



Plan de Marketing Turístico

Benissa |2020|



Plan de Marketing Turístico

Benissa |2020|

■ Análisis del Destino

Modelo dual (costa - interior) con separación física muy marcada (10 km.), distribución edificatoria dispersa y alta estacionalidad.

Núcleos de población polarizados (costa residente extranjero-interior residente local).

Modelo turístico de **sol y playa maduro y no segmentado** fundamentado en mucha infraestructura residencial y poca oferta hotelera.

Producto turístico indefinido (mucha oferta turística genérica pero no convertible en consumo).

Patrimonio natural protegido sin una adecuada adaptación al uso turístico-recreativo.

Patrimonio cultural con necesidad de intervención, alguno de carácter privado.

Difícil delimitación entre municipios litorales (Calp i Moraira).

Sin un posicionamiento claro en el mercado.

Estrategia de comunicación sin un argumento base (relato turístico).

Empresariado poco profesionalizado, con motivaciones distintas según procedencia, sin estructura asociativa empresarial, sí deportiva muy significativa.

Personal técnico de turismo bien formado, motivado pero poco respaldado.

Visión, Misión y Objetivos del Plan

Benissa |2020|

Visión (Propuesta de lo que se debe ser en el futuro)



Benissa ha de ser un destino fundamentado en su marcado carácter mediterráneo, auténtico en lo que respecta a su identidad natural y cultural, abierto y cercano, donde vivir experiencias en la calle, en la montaña, en el mar, siempre al aire libre.

Misión (Marco de referencia que debe orientar las acciones)



Se asienta en la coordinación y colaboración entre actores públicos, privados y civiles para conformar una marca-destino de referencia en experiencias activas multiproducto.

Objetivos

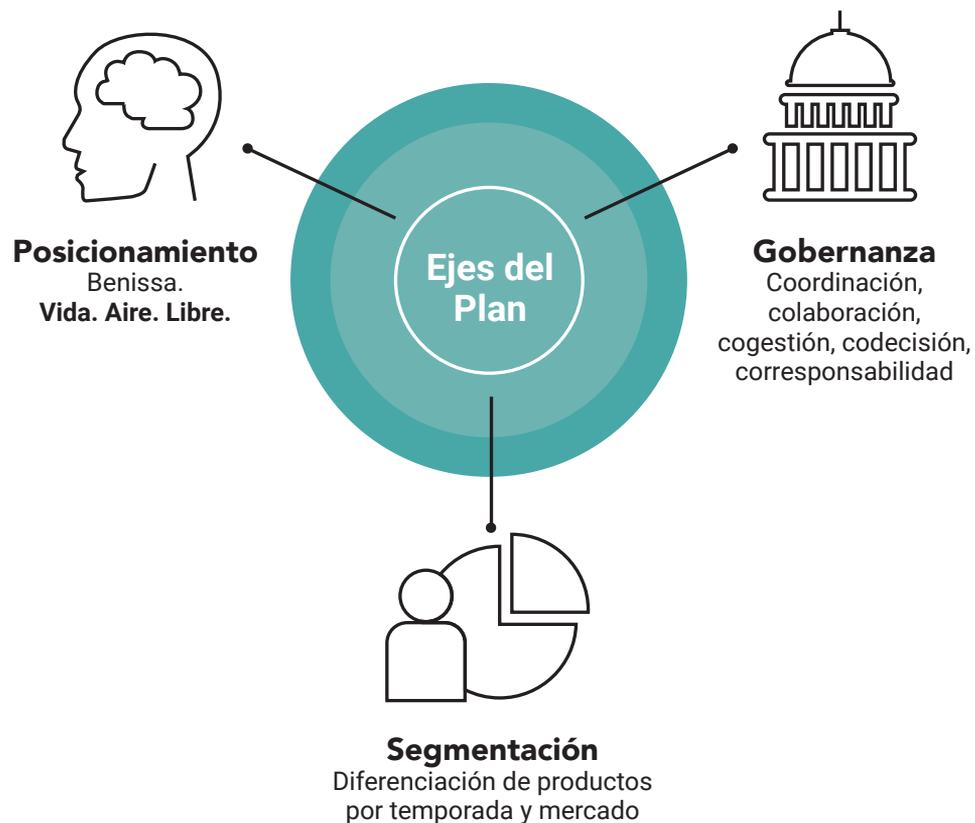


- OJ.1** Posicionar a Benissa como destino para la práctica de actividades deportivas al aire libre durante todo el año
- OJ.2** Articular los recursos naturales (mar y montaña) para conseguir una oferta experiencial de base territorial asentada en el carácter propio de su orografía.
- OJ.3** Activar los recursos culturales y gastronómicos para su conversión en productos turísticos complementarios
- OJ.4** Diversificar la composición de la demanda en función de la estación
- OJ.5** Fomentar la colaboración público-privada para el desarrollo de productos tructores al destino
- OJ.6** Diseñar un relato turístico coherente que conecte la comunicación de todos los canales de difusión
- OJ.7** Impulsar la creación de estructuras empresariales asociativas que mejoren el posicionamiento y la comercialización de productos gastronómicos

Ejes sobre los que se asienta el Plan

La propuesta a futuro para Benissa es convertirse en un espacio donde vivir experiencias en la calle, en la montaña, en el mar, siempre al aire libre. Y esta visión se fundamenta en su marcado carácter mediterráneo, auténtico en lo que respecta a su identidad natural y cultural, abierto y cercano.

Ejes sobre los que se asienta el Plan



Ejes, programas y principales actuaciones del Plan



LE1

Línea Estratégica 1 Cogestión del turismo

El desarrollo de actividades enfocadas al turismo requiere, necesariamente, de una coordinación entre departamentos del ayuntamiento, y de la colaboración de estos con asociaciones deportivas y actores empresariales.



LE2

Línea Estratégica 2 Producto y segmentación

Redefinir y ampliar la cartera de productos turísticos de Benissa, considerando los atractivos diferenciales del territorio y los targets con mayor capacidad para satisfacer sus expectativas.



LE3

Línea Estratégica 3 Comunicación

Difundir entre el target, instituciones públicas y actores privados la personalidad de Benissa como destino turístico a través de canales online y offline de manera integral y organizada.

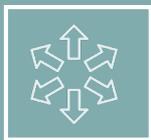
Ejes, programas y principales actuaciones del Plan



LE4

Línea Estratégica 4 Imagen y posicionamiento

Reorientar la imagen de Benissa hacia atributos vinculados con la vida mediterránea y, en concreto, a las experiencias al aire libre (actividades deportivas en la montaña, actividades culturales en la calle, actividades de ocio en el mar).



LE5

Línea Estratégica 5 Distribución

Poner a disposición del mercado una oferta coherente con la temporada para facilitar el consumo de experiencias turísticas en Benissa.



LE6

Línea Estratégica 6 Inteligencia y monitorización

Incorporar nuevas fuentes de información para la mejora de la toma de decisiones en la gestión del destino.