

A landscape photograph of Lanzarote, Spain, featuring several volcanic hills. In the foreground, a reddish-brown hill with a small fort on its peak is visible. In the background, two large, conical volcanic hills rise against a clear blue sky. The ground is covered in sparse, dry vegetation.

COMUNICACIÓN & MARKETING

#LoveLanzarote

Relanzamiento del destino en contexto Covid-19
Junio 2020

TurismoLanzarote

El presente documento ha sido elaborado en las últimas semanas por Turismo Lanzarote considerando la evolución positiva de la pandemia del coronavirus en Canarias y tras la reciente comunicación del Gobierno sobre la apertura de nuestro país para los turistas internacionales en julio con el previsible alcance de la fase de 'nueva normalidad' de nuestra isla al finalizar el estado de alarma el próximo 21 de junio. Las acciones de comunicación y marketing se iniciarán así en el presente mes de junio en cuanto se vaya produciendo el levantamiento de las restricciones a la movilidad en los mercados emisores.

Este documento no se considerará definitivo ya que la estrategia de comunicación y marketing pudiera sufrir alteraciones en el actual contexto. De esta forma, Turismo Lanzarote modulará las actuaciones promocionales, con énfasis en aquellos que ya están mostrando signos de recuperación.

Leyenda iconos del documento:



Acceso link



Completado



En proceso



Pendiente



Play



OBJETIVOS PRINCIPALES DE #COMUNICACIÓN&MARKETING

#1 Adaptar la promoción turística al nuevo contexto turístico ocasionado por la crisis de la Covid-19.

#2 Generar confianza y seguridad en el destino Lanzarote a través de la calidad, huyendo de las afluencias masivas.

#3 Mejorar la competitividad frente a otros destinos adaptando la comunicación y la actividad promocional a la demanda actual del visitante.

#4 Ampliar las fórmulas de promoción y recursos de información disponibles.

#5 Recuperar las conexiones con destinos nacionales y europeos.

#6 Posicionar Lanzarote en un destino para el turista Premium.

#7 Fortalecer las alianzas y colaboraciones con el sector turístico europeo, nacional y regional.

#8 Aumentar la percepción de seguridad de Lanzarote en los mercados emisores.

EJES DE TRABAJO Y COMUNICACIÓN

Oferta de destino: Sostenibilidad, seguridad y calidad

Dinámicas de trabajo

Proyecto CANARIAS FORTALEZA

Restablecimiento conectividad

Restablecimiento campañas co-marketing

Líneas aéreas, Turoperadores y OTAs: mercado
local-regional, nacional e internacional

Acciones complementarias: Turespaña, Promotur

Acciones expositivas/Ferias online

Marketing Digital: #Lanzarote #LoveLanzarote

Marketing de productos: ESD, MICE, LFC, LMF, Alojamientos
Singulares, Signature Lanzarote, Saborea Lanzarote.



OFERTA DE DESTINO: sostenibilidad, seguridad y calidad

El confinamiento provocado por la pandemia no muestra indicios de haber quitado las ganas de viajar en los turistas mientras que la disponibilidad económica lo permita.

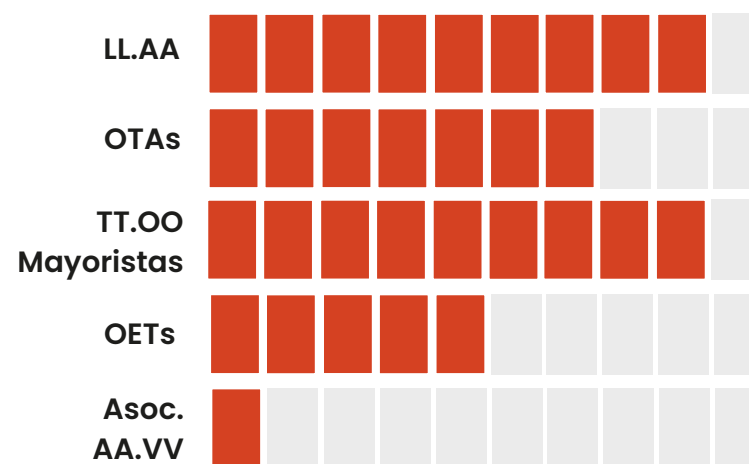
La vuelta a la “nueva normalidad” pasa por recuperar ilusiones y optar por destinos que garanticen el **distanciamiento social**, huyendo del turismo de masas, reforzando la **calidad** en toda la cadena de valor del destino, además de la **seguridad sanitaria**.

La singularidad de la isla, no solo en materia de **sostenibilidad** y **paisajística** sino también **artística, cultural** y **gastronómica** reúne las condiciones idóneas para dar la bienvenida de nuevo a los turistas post Covid-19.



DINÁMICAS DE TRABAJO

En el mes de mayo, Turismo Lanzarote (TL) y la Federación Turística de Lanzarote (FTL) han mantenido más de **35 reuniones** con los principales actores del sector turístico nacional y europeo hacia Lanzarote (**aerolíneas, OTAs, turoperadores**, red de **Oficinas Españolas de Turismo** en el exterior y **asociaciones de agencias de viajes**)



Paralelamente, como órgano gestor del destino también han tenido lugar reuniones con otros organismos insulares (Cabildo, Aytos., CACT).

Se mantendrán igualmente reuniones con las **mesas de trabajo** del ente promocional y subsectores de la actividad turística local para identificar las sinergias de promoción resultantes de la crisis sanitaria.



PROYECTO CANARIAS FORTALEZA

Por iniciativa del Gobierno de Canarias, a través de Promotur Turismo de Canarias desde Turismo Lanzarote se participará en los diferentes grupos de trabajo definidos para **identificar e implantar los protocolos sanitarios adecuados.**

El proyecto se compone de 18 grupos, cada uno correspondiente a una categoría específica (líneas aéreas, alojamiento, infraestructuras o puntos de interés turístico, entre otras).

La finalidad de la metodología de trabajo es la de implicar a todas las islas en la reactivación del sector turístico poniendo por delante la seguridad de ciudadanos y turistas.

RESTABLECIMIENTO CONECTIVIDAD



Acuerdos de co-marketing con aerolíneas para la promoción en rutas regionales, nacionales e internacionales.

El 15 de mayo el aeropuerto César Manrique-Lanzarote es designado de emergencia sanitaria por el Gobierno.

El Cabildo solicita al Gobierno de Canarias para que la isla sea receptora del primer vuelo piloto con pasaporte sanitario digital con el respaldo de la OMT.



**Conectividad aérea regular y
chárter a Lanzarote VERANO 2020**

Origen	Vuelos directos Verano 2020
España Regional	91
España Peninsular	60
Reino Unido	30
Irlanda	19
Alemania	18
Italia	6
Francia	5
Países Bajos	5
Bélgica	3
Suiza	3
Dinamarca	0
Luxemburgo	0
Polonia	0
Portugal	0
República Checa	0

RESTABLECIMIENTO CAMPAÑAS CO-MARKETING

Desde junio se reactivarán las campañas de co-marketing que se paralizaron tras la declaración del estado de alarma en nuestro país.

Estos acuerdos permiten la ejecución de actividades de marketing en soportes online y offline a través de colaboraciones con aerolíneas, turoperadores/mayoristas y OTAs en los mercados emisores.

Se espera así reactivar la llegada de turistas a la isla a través de alianzas con actores turísticos estratégicos.



LL.AA, TT.OO y OTAs Mercado Local-Regional

Cobra importancia fundamental que el lanzaroteño veranee en su isla y estimular el apego y la identidad del canario con las islas.

Ejecución plan de promoción en soportes visuales en los 7 aeropuertos canarios y acuerdos con aerolíneas y navieras.

PREVISIÓN MARKETING:



JULIO

Creación de contenidos para campañas.

Acciones marketing: on line, off line, B2C.

Ejemplo pantallas
video-wall en Tenerife



LL.AA, TT.OO y OTAs Mercado Nacional



La movilidad entre provincias estará permitida una vez finalice la **Fase 3** de la desescalada. En junio está prevista la reactivación de campañas de marketing paralizadas por el estallido de la crisis sanitaria y la contratación de nuevas.

PREVISIÓN MARKETING:



JUNIO

Creación de contenidos para campañas.

Acciones marketing: on line, off line, B2C, B2B, newsletters, micro sites, webinars, prensa especializada y genérica.



LL.AA, TT.OO y OTAs Mercado Internacional

La activación de las campañas de marketing se realizará conforme se vayan levantando las restricciones de movimientos en los principales mercados emisores y aquellos de menor afluencia de turistas.

PREVISIÓN MARKETING:



JUNIO: 



JULIO:  



JULIO - AGOSTO:  

Creación de contenidos para campañas.

Acciones marketing: on line, off line, B2C, B2B, newsletters, micro sites, webinars, prensa especializada y genérica.

ACCIONES COMPLEMENTARIAS

Planes de Comunicación

ALEMANIA

Agencia AHM PR (*) "Arranque del Turismo":

- Envío Newsletters
- Nota de prensa
- Viaje de prensa
- Campaña radio

Difusión y alcance en medios de Alemania, Suiza y Austria. Inicio junio.
NP a distribuir entre los mejores medios de comunicación de Alemania (ej. Süddeutsche Zeitung (SZ) o el Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ), con tiradas que alcanzan los de 0,5 millones de lectores diarios, y regionales.

(*)Agencia de comunicación con contrato colaborador con Turismo

REINO UNIDO



Plan de comunicación agencia [Lotus](#)



ACCIONES COMPLEMENTARIAS



Colaboración institucional: OETs, Promotur

 Fam y Press OET Irlanda

 Viajes de agentes y prensa, sujeto a reactivación de la actividad promocional de los organismos.

Campaña inspiracional

 Creación, realización audiovisual y difusión multicanal de **contenido** asociado a una historia con los principales recursos naturales y turísticos de nuestra isla.

Webinars Lanzarote

 Hosteltur: Destinos Españoles: Sostenibilidad, Logitravel.

 Nautalia



ACCIONES COMPLEMENTARIAS

Medios de Comunicación



Colaboraciones:

- ✓ TV Canaria – Programa Noveleros
- ✓ TV Canaria – Programa Una Hora Menos
- ✓ Virgin Media Irlanda
Entrevista con mención a Lanzarote 



Cuatro – Viajeros cuatro



- ✓ Sunday Independent 
- ✓ Ireland's Travel Trade Network 



- ✓ Intervención Capital Radio
-  Intervención Channel 5 News



ACCIONES COMPLEMENTARIAS

Líneas Aéreas | Turoperación | Asociaciones



Mención IG story : @turismolzt (15.05)

Mención IG: @turismolzt por el día de Canarias



Newsletter 1

Newsletter 2

Newsletter 3



Post 1

Post 2

ITAA

Posdcast 1

Posdcast 2

Posdcast 3

AIR AND TRAVEL IRLANDA

Podcast

ACCIONES EXPOSITIVAS FERIAS ON LINE

La cancelación de ferias y conferencias físicas ha disparado la demanda de plataformas para la celebración de eventos virtuales.

En junio, Turismo Lanzarote dará el pistoletazo de salida con la participación en la primera feria de viajes virtual surgida tras la Covid-19. Otras ferias en las que Turismo Lanzarote tenía confirmada su asistencia ya están anunciando su reconversión virtual para este año.

De esta forma se mantendrá la acción expositiva en ferias genéricas, profesionales y de producto.

Asimismo, durante el periodo de confinamiento se han estado revisando contenidos de materiales promocionales y se trabaja en la traducción al neerlandés de la web promocional.



**Actualización Calendario
de Ferias y Promociones**



MARKETING DIGITAL

#Lanzarote #LoveLanzarote

La comunicación en las redes sociales de Turismo Lanzarote continuará siendo **clave** para el posicionamiento del destino en nuestra comunidad virtual.

Mensajes **inspiradores** y alineados con la **sensibilidad** del contexto.

Participación en acciones **B2B** en destacados boletines del sector como el webinar Hosteltur sobre destinos sostenibles el 03 de junio.

- ⚙ Implementación de campañas de pago.
- ⚙ Contenidos Blog
- ⚙ Newsletter
- ⚙ Publicaciones RRSS



Spot #LoveLanzarote

Alcance: **430.879** (*)

Compartido: **2.567**

(*) Mayor al haber sido publicado en las redes sociales de Islas Canarias.

Compartido mayoristas:

Viajes Eroski, Logitravel, Sunway, Soltour...

MARKETING DIGITAL

#Lanzarote #LoveLanzarote

Visitas a la web (01.01-04.06): **449.378**

Facebook Turismo Lzt: **56.052**

Facebook Visit Lzt: **17.475**

Instagram: **24.605**

Twitter: **21.812**



Semana Santa Virtual

Alcance: **174.383**

Compartido: **788**



Post posterior Estado de Alarma

Alcance: **18.965**

Compartido: **71**



Post Inspiracional

Alcance: **26.465**

Compartido: **36**

MARKETING DIGITAL B2B

Participación en acciones **B2B** en destacados boletines del sector.



Banner Asistencia a turistas durante Covid-19, #LoveLanzarote

Notas de prensa

Patrocinio seminarios on line

Webinar Hosteltur : Destinos españoles, sostenibilidad



Banner #LoveLanzarote

Notas de prensa



Banner GIF Tourinews



Banner GIF Hosteltur

MARKETING DE PRODUCTOS

ESD, MICE, LMF, LFC, Signature Lanzarote, Alojamientos Singulares, Superyacht Destination, Saborea Lanzarote



WEBINARS



Participación equipo marketing Turismo Lanzarote en diferentes webinars, de temáticas relacionadas con las mesas de trabajo, para identificar la situación real de los diferentes productos turísticos.



e-REUNIONES



Organizadores eventos Calendario Deportivo Lanzarote European Sports Destination; Lanzarote Superyacht Destination; consultora ICF Proyecto Lanzarote Premium, Saborea Lanzarote.



CONTACTO E-MAIL, TELEFÓNICO:



Lanzarote Film Commission, MICE, Alojamientos Singulares.



e-REUNIONES



A realizar con las mesas de trabajo Turismo Lanzarote con el fin de establecer sinergias de comunicación y marketing en este nuevo contexto.

MARKETING DE PRODUCTOS

[illegible]

IMPLEMENTACIÓN

MERCADO CANAL	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
ONLINE	Publicaciones Turismo Lanzarote	Publicaciones/comunicaciones genéricas y de producto en redes sociales Turismo Lanzarote (FB, TW, IG). Newsletters, contenido blogs, web.										
ONLINE	Reuniones Virtuales	TT.OO, AA.LL, OTAs y OETs. Mercados emisores.										
ONLINE	Ferias Virtuales	Participación en genéricas, profesionales y de producto										
ONLINE	Canarias Fortaleza	Mesas de trabajo para la definición de protocolos sanitarios										
ONLINE	Reuniones Virtuales	Productos turísticos para identificación de sinergias										
ONLINE	Acciones de refuerzo	Plan AHM PR, Campaña inspiracional, Webinars										
OFFLINE	Acciones de refuerzo	Medios de comunicación, Colaboración institucional (press, fam),										
	Comunicación	Publicidad aeropuertos canarios										
	Campaña Marketing	Reactivación de campañas y ejecución nuevas										
	Campaña Marketing	Ejecución de campañas										
	Campaña Marketing	Ejecución de campañas										
	Campaña Marketing	Ejecución de campañas										
	Campaña Marketing	Ejecución de campañas										
	Campaña Marketing	Ejecución de campañas										

Importante: calendario sujeto a la evolución sanitaria en mercados emisores

ANEXOS.

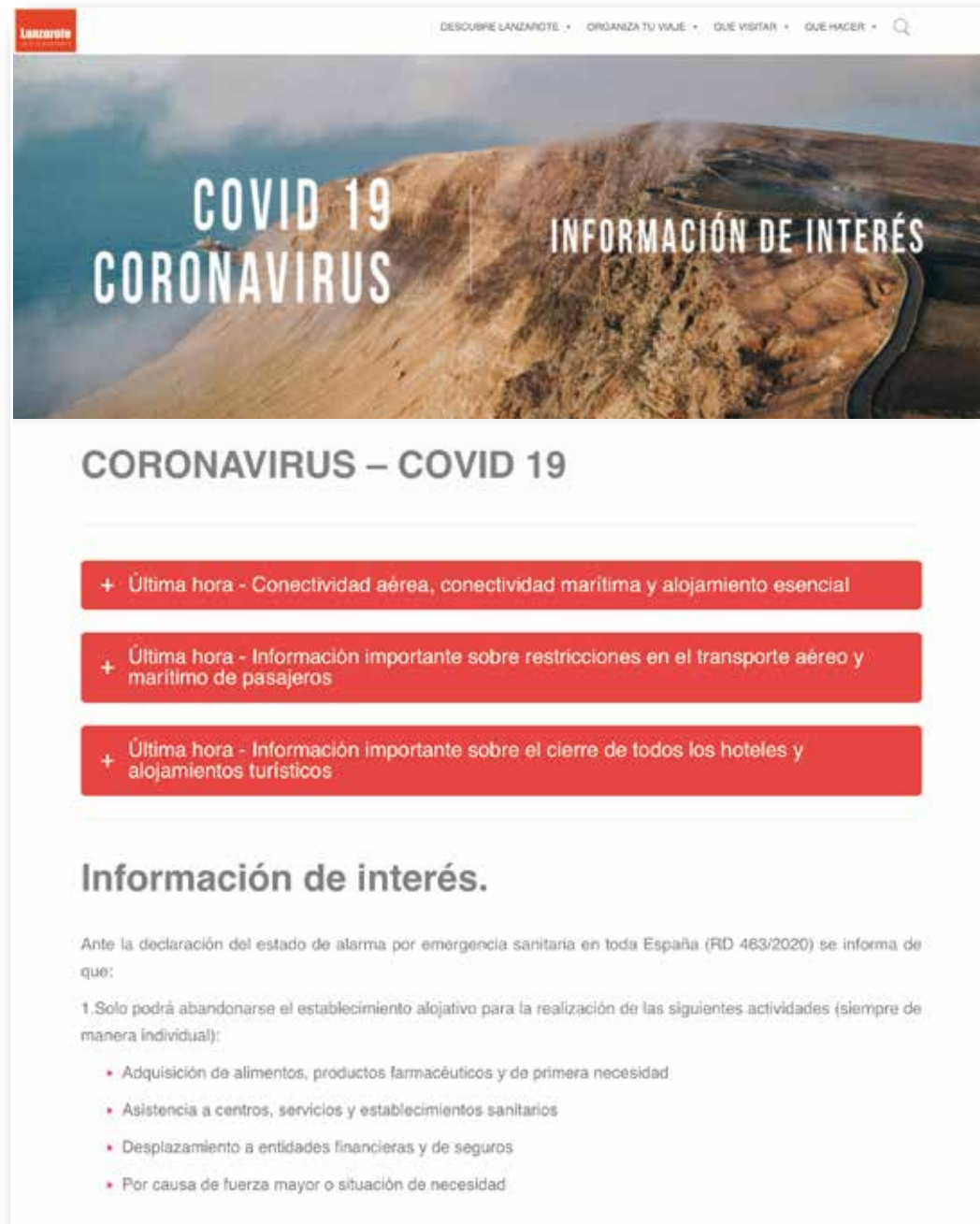
Comunicación COVID -19

Turismo Lanzarote

 Newsletters: 3 promocionales (5 idiomas) y 17 corporativas, semanal Noticias destacadas.

 Más de 90 solicitudes alojamiento desde el 01 de abril (personal sanitario, fuerzas de seguridad, positivos Covid, 4 establecimientos).

 320 llamadas atendidas asistencia a turistas 13.04-15.04



The screenshot shows the Turismo Lanzarote website with a header navigation bar containing links: DESCUBRE LANZAROTE, ORGANIZA TU VIAJE, QUE VISITAR, and QUE HACER. The main banner features a landscape image with the text "COVID 19 CORONAVIRUS" and "INFORMACIÓN DE INTERÉS". Below the banner, the section "CORONAVIRUS – COVID 19" contains three red buttons with white text: "+ Última hora - Conectividad aérea, conectividad marítima y alojamiento esencial", "+ Última hora - Información importante sobre restricciones en el transporte aéreo y marítimo de pasajeros", and "+ Última hora - Información importante sobre el cierre de todos los hoteles y alojamientos turísticos". The "Información de interés." section follows, stating that due to the state of alarm, only specific activities are permitted, listed in a bulleted format: acquisition of food and necessities, assistance at health centers, displacement to financial entities, and force majeure.

DESCUBRE LANZAROTE • ORGANIZA TU VIAJE • QUE VISITAR • QUE HACER •

COVID 19 CORONAVIRUS

INFORMACIÓN DE INTERÉS

CORONAVIRUS – COVID 19

- + Última hora - Conectividad aérea, conectividad marítima y alojamiento esencial
- + Última hora - Información importante sobre restricciones en el transporte aéreo y marítimo de pasajeros
- + Última hora - Información importante sobre el cierre de todos los hoteles y alojamientos turísticos

Información de interés.

Ante la declaración del estado de alarma por emergencia sanitaria en toda España (RD 463/2020) se informa de que:

1. Solo podrá abandonarse el establecimiento alojativo para la realización de las siguientes actividades (siempre de manera individual):

- Adquisición de alimentos, productos farmacéuticos y de primera necesidad
- Asistencia a centros, servicios y establecimientos sanitarios
- Desplazamiento a entidades financieras y de seguros
- Por causa de fuerza mayor o situación de necesidad

TurismoLanzarote

www.turismolanzarote.com