta de entradas y otros pendientes de confirmación.

Indicadores seguimiento

Notas de prensa, fotografías, medios de comunicación, etc.

Calendario

2 septiembre de 2023.

Prioridad

Media

Agenda 2030

Trabajo decente y crecimiento económico ODS8 Meta 8.9 Promoción el turismo sostenible

Ciudades y comunidades sostenibles ODS11 Meta 11.4 Protección del patrimonio cultural y natural

Plan gestión Paisaje Ruta Garnacha

Imagen y promoción P.147 y 137

Acciones y cronograma 2023

Sensibilización
Formación
Promoción turística
MARKETING Y COMUNICACIÓN
Calidad Turística