

# MEMORIA JUSTIFICATIVA DEL CONTRATO MENOR DE SERVICIOS “CAMPAÑA DE LA PROMOCIÓN ONLINE DE LA VERA EN MEDIOS DIGITALES”, DENTRO DEL PROGRAMA DE DESARROLLO RURAL LEADER, MEDIDA 19 DE LA ASOCIACIÓN PARA EL DESARROLLO INTEGRAL DE LA COMARCA DE LA VERA, (ADICOVER), PARA EL PERIODO 2014-2020. (EXPEDIENTE 2400192003)

MEDIDA 19.2.- APOYO A LA APLICACIÓN DE LAS ACCIONES PREVISTAS EN LA ESTRATEGIA DE DESARROLLO LOCAL PARTICIPATIVO/ACTUACIÓN: APOYO A LA INNOVACIÓN SOCIAL, LA GOBERNANZA MULTINIVEL Y LA DINAMIZACIÓN SOCIAL Y ECONÓMICA.

## 1. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

La importancia de las redes sociales en las empresas es cada día mayor, mayor cuanto más grande es el uso de las redes sociales por parte de sus usuarios, mayor por lo que llega a significar en sus días, mayor por las posibilidades que se pueden encontrar en las redes sociales y mayor por la utilidad práctica que le pueden dar las empresas.

Las redes sociales no sólo le permiten tener una presencia a las empresas por medio de la cual potenciales clientes puedan llegar a conocerla o clientes actuales puedan comunicarse y tener una relación más estrecha, también es una buena herramienta de comunicación para las empresas.

Con la comunicación se pueden indicar las novedades de la empresa, cosas interesantes, ofertas, descuentos, hacer promociones, hacer marketing en las redes sociales, resolver dudas de clientes, hacer que los clientes atraigan a más clientes por medio de sus actualizaciones en las redes sociales y muchas otras cosas que ofrece este contacto directo por medio de internet.

Las redes sociales más importantes tienen una gran cantidad de usuarios, muchos de los cuales pueden interesarse por la empresa, y es esto lo que hay que aprovechar para llegar a ellos. Si es cierto que otro tipo de publicidad y la presencia en un local pueden ayudar a darse a conocer a la empresa, cuantas más formas de llegar a los clientes mejor.

Las redes sociales son un nuevo canal de negocios para las empresas, en el que captar a nuevos clientes. Muchas veces el efecto viral que puede tener una comunicación o una campaña en las redes sociales puede ser impresionante y puede hacer que se “oiga la empresa”.

Pasamos a enumerar una serie de razones que justifican la necesidad de contar con este proyecto:

- Conocer más y mejor los clientes o potenciales clientes. El community manager, a través de las redes sociales, ayudará a la empresa a saber quiénes son los que mayor interés muestra por nuestro producto, qué aficiones tienen, de donde son, qué edad tienen...
- Buscar nuevos clientes.
- Diálogo e interacción con los consumidores. Ellos ya están en Internet hablando del producto, servicio o marca, leyendo la opinión de otros o creando contenido sobre él. El community manager debe gestionar esa conversación.
- Atención al cliente. El community manager dará respuesta a las sugerencias, comentarios o quejas de tus clientes.
- Relaciones públicas. El community manager debe conocer qué usuarios son los más influyentes en su ámbito y también quienes son los más fidelizados y embajadores de la marca.
- Generar ventas. Este profesional nos puede, a través de la dinamización social media, atraer clientes tanto a la al establecimiento físico como a un e-commerce.
- Notoriedad de marca. El community manager ha de lograr una relación de confianza entre los consumidores y la marca. Ha de conseguir que interactúen con la misma y la prefieran frente otros productos/marcas de la misma categoría.
- Focus group. A través de las redes sociales, este profesional podrá saber qué opinan los usuarios del producto, porqué lo usan, qué es lo que más valoran de él, si lo recomendarían...
- Gestión la reputación online de tu empresa o marca. El community manager vigilará qué se dice de la empresa o de sus productos/servicios en Internet, especialmente en foros, sites de información, blogs... con la finalidad de prevenir posibles crisis o gestionarlas en el caso de que se produjeran.

La promoción turística debe cumplir con una comunicación efectiva: (1) una fuente emisora que determine el destino turístico que se quiere promover, (2) el mercado que se quiere captar, (3) un mensaje, es decir, lo que se diga para convencer, (4) un medio para hacer llegar el mensaje, y (4) mecanismos que permitan retroalimentación de los resultados del proceso.

El Turismo es importante porque es una fuente de ingresos y sirve para dar a conocer al mundo parte de nuestra cultura. Para atraer turistas, es necesario promoverlo y en la actualidad, las oportunidades para crecer, para crear nuevas sinergias de trabajo, para suscitar interés por tus proyectos, para conseguir proveedores, etc., residen en el mundo digital. Las redes sociales son la

mejor tribuna para mostrarte y asomarte a estos nuevos horizontes. Las redes sociales son la mejor tribuna para mostrarte y asomarte a estos nuevos horizontes.

## 2. OBJETIVOS

La finalidad de este expediente es la promoción y comercialización de nuestro entorno.

Sumidos como estamos en la era de la tecnología, no cabe duda de que los esfuerzos promocionales deben a su vez, ir encaminados al mejor posicionamiento de este territorio en la Red. En este sentido, se debe hacer especial hincapié en las Redes Sociales, códigos QR, interactuando con distintas personas, colectivos, etc..., promoviendo el intercambio de ideas, permitiendo así, la inteligencia colectiva, convirtiéndose en un gran medio de comunicación, donde cualquiera pueda publicar una información o noticia.

Como objetivos específicos, podemos destacar:

- Trabajar y mejorar la visibilidad de la marca Turismo La Vera en el mundo digital. Lo que incidirá directamente sobre el índice de visibilidad digital y la reputación online.
- Incrementar la comunidad con un enfoque de alto valor. Ya no vale con cantidad sino que debemos buscar la calidad.
- Seguidores que sean activos, compartan, comenten y finalmente compren los productos o servicios de la marca.
- Generación de tráfico web social cualificado que termine convirtiendo. Establecer el total de visitas derivadas de la gestión de redes sociales a la web corporativa o de landing comercial.
- Establecer relaciones con clientes, prescriptores e influencers del sector.
- Servicios de atención al cliente. Muchas veces los canales sociales se convierten en canales de atención al cliente.
- Convertirse en viral: el objetivo es fomentar la participación del público y si los contenidos se comparten a través del Me Gusta (Facebook), el Retuit (Twitter), o el Compartir (Facebook ), mucho mejor.

La finalidad es disponer de un sistema adecuado y lo más productivo posible para promocionar nuestro entorno en los diferentes eventos del Sector, así como, ferias, oficinas de turismo, Centros de Interpretación y museos comarcales.

Sumidos como estamos en la era de la tecnología, no cabe duda de que los esfuerzos promocionales deben a su vez, ir encaminados al mejor posicionamiento de este territorio en la Red. En este sentido, se debe hacer especial hincapié en las Redes Sociales, códigos QR, interactuando con distintas personas, colectivos, etc..., promoviendo el intercambio de ideas, permitiendo así, la inteligencia colectiva, convirtiéndose en un gran medio de comunicación, donde cualquiera pueda publicar una información o noticia.

### 3. CONTENIDOS: ACTIVIDADES

La ejecución debe ser asumida por una empresa especializada en Campañas de Community Manager y con experiencia acreditada en campañas de difusión y promoción digital.

El plazo de ejecución sería de un año.

Las acciones a desarrollar para el proyecto *“Planificación, creación y difusión de los contenido para la promoción y consolidación de la Comarca de la Vera en el medio digital”*, serían las siguientes:

- Consolidación de la marca Turismo La Vera mediante de la creación del contenido para el dominio [www.turismolavera.es](http://www.turismolavera.es) con el objetivo de dar información turística de la comarca y de las empresas del sector.
- Gestión y administración de web y redes sociales en las que se difundirá la información promocional vertida en los perfiles de los agentes turísticos de la Comarca de La Vera.
- Planificación, redacción, ilustración y difusión de las diferentes campañas y eventos culturales, lúdicos, festivos y deportivos programados durante un año.
- Realización de trabajos de marketing y comunicación encaminados a la promoción conjunta del producto-destino, buscando el posicionamiento del destino en el mercado y la interacción del sector turístico con otros sectores económicos comarcales.
- Planificación, redacción y lanzamiento de notas de prensa u otros materiales de difusión de las programaciones organizadas (culturales y festivas de interés turístico que sean beneficiosas para el sector turístico y la imagen del destino La Vera)
- Planificación y creación de acciones de captación y estrategia de email marketing.
- Monitorización de la imagen del destino La Vera en prensa y otros medios sociales (webs, blogs, redes sociales, foros, comentarios).

- Elaboración de informes mensuales de los distintos canales usados para la promoción y difusión del destino La Vera.

#### 4. PRESUPUESTO Y FINANCIACIÓN

TOTAL PRESUPUESTO CON IVA .....15.317,00 €

##### 4.1.- Financiación

El proyecto se financiará a través del presupuesto de la EDLP de la Comarca de la Vera, (medida 19.LEADER del PDR de Extremadura).

Las fuentes de financiación son las siguientes:

- FEADER (75%).....11.487,75 €
- ADMINISTRACIÓN CENTRAL (3.97%)..... 608,08 €
- ADMINISTRACIÓN AUTONÓMICA (21,03%)..... 3.221,17 €

TOTAL FINANCIACIÓN..... 15.317,00 €

En Cuacos de Yuste a 25 de febrero de 2020

EL PRESIDENTE

  
Fdo. Fermín Encabo Acuña  
PRESIDENTE

