

Estrategia de marketing y comunicación



Estrategia de marketing y comunicación

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 e Instagram.

Duración

Año 2024 y 2025.

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 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.
ESTADO:

Calendario

Año 2024 y 2025.

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 2024-2025 | LA RUTA DE LA GARNACHA

Nomenclatura acción PAMC2

TARDEO GARNACHA



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

Degustación de caldos DO Campo de Borja y producto gastronómico local. Invitado especial con formato entrevista (pendiente de detallar) y, para finalizar, momento tardeo (música).

Soporte

Actividad a realizar en los diferentes municipios del destino Ruta de la Garnacha. Localidad: Pendiente. Lugar: Pendiente.

Duración

Año 2024 y 2025.

Justificación

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

Agentes responsables

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

Proveedores

Pendiente.

Coste estimado

2.500.- 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

Primavera 2024 y 2025.

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 2024-2025 | LA RUTA DE LA GARNACHA

Nomenclatura acción PAMC3

TARDEO GARNACHA



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

Degustación de caldos DO Campo de Borja y producto gastronómico local. Invitado especial con formato entrevista (pendiente de detallar) y, para finalizar, momento tardeo (música).

Soporte

Actividad a realizar en los diferentes municipios del destino Ruta de la Garnacha. Localidad: Pendiente. Lugar: Pendiente.

Duración

Año 2024 y 2025.

Justificación

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

Agentes responsables

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

Proveedores

Pendiente.

Coste estimado

2.500.- 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.
ESTADO:

Calendario

Verano 2024 y 2025.

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 2024-2025 | LA RUTA DE LA GARNACHA

Nomenclatura acción PAMC4

TARDEO GARNACHA



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

Degustación de caldos DO Campo de Borja y producto gastronómico local. Invitado especial con formato entrevista (pendiente de detallar) y, para finalizar, momento tardeo (música).

Soporte

Actividad a realizar en los diferentes municipios del destino Ruta de la Garnacha. Localidad: Pendiente. Lugar: Pendiente.

Duración

Año 2024 y 2025.

Justificación

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

Agentes responsables

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

Proveedores

Pendiente.

Coste estimado

2.500 .- 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.
ESTADO:

Calendario

Otoño 2024 y 2025.

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 2024-2025 | LA RUTA DE LA GARNACHA

Nomenclatura acción PAMC4

TARDEO GARNACHA



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

Degustación de caldos DO Campo de Borja y producto gastronómico local. Invitado especial con formato entrevista (pendiente de detallar) y, para finalizar, momento tardeo (música).

Soporte

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

Duración

Año 2024 y 2025

Justificación

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

Agentes responsables

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

Proveedores

Pendiente.

Coste estimado

2.500 .- 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.
ESTADO:

Calendario

Invierno 2024 y 2025.

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 2024-2025

**Sensibilización
Formación
Promoción turística
MARKETING Y COMUNICACIÓN
Calidad Turística**