PLAN DE PROMOCIÓN DIGITAL PARA TEMPORADAS TURÍSTICAS

2020 - 2023

GOBERNACIÓN de BOLÍVAR

Bolívar primero

icultur
INSTITUTO DE CULTURA Y TURISMO DE BOLÍVAR

GOBERNACIÓN de BOLÍVAR

Bolívar primero

icultur
INSTITUTO DE CULTURA Y TURISMO DE BOLÍVAR

GOBERNACIÓN de BOLÍVAR

Bolívar primero

icultur
INSTITUTO DE CULTURA Y TURISMO DE BOLÍVAR

INSTITUTO DE CULTURA Y TURISMO DE BOLÍVAR ICULTUR

IVÁN SANES PÉREZ
DIRECTOR GENERAL

JACQUELINE RICO CUEVAS
DIRECTORA TÉCNICA DE TURISMO

CONTENIDO

- INTRODUCCION
- ANALISIS
- ANALISIS DOFA
- OBJETIVO GENERAL, ESPECIFICOS, ESTRATEGIAS
- ESTRATEGIAS, TACTICAS
- RETOS
- PLAN DE ACCION
- MEDICION DE RESULTADOS
- CRONOGRAMA
- ANEXOS

GOBERNACIÓN de BOLÍVAR

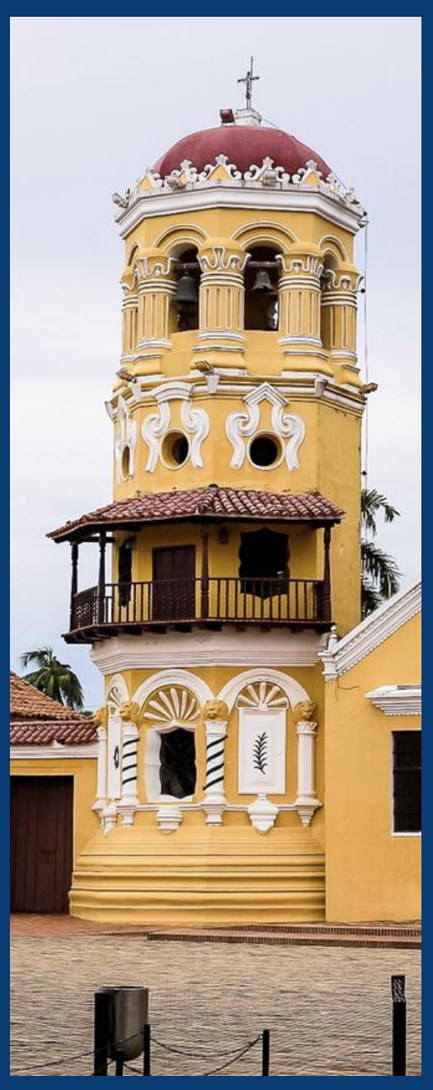
Bolívar primero

icultur
INSTITUTO DE CULTURA Y TURISMO DE BOLÍVAR

INTRODUCCIÓN

El Instituto de Cultura y Turismo de Bolívar, en el marco de su misionalidad, comprometido con el fomento, preservación, conservación, creación, desarrollo e industrialización del patrimonio cultural, en sus diversas manifestaciones, y con el al desarrollo, promoción fomento y fortalecimiento del sector turístico en el departamento de Bolívar, presenta este Plan de Promoción Digital para temporadas turísticas, que permitirá mejorar la planeación, ejecución y control de la promoción de los municipios con vocación turística del Departamento de Bolívar.

Esto, con el fin de obtener los resultados deseados en relación con el reconocimiento de estos como destinos turísticos a nivel nacional e internacional, lo cual redundará en el desarrollo y generación de empleo, como eje de reactivación del sector.



Las redes sociales y la web, en general, tienen un alcance y cobertura mucho mayor al de los medios tradicionales. Es por esto, que la promoción de productos y servicios es vista desde una perspectiva diferente a la que se veía en unos años atrás.

La presencia de Internet es global; por lo tanto, el alcance que se puede tener puede puede llegar a ser satisfactorio, ya que la información está presente las 24 horas, los 365 días del año, y cualquier persona alrededor del mundo puede acceder a ella desde cualquier lugar del mundo. Es por esto quePor esta razón, esta estrategia digital no solo se realizará en temporada alta. Será constante a lo largo durante del año, teniendo en cuenta que pues la credibilidad y reputación que se debe construir en los medios online requieren de una gestión y trabajo continuo no son cosa de un solo día.

Este Plan de Promoción Digital es una pieza fundamental para generar oportunidades de fortalecimiento y posicionamiento de los destinos turísticos, con el fin de, para sensibilizar, motivar, convencer y poner en boca de los potenciales usuarios, visitantes yo viajeros cada una de las experiencias que les podemos ofrecer pueden vivir en ellos.

ÁNALISIS

GOBERNACIÓN de BOLÍVAR | Bolívar primero | icultur INSTITUTO DE CULTURA Y TURISMO DE BOLÍVAR

Resumen

Periodo mostrado	Año 2020
Primera visita	01 Ene 2020 - 00:46
Última visita	05 Oct 2020 - 06:58

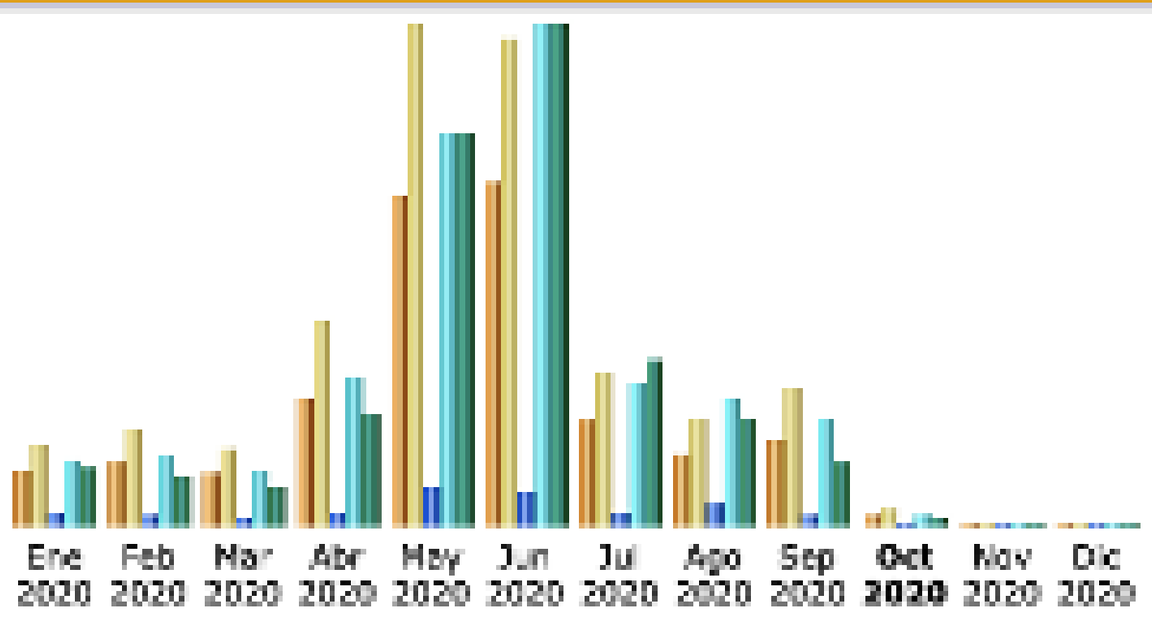
	Visitantes distintos	Número de visitas	Páginas	Solicitudes	Tráfico
Tráfico visto *	**<= 30,616** Valor exacto no disponible en la vista anual	**45,936** (1.5 visitas/visitante)	**376,191** (8.18 Páginas/Visita)	**3,993,498** (86.93 Solicitudes/Visita)	**493.54 GB** (11266.07 KB/Visita)

El Instituto de Cultura y Turismo -ICULTUR tiene un sitio web que cuenta con un sistema de gestión de contenido (CMS) Wordpress, que es actualizado semanalmente, 100% responsive.

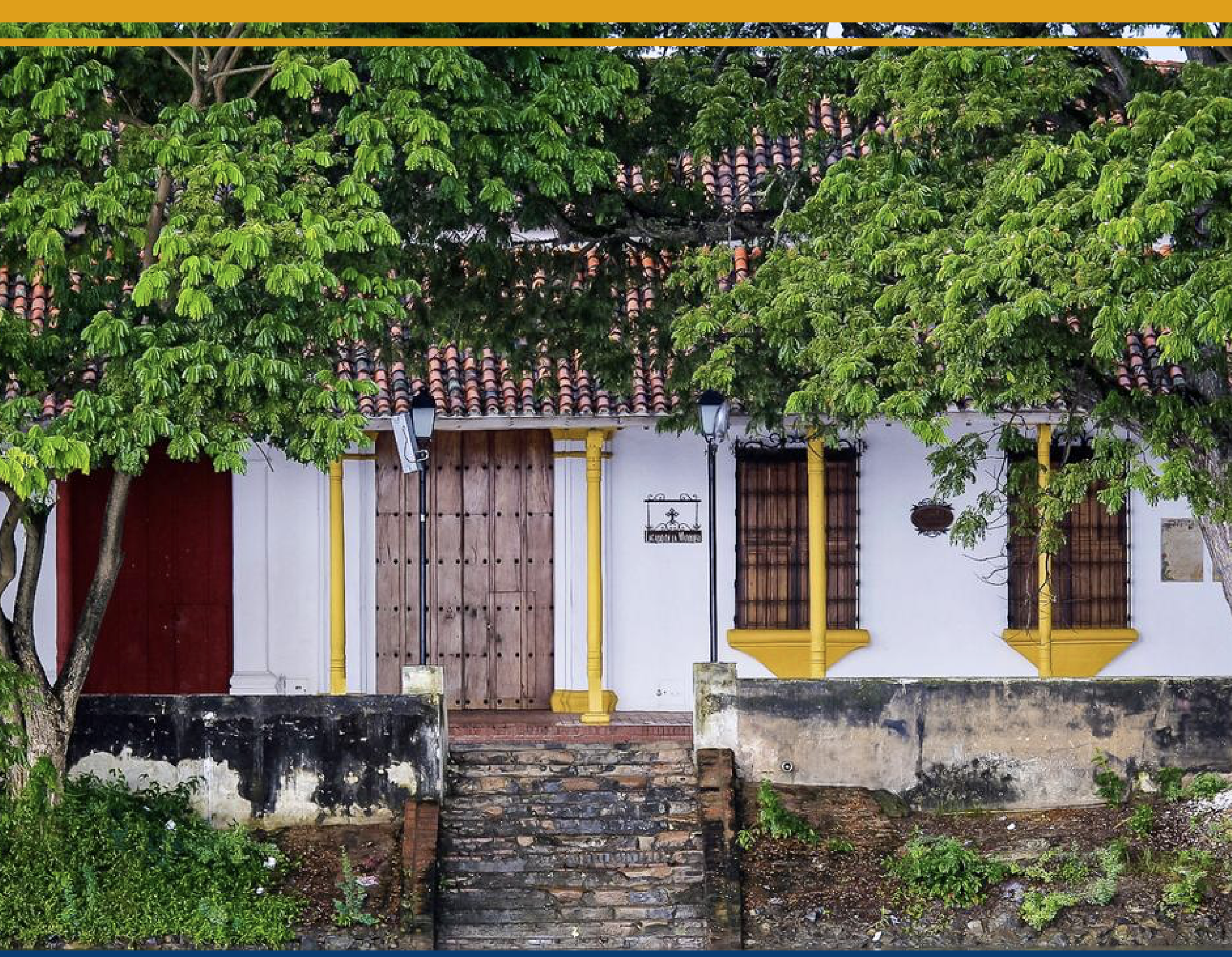
Gracias al contenido alojado y a la práctica del buen uso al momento de diseñarla, hemos podido posicionarnos, orgánicamente, en los principales buscadores. Las palabras que nos han permitido estos resultados son: otras oportunidades y propias.

Nuestras redes sociales se actualizan diariamente con un índice de participación variado, así: Facebook 65%; Instagram 25% y Twitter 10%.

HISTÓRICO MENSUAL



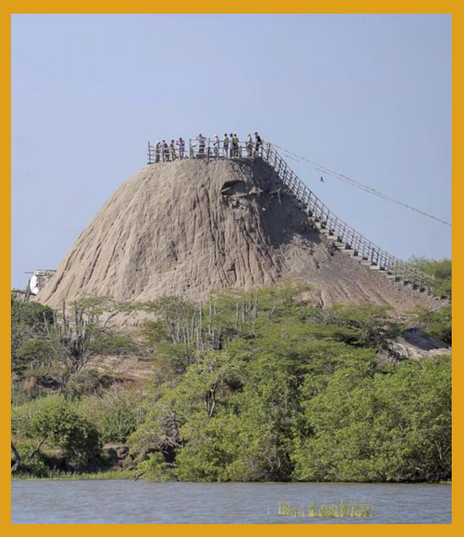
Mes	Visitantes distintos	Número de visitas	Páginas	Solicitudes	Tráfico
Ene 2020	1,325	1,971	29,202	157,665	18.93 GB
Feb 2020	1,562	2,377	24,329	170,474	15.95 GB
Mar 2020	1,288	1,876	15,812	132,956	12.29 GB
Abr 2020	3,126	5,072	30,849	368,192	36.54 GB
May 2020	8,127	12,390	93,713	970,957	130.41 GB
Jun 2020	8,482	12,097	78,255	1,232,061	165.82 GB
Jul 2020	2,562	3,746	29,625	353,669	54.66 GB
Ago 2020	1,786	2,684	46,585	314,578	35.15 GB
Sep 2020	2,094	3,375	23,139	285,850	21.07 GB
Oct 2020	264	348	1,761	27,358	3.72 GB
Nov 2020	0	0	0	0	0
Dic 2020	0	0	0	0	0
Total	30,616	45,936	376,191	3,993,498	493.54 GB



Teniendo en cuenta lo anterior, nuestro Plan de Promoción Digital va dirigido a captar más personas interesadas en conocer las ofertas de turismo que les ofrece nuestro departamento y, por ende, despertar en ellos el deseo de visitar los 10 destinos mágicos de Bolívar: Mompox; San Jacinto; El Carmen De Bolívar; San Juan Nepomuceno; San Basilio De Palenque; María La Baja; Magangué; Santa Catalina; Turbaco y Arjona.

Nuestro mercado objetivo serán personas de todas las edades, cuya procedencia sea de otras regiones de nuestro país y del extranjero. Personas con interés en el turismo cultural, natural y gastronómico, con un estrato económico medio-alto que les permita pernoctar en el destino y adquirir bienes y servicios en él, de manera que aporten al desarrollo socioeconómico del destino, mejorando, así, la calidad de vida de sus habitantes.

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA BILINGIÜISMO BAJO APROVECHAMIENTO DE LAS HERRAMIENTAS DE PROMOCIÓN DIGITAL POR PARTE DE LOS EMPRESARIOS DEL SECTOR BAJA ASIGNACIÓN DE PRESUPUESTO PÚBLICO BAJA CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS	EXISTENCIA DE ESPACIOS PARA PROMOCIÓN Y MERCADEO DE PRODUCTOS IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN DE PROMOCIÓN DIGITAL FORMALIDAD EN EL SECTOR RNT TURISMO POST COVID, AL AIRE LIBRE Y SIN AGLOMERACIONES (TURISMO RURAL) DISMINUCIÓN DE COSTOS



FORTALEZAS	AMENAZAS
DIVERSIDAD NATURAL, CULTURAL Y GASTRONÓMICA PARTICIPACIÓN Y APROPIACIÓN DEL TURISMO POR PARTE DE LA COMUNIDAD Y LOS GESTORES TURÍSTICOS ASISTENCIA TÉCNICA PROFESIONAL AL SERVICIO DEL SECTOR COOPERACIÓN PÚBLICO-PRIVADAS PARTICIPACIÓN EN EVENTOS, FERIAS Y CONGRESOS DE PROMOCIÓN Y MERCADEO TURÍSTICO	INFORMALIDAD EN EL SECTOR EXPLOTACIÓN SEXUAL ASOCIADA AL TURISMO ORDEN PÚBLICO Y SEGURIDAD GESTIÓN DEL RIESGO Y MANEJO AMBIENTAL BAJA NOTORIEDAD DE LA WEB ENTRE LOS VIAJEROS

GOBERNACIÓN de BOLÍVAR

Bolívar primero

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL:
Aumentar y atraer a la experiencia de Bolívar una demanda turística sostenible y diversificada.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1. **Optimizar el posicionamiento web y aumentar el tráfico orgánico.**
2. **Aumentar la notoriedad de los destinos mágicos en redes sociales y página web en temporadas turísticas.**
3. **Apoyar la articulación entre los operadores de servicios turísticos y las agencias de viajes.**

ESTRATEGIAS

1.Dinamizar los contenidos de turismo en la página web de Icultur.

1.1 Publicar **quincenalmente tips de turismo y experiencias de visitantes a nuestros destinos.**

1.2 Realización de publicaciones con valor como: trivias, acertijos, consejos sobre viajes.

2.Variar permanentemente los contenidos en redes sociales y buscar nuevas formas de promoción.

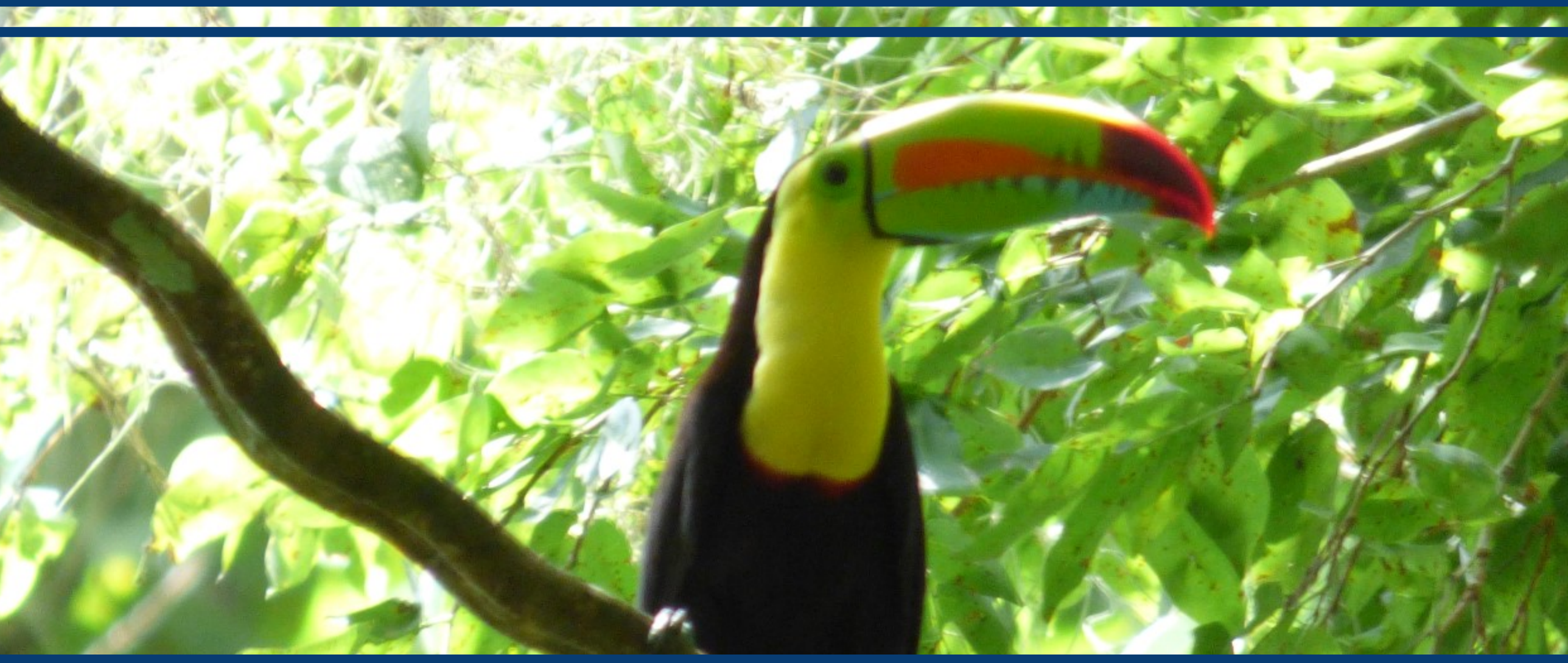
2.1 Crear un cronograma mensual de publicaciones que incluyan informacion de interes y experiencias de visitantes en los destinos.

2.2 Asesorar y acompañar a los operadores turisticos de departamento a que promocionen sus servicios en agencias de viaje online (trip advisor, booking, etc)

3. *Compartir bases de datos entre operadores de servicios turísticos para aumentar la promoción y comercialización de los destinos turísticos del departamento.*

3.1 •Crear espacios tipo webinar, foros en los que se promocionen los destinos turísticos del departamento

3.2 Diseñar portafolios de productos y servicios digitales.



RETOS

1.Convertirnos en una plataforma de promoción de los destinos mágicos del departamento de bolívar.

2.Posicionar los destinos de los municipios con vocación turística en el mercado de viajeros nacionale Y extranjeros.

3.Destacarnos en redes sociales.

PLAN DE ACCIÓN

OBJETIVO	MEDIO/CANAL	¿QUIÉN?	¿QUÉ?	¿DÓNDE?	¿CÓMO?
Optimizar el posicionamiento web y aumentar el tráfico orgánico	*Página Web Icultur* *Redes Sociales*	*Programador de la web Icultur* *Dirección de Turismo Icultur* *Departamento de Comunicaciones*	Dinamizar los contenidos de turismo en la Página Web de Icultur	*Página Web* *Redes Sociales* *YouTube*	Publicar quincenalmente tips de turismo y experiencias de visitantes a nuestros destinos (videos) Realización de publicaciones con valor como: Trivias, acertijos, consejos sobre viajes
Aumentar la notoriedad de los Destinos Mágicos en redes sociales y pagina web en temporadas turísticas	Redes sociales y Pagina Web	*Programador de la web Icultur* *Dirección de Turismo Icultur* *Departamento de Comunicaciones*	Variar permanentemente los contenidos en Redes Sociales y buscar nuevas formas de promoción	Redes sociales y Pagina Web	Crear un cronograma mensual de publicaciones que incluyan información de interés y experiencias de visitantes en los destinos.
					Capacitar a los actores de la cadena de valor del turismo en un correcto uso de redes sociales como medio de promoción. Asesorar y acompañar a los operadores turísticos del departamento a que promocionen sus servicios en agencias de viaje online (trip advisor, booking, etc)

PLAN DE ACCIÓN

Apoyar la articulación entre los Operadores de Servicios Turísticos y las Agencias De Viajes.	Página Web Redes sociales Correo Electrónico	*Programador de la web Icultur* *Dirección de Turismo Icultur* *Departamento de Comunicaciones*	Compartir Bases de Datos entre operadores de servicios turísticos para aumentar la promoción y comercialización de los destinos turísticos del departamento	Página Web Redes sociales Correo Electrónico	Crear espacios tipo webinar, foros en los que se promocionen los destinos turísticos del departamento. Diseñar portafolios de productos y servicios digitales.

MEDICIÓN DE RESULTADOS

Luego de un tiempo prudente, después de 6 meses de iniciado este plan, se harán mediciones del tráfico de interacciones y los clics a las pestañas de turismo en la página web, así mismo, se medirán los comentarios y preguntas enviadas a través de las redes sociales, con el fin de evaluar si se da un incremento.

Esta medición es clave para saber si nuestras estrategias y acciones están dando resultados. El estudio nos permitirá obtener información relevante que nos servirá para mejorar el plan y también la experiencia de los usuarios cuando accedan a nuestro sitio. Para garantizar que la medición sea eficaz, se utilizarán las herramientas de medición que ofrecen las redes sociales y la web.

GOBERNACIÓN de BOLÍVAR
Bolívar primero
icultur
INSTITUTO DE CULTURA Y TURISMO DE BOLÍVAR

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES MENSUALES DEL PLAN DE PROMOCIÓN DIGITAL PARA TEMPORADAS TURÍSTICAS

ACTIVIDADES	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA3	SEMANA 4
Publicar quincenalmente tips de turismo y experiencias de visitantes a nuestros destinos (videos).				
Realización de publicaciones con valor como: trivias, acertijos, consejos sobre viajes.				
Crear un cronograma mensual de publicaciones que incluyan información de interés y experiencias de visitantes en los destinos.				
Capacitar a los actores de la cadena de valor del turismo en un correcto uso de redes sociales como medio de promoción.				
Asesorar y acompañar a los operadores turísticos del departamento a que promocionen sus servicios en agencias de viaje online (trip advisor, booking, etc).				
Crear espacios tipo webinar, foros en los que se promocionen los destinos turísticos del departamento.				
Diseñar portafolios de productos y servicios digitales.				

REDES SOCIALES

@iculturbolivar

Icultur Bolívar

@icultur_bolivar

ICULTUR Bolívar

GOBERNACIÓN de BOLÍVAR

Bolívar primero

icultur
INSTITUTO DE CULTURA Y TURISMO DE BOLÍVAR