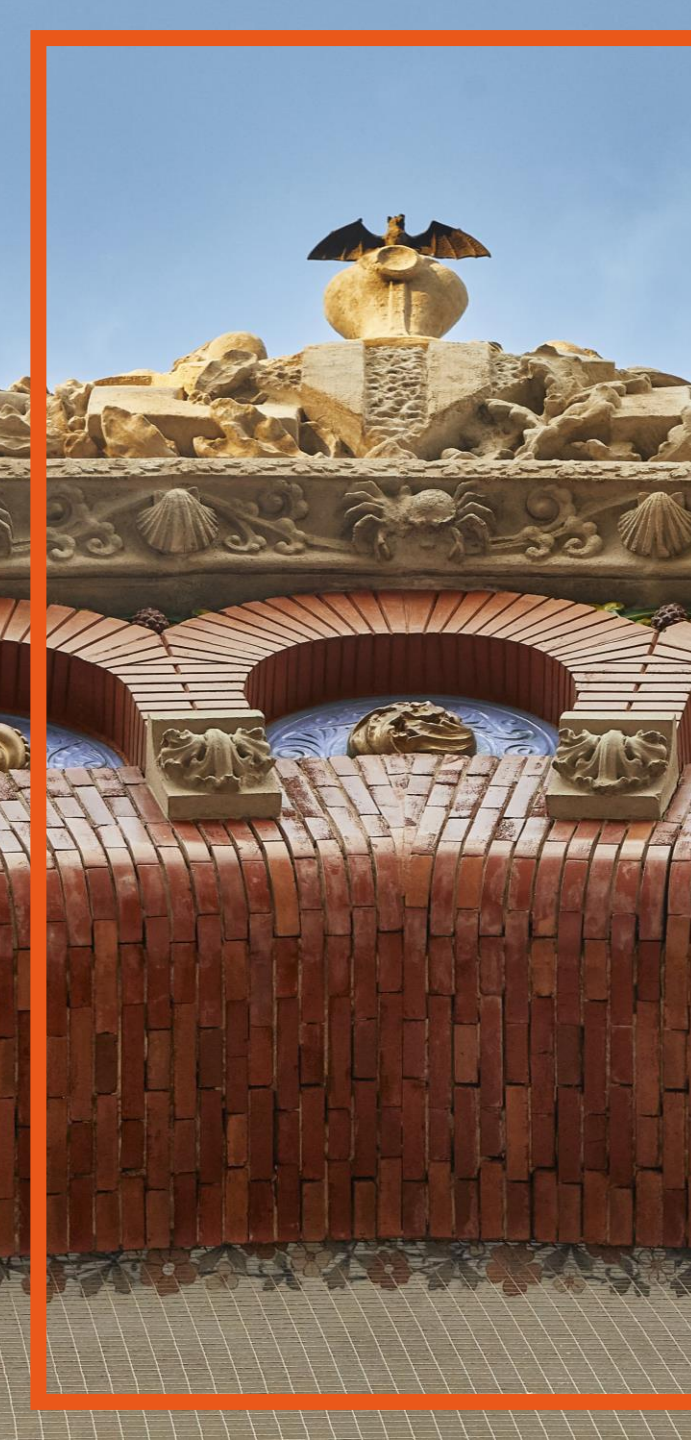


Plan de Actuaciones 2020



Visit València mantendrá en los próximos ejercicios las líneas de actuación marcadas en el **Plan Estratégico** '*València, hacia 2020*', con el que:

- ✓ Ha crecido la **demanda** e indicadores de **rentabilidad**
- ✓ Se ha creado **valor** para el **nuevo turista**
- ✓ Con una promoción más **segmentada**
- ✓ Avanzando en **inteligencia** y **sostenibilidad**
- ✓ Con un modelo de **gobernanza colaborativa**

LÍNEAS DE ACTUACIÓN

ESTRATEGIA I

Crear valor para el visitante

ESTRATEGIA II

Actualizar la marca Valencia.
Promoción más segmentada
y tecnológica

ESTRATEGIA III

Un destino inteligente y sostenible

ESTRATEGIA IV

Gobernanza transparente,
eficiente y colaborativa



ESTRATEGIA I
Crear valor para el visitante

PLAN 1. Desarrollo de Programas de Producto

VALÈNCIA CONVENTION BUREAU



Acciones dirigidas a profesionales

- Ferias: IMEX, IBTM
- Workshops: ICCA Destination Marketing, M&I Healthcare, The Meetings Space, Jornadas Directas del SCB, MCE South Europe, Pure Meetings y The MICE Peak
- Fam trips con mercados europeos prioritarios
- Jornada Inversa del SCB de Estados Unidos y Canadá
- Recepción del Board Meeting de IAPCO
- Apoyo a candidaturas
- Club de Embajadores de Congresos de València
- Presentación a asociaciones con otros CVBx

Acciones de comunicación y relaciones públicas

- Nueva campaña de marketing digital en medios y LinkedIn
- Plan de comunicación en medios MICE
- Gala Eventoplus
- Networking del VCB
- EMEC MPI
- PCMA Summit

Soportes y herramientas

- Nuevas creatividades gráficas, chatbot y audiovisuales
- Mantenimiento www.valenciaconventionbureau.com

CULTURA Y OCIO



Apoyo a agenda cultural y eventos propios

- Lanzamiento de la primera edición de Fest/n
- Intramurs, Salón del Cómic, Festival Diversity València, Abierto València, European Design Awards, Año Jubilar del Santo Cáliz, Open House, Evento Yoga Falla Escif y Feria de Julio

Acciones de comunicación y relaciones públicas

- Press trips multimercado: Fallas
- Press trips especializados en diseño y música
- Grupo de trabajo del Comité València Capital del Diseño 2022
- Apoyo y participación dentro del Comité Ejecutivo de los productos Territori Borgia, Ruta del Grial y Ruta de la Seda de Turisme Comunitat Valenciana

Soportes y herramientas

- Actualización del folleto *Música, Artes Escénicas y Festivales Urbanos*
- Creación nuevas publicaciones: *Arte y cultura contemporánea y Diseño*
- Vídeo acción para promoción de la música en estación Alameda
- Difusión agenda cultural de la ciudad en visitvalencia.com y en la Agenda impresa, en versión anual y trimestral

PLAN 1. Desarrollo de Programas de Producto

VLC GASTRONOMÍA



Agenda anual de eventos gastronómicos

- World Paella Day, Fest/n, Valencia Culinary Festival, dos ediciones de Valencia Cuina Oberta, Mostra de Vins, Día Mundial de la Tapa, Semana de la Paella, Jornada de Arroces Marineros y Gastrónoma

Acciones de comunicación y relaciones públicas

- Plan de comunicación gastronómica
- Participación en foros de Saborea España y OMT

Promoción en mercados

- Participación en Madrid Fusión junto a L'Exquisit Mediterrani
- Acciones gastronómicas en mercados (Día Mundial de la Tapa)
- Viajes de prensa gastronómicos

Creación y comercialización de productos enogastronómicos

- Ruta de l'Horta

Soportes y herramientas

- Blog València Cuina Oberta
- Actualización de la Guía interactiva València Gastronómica
- Mantenimiento sección gastronómica visitvalencia.com

PLAN 1. Desarrollo de Programas de Producto

VLC SPORTS



Agenda anual de eventos deportivos

- Apoyo Hockey World Series, Madia y Maratón, Valencia Boat Show, Copa del Mundo de Triatlón, Mundial +40 Basket, Marcha Ciudad VLC, Optiorange y Copa del Rey de Vela

Acciones dirigidas a profesionales

- Asistencia a ferias del sector: IGTM e ISPO
- Fam trips con operadores de golf, fútbol, básquet, ciclismo, náuticos y multideportes. Visitas de inspección con federaciones y clubs deportivos
- Acciones de co-marketing con marcas deportivas
- Encuentro profesional de turismo náutico y deportivo junto a la VLC Boat Show

Acciones de comunicación y relaciones públicas

- Press trips: VLC Boat Show, Maratón VLC, Copa del Mundo Triatlón VLC y Marcha Ciudad VLC

Creación y comercialización de experiencias turísticas deportivas

Soportes y herramientas

- Mantenimiento sección sports visitvalencia.com
- Merchandising y soportes para deportes específicos

PLAN 1. Desarrollo de Programas de Producto

VLC SHOPPING



Agenda anual de eventos

- Shopening Night

Acciones dirigidas a profesionales

- Comercialización de las rutas *Made in València*
- Acciones formativas, de sensibilización de comercios (SICTED)
- Networking y visitas de inspección a comercios asociados con prescriptores

Acciones de comunicación y relaciones públicas

- Campaña de Navidad
- Summit Shopping & Economy
- Plan de comunicación en medios y press trips con medios especializados en tendencias
- Difusión en redes sociales- especial incidencia en mercados ruso y chino

Soportes y herramientas

- Nueva sección *Shopping* en la Guía Turística y Plano específico shopping
- Creación apartado específico en *visitvalencia.com*
- Merchandising propio para el producto

MEDICAL DESTINATION



Acciones dirigidas a profesionales

- Participación con stand propio en FITUR Salud
- Organización de Encuentro Profesional internacional en València
- Ferias: IMTJ Medical Travel Summit y World Medical Tourism Congress
- Fam trips: con posibles operadores de Rusia, Alemania, Reino Unido y Holanda- en colaboración con ICEX

Acciones de comunicación y relaciones públicas

- Plan de comunicación en medios
- Participación en foros y acciones de Spaincares

Promoción en mercados

- Presentaciones en países objetivo ya mencionados

Soportes y herramientas

- Creación apartado específico en *visitvalencia.com*
- Audiovisual del producto

UNIQUE VALÈNCIA



Acciones dirigidas a profesionales

- Asistencia a la Feria ILTM en Cannes
- Marketing relacional y digital con intermediarios
- Difusión de la nueva marca transversal a través de acciones del resto de productos

Acciones de comunicación y relaciones públicas

- Difusión mediante las Agencias de Comunicación y a través de redes sociales en 8 idiomas
- Campañas de co-marketing online con marcas y medios exclusivos
- Inclusión de experiencias "UNIQUE" en press trips y famtrips

Acciones en mercados

- Promoción a través de todas las acciones en mercados

Soportes y herramientas

- Creación de la nueva marca Unique València
- Catálogo digital de experiencias "Unique" y nuevo microsite en la web visitvalencia.com
- Producción audiovisuales breves y nuevo reportaje fotográfico

PLAN 1. Desarrollo de Programas de Producto

FILM OFFICE



Acciones dirigidas a profesionales

- Ferias: Fitur Cine/Screen Tourism, AFCI Week, Cannes Marché du Film, Conecta Fiction, Festival de Cine de San Sebastián y Focus
- Fam trips con profesionales de la industria audiovisual nacionales (APPA, APCP) e internacionales (localizadores)
- Apoyo a solicitudes de rodaje

Acciones de comunicación y relaciones públicas

- Campaña publicitaria en medios especializados
- Pertenencia a asociaciones nacionales, europeas e internacionales: Spain Film Comission, European Film Comission Network, Association Film Comission International y Locations Managers Guild International
- Participación en Jornadas especializadas en el sector audiovisual

Apoyo a festivales de cine locales

- Cinema Jove, La Mostra y La Cabina

Soportes y herramientas

- Actualización rutas de cine
- Mantenimiento sección film office en visitvalencia.com
- Producción de material promocional

PLAN 1. Desarrollo de Programas de Producto

VLC CRUISES



Acciones dirigidas a profesionales

- Ferias: Seatrade Cruise Global, CLIA Executive Partner Summit, CLIA Port and Destination Forum, SeatradeMed Málaga, CLIA Port and Destination Summit e International Cruise Summit y Cruise World
- Fam trips con navieras europeas (APV) y norteamericanas (Turespaña)

Acciones de comunicación y relaciones públicas

- Press trips con medios especializados

Promoción en mercados

- Visitas y presentaciones comerciales conjuntas con la Autoridad Portuaria de Valencia

Soportes y herramientas

- Reedición guía profesional de cruceros

Acciones de bienvenida a pie de barco

VALÈNCIA NATURALEZA



Análisis estratégico y de diagnóstico del producto

Acciones de comunicación y con profesionales

- Plan de comunicación en medios
- Press trips: mostrar espacios y parques naturales en los programas con medios específicos y también generalistas
- Fam trips: con operadores de *birdwatching* y turismo activo

Soportes y herramientas

- Mantenimiento *visitvalencia.com*
- Merchandising
- Soportes específicos: folletos: Parque Natural de la Albufera, Jardines del Turia y Parque Natural del Turia

Creación de paquetes en turoperadores y agencias de viajes

PLAN 1. Desarrollo de Programas de Producto

IDIOMÁTICO Y DE APRENDIZAJE



Acciones dirigidas a profesionales

- Fam trips con operadores idiomáticos

Promoción en mercados

- Difusión de la oferta en presentaciones del destino

Soportes y herramientas

- Nueva sección web en visitvalencia.com: “Estudiar en Valencia”

EL FRONT DESK. OFICINAS DE TURISMO



El Front Desk - Oficinas de turismo

- Modernización oficinas: pantallas plasma, equipamientos información y ventas...
- Mejoras accesibilidad en las Tourist Info: guías de encaminamiento, bandas de contraste, planos fotoluminiscentes e impresión de planos tacto
- Comercialización de nuevos productos y servicios turísticos
- Lanzamiento de una nueva línea de merchandising
- Acciones promocionales ¡València, no te la acabas!

LA VALÈNCIA TOURIST CARD



La Valencia Tourist Card

- Evolución de la tarjeta a Móbilis Plus
- Conexión del proyecto puntos de utilización inteligente de la Tourist Card en el ecosistema de marketing digital
- Vinculación de tarjetas física y virtual a la APP
- Acceso a la información desde el portal de datos abiertos VLCi
- Implantación de Puntos Inteligentes: 42 lectores con tecnología NFC para seguir el comportamiento del visitante con la Valencia Tourist Card



ESTRATEGIA II
Actualizar la marca. Promoción más
segmentada y tecnológica

PLAN 3. Innovación y mejora en la atención al turista

ACTUALIZACIÓN DE LA MARCA Y MODERNIZACIÓN DE SOPORTES Y HERRAMIENTAS



Actualización de la marca

- Revisión de la marca y segmentación siguiendo el Plan Estratégico de Marketing Digital.
- Nuevas campañas de *inbound marketing* a través de automatización de procesos y con contenidos personalizados y contextualizados

PLAN 3. Innovación y mejora en la atención al turista

ACTUALIZACIÓN DE LA MARCA Y MODERNIZACIÓN DE SOPORTES Y HERRAMIENTAS



Una plataforma global de marketing online

- Desarrollo herramienta conjunta para los sistemas de venta Online y Offline (Omnicanalidad)
- Mejoras tecnológicas y de gestión en oficinas y web para adaptarse al proyecto de unión de sistemas de venta
- Creación de la zona de asociados online
- Integración de los datos del proyecto de València Tourist Card en los sistemas de inteligencia turística de Visit València
- Desarrollo de una APP con componentes avanzados: tarjeta turística, rutas accesibles, funcionalidades de geoposicionamiento...

LÍNEAS DE ACCIÓN EN LOS PRINCIPALES MERCADOS EMISORES

ESPAÑA

Acciones en canales profesionales

- Ferias: FITUR y workshops de CEAV, INTUR Negocios
- Acciones con OTAS
- Acciones World Paella Day en Sevilla

Acciones para público final

- Co-marketing con Vueling y Renfe
- Campañas en mobiliario exterior en Madrid y Barcelona
- Press trips: TVE, El Mundo Viajes, De Viajes y blogs de viaje

ITALIA

Acciones en canales profesionales

- Ferias: Roma Travel Show y TTG Travel Show
- Workshops Aeropuertos Bari y Venecia y Roadshow Norte y Sur de Italia
- Acciones directas: Día Mundial de la Tapa y World Paella Day

Acciones para público final

- Campañas de co-marketing con portales y de publicidad: IGP Decaux o similares y por el 40 Aniversario hermanamiento Bolonia-València
- Press trips y acciones de comunicación

LÍNEAS DE ACCIÓN EN LOS PRINCIPALES MERCADOS EMISORES

HOLANDA Y BÉLGICA

Acciones en canales profesionales

- Ferias: Salon de Vacances
- Acciones de promoción con Brussels Airlines (nueva ruta Bruselas)
- Día Mundial de la Tapa en Bélgica y World Paella Day
- Campaña con cadena de agentes independientes

Acciones para público final

- Campañas de co-marketing: TUI Bélgica, revista de cicloturismo belga y otros
- Press trips y acciones de comunicación en portales y medios

REINO UNIDO E IRLANDA

Acciones en canales profesionales

- Ferias: World Travel Market
- Fam Trips
- Presentaciones y Workshops: Travelbulletin y TTG
- Campañas OTA's y TTOO: Edreams, Secret Escapes.
- Acciones directas: World Paella Day y World Tapas Day

Acciones para público final

- Campañas de co-marketing con aeropuerto Belfast y compañías aéreas: Ryanair y Easyjet Holidays
- Press trips y campañas en medios: The Sun, The Telegraph, National Geographic Traveler, etc.

LÍNEAS DE ACCIÓN EN LOS PRINCIPALES MERCADOS EMISORES

ALEMANIA, AUSTRIA y SUIZA

Acciones en canales profesionales

- Ferias: ITB
- Fam trips con Willy Scharnow-Stiftung y ttoo LGTB y de turismo deportivo
- Formación online de agencias de viajes
- Promoción nueva ruta de Basilea con Easyjet

Acciones para público final

- Campaña de publicidad exterior en Düsseldorf y Berlín
- Press trips: turismo de compras, LGTB y deportivo

FRANCIA

Acciones en canales profesionales

- Ferias: IFTM Top Resa y Salon des Blogueurs de Voyage
- Workshop con el Aeropuerto de Toulouse
- Acciones directas: Día Mundial de la Tapa y World Paella Day

Acciones para público final

- Campaña de publicidad en autobuses o mobiliario urbano y radios en Nantes
- Press trips: *Le Figaro* y otros

LÍNEAS DE ACCIÓN EN LOS PRINCIPALES MERCADOS EMISORES

RUSIA / TURQUÍA /EUROPA DEL ESTE

Acciones en canales profesionales

- Ferias: MITT Moscú y UITT Kiev
- Workshop de Turespaña en Turquía
- Presentación de destino en Atenas
- Fam trips de operadores MICE, de turismo deportivo y facilitadores médicos rusos

Acciones para público final

- Press trips Hungría, Eslovenia, Turquía y Rep. Checa
- Acciones con redes sociales en ruso

PAÍSES NÓRDICOS

Acciones en canales profesionales

- Presencia en Travalmatch en Oslo
- Acciones de promoción relacionadas con la nueva ruta de SAS en Oslo
- Acciones de comunicación en colaboración con las Oficinas de Turespaña
- Fam trips y acciones de co-marketing

Acciones para público final

- Press trips

LÍNEAS DE ACCIÓN EN LOS PRINCIPALES MERCADOS EMISORES

AMÉRICA

Acciones en canales profesionales

- Jornadas de Turespaña
- Presentaciones de destino en Estados Unidos
- Fam trips: Estados Unidos, Canadá, Argentina, México y Brasil

Acciones para público final

- Acciones directas: Día de la Tapa y World Paella Day
- Co-marketing con Transat Canadá
- Press trips: Estados Unidos, Canadá, México y Colombia con medios dirigidos a turista cosmopolita. Guía de València para Argentina y América Latina.

ASIA / AUSTRALIA

Acciones en canales profesionales

- Presentaciones de destino en China
- Jornadas de Turespaña en China
- Fam trips de China y Japón

Acciones para público final

- Redes sociales y marketing digital en chino
- Acciones directas: World Paella Day
- Press trips China y Japón

MARKETING RELACIONAL Y ACCIONES CON AEROLÍNEAS



Mejora de la conectividad

- Presencia en los principales foros: Europe Routes en Bergen y World Routes en Milán
- Colaboración en el *V FLY València Meeting* con CEAV
- Co-marketing con aerolíneas y aeropuertos para consolidar las conexiones existentes
- Campañas locales en mobiliario público



ESTRATEGIA III
Un destino inteligente y sostenible

TECNOLOGÍA, INNOVACIÓN Y CONOCIMIENTO AL SERVICIO DEL SECTOR



Implementación del Sistema de Inteligencia Turística (SIT)

- Desarrollo plataforma informática segunda fase del SIT
- Patrón de consumo y del perfil de la demanda del consumidor: investigación en origen y en destino. Difusión de la información a través del SIT
- Monitorización de la oferta real de apartamentos turísticos
- Incorporación de nuevas fuentes de Big Data en estudio: análisis de webs de intermediación de alojamiento, gasto con tarjetas de crédito, geoposicionamiento (operadoras telefónicas) y análisis de redes sociales.

PLAN 6. València, un destino más inteligente

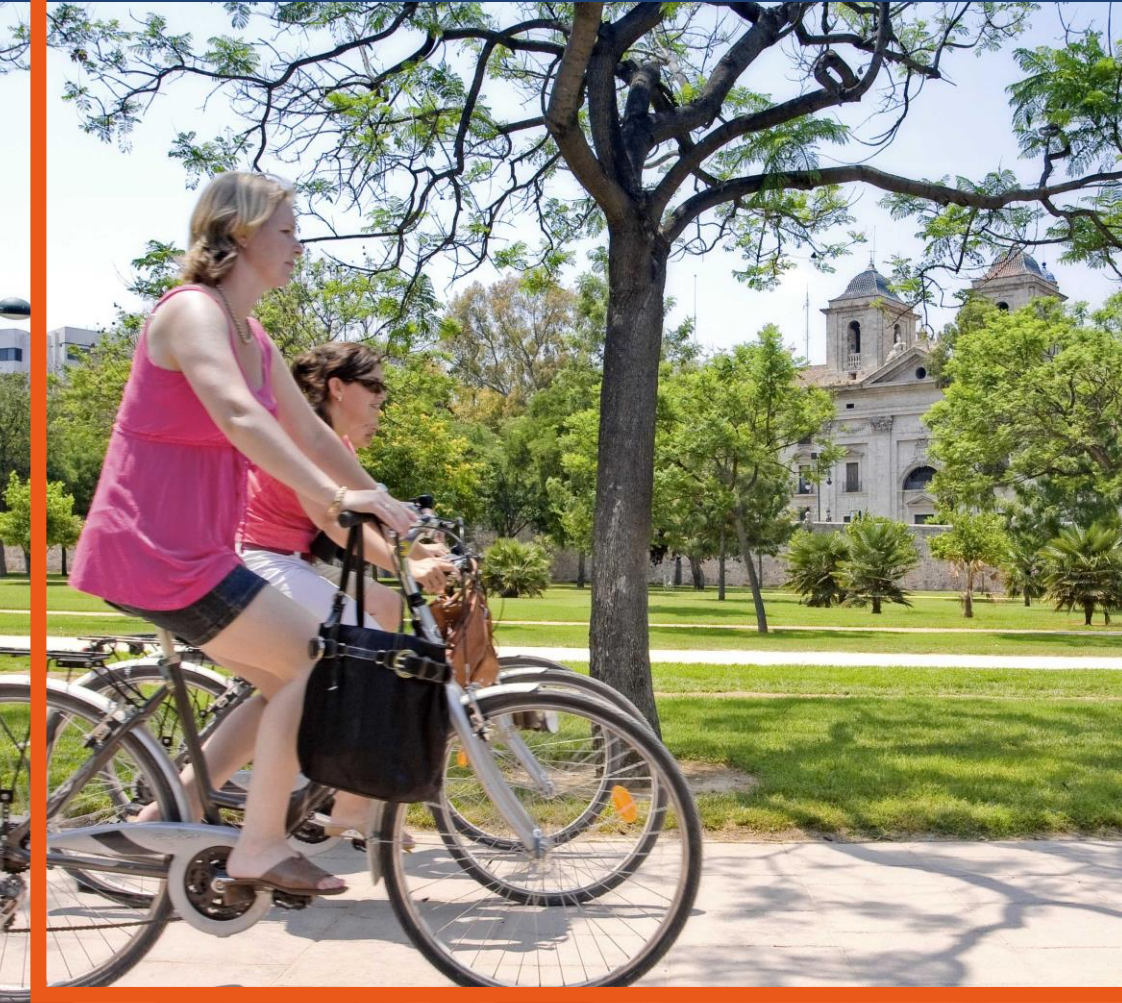
TECNOLOGÍA, INNOVACIÓN Y CONOCIMIENTO AL SERVICIO DEL SECTOR



Plan de Digitalización

- Avance en digitalización interna mediante la contratación de asesoramiento especializado (PMO -project management office-).
- Implementación CRM –Customer Relationship Management- para mejorar la comunicación con contactos profesionales (en mercados y en València).
- Redefinición de procesos administrativos previos a la implementación de un sistema de gestión (ERP -Enterprise Resource Planning-).
- Mejora de productividad y trabajo en equipo mediante uso avanzado de Office 365.

UN DESTINO SOSTENIBLE Y ACCESIBLE



Destino sostenible social y medioambientalmente

- Diseño y desarrollo del Plan de Turismo Sostenible de la Ciudad: evaluación de la situación actual y trazando líneas de acción consensuadas con todos los actores implicados
- Desarrollo del observatorio de turismo sostenible de Valencia, en la red de INSTO de la OMT

Destino accesible

- Promover VLC como destino accesible para todos los públicos
- Impulsar la mejora en la oferta de servicios y en las infraestructuras de la ciudad
- Alcanzar notoriedad de VLC como destino accesible (promoción y desarrollo oferta)

MEJORA PERMANENTE DE LA CALIDAD Y PROMOCIÓN DEL TALENTO



Mejora permanente de la calidad



- Adaptar el proyecto SICTED a la estrategia de promoción de Visit València integrando la calidad en los programas de producto e incorporando a sus representantes a la Mesa de Calidad
- Aportar valor añadido a través del conocimiento generado por la Fundación
- Participación en el Comité de Interdestinos Nacional de SICTED

Promoción del talento

- Nuevo ciclo de jornadas *Urban Tourism Trends* sobre: Sostenibilidad, Cultura, VLC Film Office y los mercados holandés e italiano
- Difusión y colaboración Programa de Innovación de Invat.tur



ESTRATEGIA IV
Gobernanza transparente, eficiente
y colaborativa

COMPROMISO Y COLABORACIÓN



Nuevo marco institucional para la gestión responsable del destino

- Asistencia y apoyo a Concejalía y al Servicio Municipal de Turismo
 - ✓ Participación en órgano gestor de Playas
 - ✓ Grupo de trabajo con el Servicio de Movilidad sobre Bus Turístico
 - ✓ Pertenencia *Silk Cities Network* impulsada por Lyon
- Dinamización Comisión de Coordinación Turística Municipal
- Apoyo al Consejo Municipal de Turismo y participación en comisiones de trabajo.
- Mantenimiento de la sección Turismo y ciudad de visitavalencia.com

MEJORAS, PROTAGONISMO EMPRESARIAL Y TRANSPARENCIA



Adaptación estructura Fundación a la nueva misión

- Mejora continua de los procesos internos según las siguientes certificaciones



Mayor protagonismo empresarial en la gestión

- Avanzar en la constitución de asambleas y comités ejecutivos de nuevos programas (Naturaleza y Estudios e idiomático)

Desarrollo de negocio

- Mejora de los canales de venta de servicios y productos
- Análisis y propuestas en el desarrollo de nuevos servicios y gestión de recursos

Programa de transparencia

- Mantenimiento Portal de Transparencia, en colaboración con el Ayuntamiento

VISITVALENCIA.COM

VLC ■ VALÈNCIA



Muchas gracias