

MEMORIA DE ACTIVIDADES 2022



CIFRAS

★ **214** Acciones

★ **23** Países

MEDIOS

 **Prensa**
126
Periodistas

 **Influencers**
24 Mill.
Impactos

ACCIONES

FERIAS **34**
.....

PRESS Y **29**
BLOG TRIPS
.....

WORKSHOPS **20**
.....

PRESENTACIONES **54**
.....

FAMTRIPS **17**
.....

OTROS (PROYECTOS, **60**
COLABORACIONES, CO-MARKETING, ETC.)
.....

ONLINE



1.939.675

Visitas VisitBenidorm.es

647.000

Visitas VisitBenidorm.travel



26.667.122

Impresiones



479.648

"Me Gusta"



11.441.976

Visualizaciones



1.696

Tweets

CAMPAÑAS

8 Campañas de
Publicidad y Co-MK

4 Países

20 TTOO y OTAs

411 Millones de
Impactos



ÍNDICE

PROMOCIÓN

- 4 Ferias
- 9 Workshops
- 13 Presentaciones y Webinars
- 19 Presstrips
- 23 Blogtrips e Influencers
- 28 Famtrips
- 31 Publicidad y Co-Marketing
- 43 Colaboraciones y Relaciones Institucionales
- 48 Proyectos

BIG DATA

- 51 Inteligencia Turística

ONLINE

- 56 Web
- 58 Facebook
- 60 Twitter
- 61 Instagram
- 62 Youtube
- 62 LinkedIn
- 63 Tik Tok
- 64 Blog Life In Benidorm
- 65 Wikiloc
- 66 Email Marketing

PROMOCIÓN

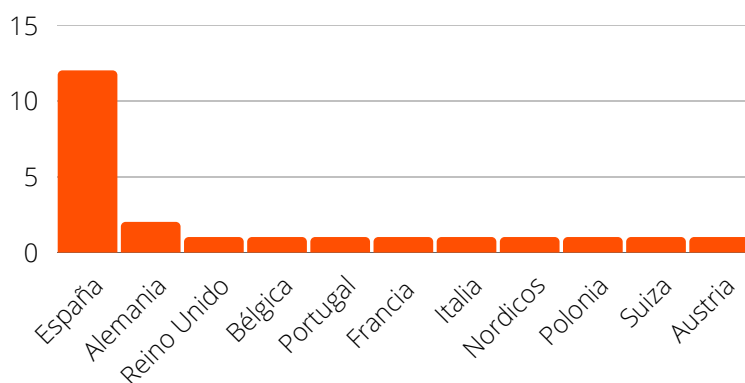


FERIAS Y STREET MARKETING

Las ferias de turismo son eventos de carácter público y profesional que tienen como finalidad primordial la exposición, muestra y difusión de la oferta de bienes y servicios del sector turístico, para contribuir a su conocimiento y comercialización.

En el aspecto de promoción, una feria turística puede servir para recalcar por medio de la publicidad y comunicación las ventajas de un determinado destino o producto frente a aquellos que son su competencia relevante o más directa: mayor calidad, mejores accesos, mejores precios, o cualquier otra variable de la operación turística. Esta función de promoción puede ir destinada tanto al público en general como al público profesional.

Entre presenciales, virtuales y Street Marketing, Visit Benidorm, participó en 2022 en un total de **34 ferias**. Un número considerable teniendo en cuenta que una parte de las ferias y eventos programados sobre todo a principio de año, fueron suspendidos.



En España, durante este año y se ha recuperado la presencialidad en las ferias. Visit Benidorm ha estado presente en un total de 12 certámenes de carácter nacional.

Durante los primeros meses del año, algunas ferias europeas se cancelaron o, Sin embargo, a nivel nacional, las restricciones no eran tan fuertes y Visit Benidorm pudo participar en enero en la feria de **Fitur (1)** y en **Fitur LGBT (2)**. Ya para febrero, Benidorm pudo participar en la feria danesa de **For Alle (3)**, en **Navartur (4)** y el primer trimestre concluía con la participación en marzo en la feria **Utazas (5)** de Hungría y el festival **MTT Wroclaw (6)** de Polonia



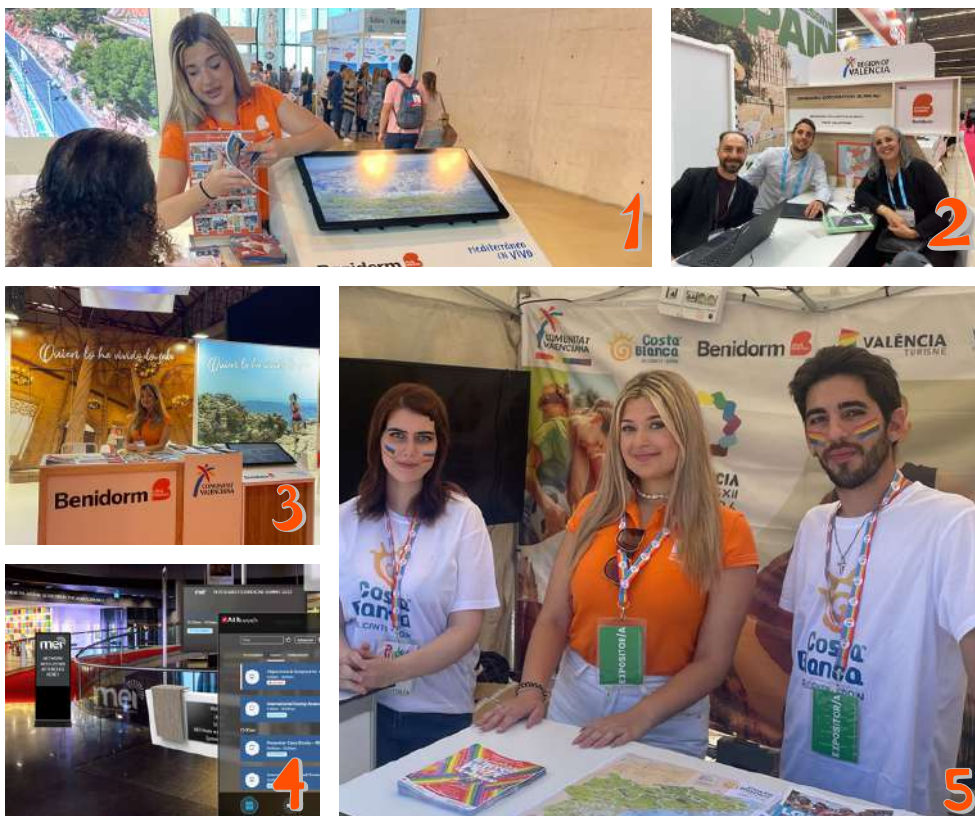
Marzo y Abril concluían con cinco importantes certámenes como son la **Feria del Cicloturismo (1)** de Milán, el **Salon des Vacances (2)** de Bruselas y la **BTL (3)** de Portugal. Y en abril, Visit Benidorm participó en otros dos eventos, **B-Travel (4)** de Barcelona y **Expodeport (5)** en Madrid.



Para mayo, Visit Benidorm estaba presente en la **SeniorMassan (1)** de Holanda, la feria **Expovacaciones (2)** de Bilbao, en el **National Running Show de Londres (3)** y en la feria virtual española **TourMundial (4)**



La feria **Aratur (1)** de Zaragoza, la **IMEX (2)** de Frankfurt enfocada al segmento MICE, **Turexpo (3)** de Pontevedra, el **Hosts & Federation Summit (4)** de Suiza y el Street Marketing en el **Pride de Barcelona (5)** fueron los cinco eventos con los que Visit Benidorm cerraba el primer semestre.



Tras el Pride de Barcelona y también durante el verano, Visit Benidorm estuvo presente en los Street Marketing de los Pride de **Hamburgo, Berlin (1)** y **Colonia (2)**. Y ya para septiembre, participó en la **Top Resa (3)** de Francia y la **Feria Gastronómica (4)** de Alicante.



Terminando el año con la presencia en la **Mostra de Turisme (1)** en Valencia, la Feria de **Tots Sants (2)** de Cocentaina, la **World Travel Market (3)** de Londres, **Intur (4)** en Valladolid y la **IBTM (5)** World de Barcelona y enfocada en el segmento MICE.





WORKSHOPS

Cuando hablamos de **workshops**, nos referimos a un **encuentro programado** entre proveedores de oferta turística básica o complementaria (destinos, alojamientos, empresas de restauración, compañías de transporte, empresas de servicios turísticos, ...) y potenciales compradores o intermediarios de servicios turísticos (agentes de viajes minoristas o mayoristas, tour operadores, centrales de reservas públicas o privadas, entidades organizadoras de viajes o grandes compradoras de servicios turísticos, clubs de ocio, ...).

En 2022 se retomando los eventos presenciales y por ello, la Fundación Visit Benidorm realizó varios viajes con la intención de participar en **workshops profesionales**.

El primero de los workshops presenciales del año fue el **Valencia Business Meetings (1)** de marzo en el que participaron varias agencias MICE francesas, seguidamente, el personal de Visit Benidorm estuvo presente en el workshop con **Travel Gossip (2)** en Birmingham, enfocado a agencias británicas.

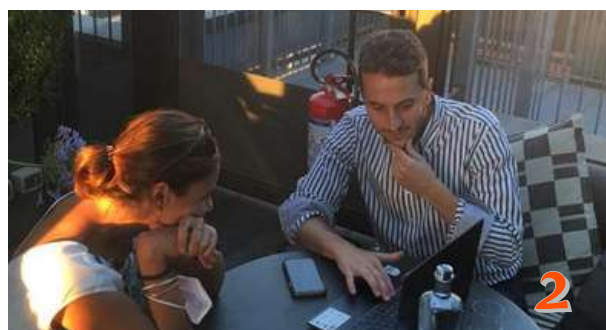
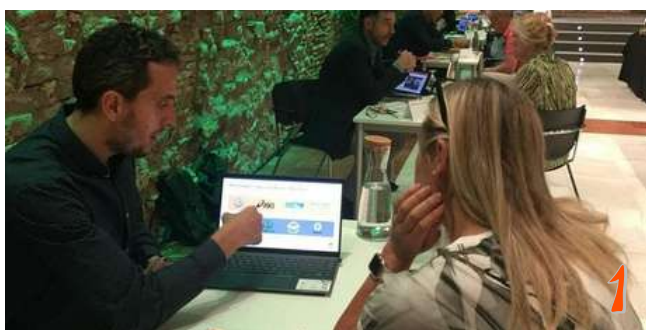
Seguidamente, Visit Benidorm volvió a participar en la **Jornada con AAVV nacionales de Hosteltur (3)**, en el workshop de **CreaTurisme (4)** en Valencia y en los workshops de Cork y Dublin dentro del marco de la **Irish Travel Industry Show (5)**



Benidorm también ha estado presente en el workshop de **Tour & Kids (1)** con agentes especializados en viajes para familias, el encuentro profesional celebrado como antesala de la feria **Expovacaciones (2)** de Bilbao. Seguidamente, el ente de promoción mixto participó en un **Desayuno Deportivo (3)** en Benidorm, un **Roadshow (4)** recorriendo 3 ciudades italianas y el **Iberian MICE forum (5)** de Gijón.



En 2022, el ente de promoción mixto ha participado en tres acciones del Spain Convention Bureau, unas **Jornadas Inversas (1)** con agentes de Bélgica y Países Bajos en Vitoria, unas **Jornadas Directas (2)** en Milán y Roma, unas **Jornadas Inversas (3)** enfocadas a agencias nórdicas y en las que Benidorm y Alicante fueron los anfitriones y unas **Jornadas Directas (4)** en París con agencias francesas.



Encarando los ultimos meses con unas **Jornadas Directas (1)** en Polonia y la **Convencion ILGTA (2)** de Italia con agencias especializadas en viajes LGBTQ+



Para concluir, Visit Benidorm participó en un Workshop en el **Aeropuerto de Venecia (1)** con agencias Italianas, un **Encuentro Profesional (2)** con el sector islandés y un el Forum de MICE **Iberian MICE Forum (3)** celebrado en el Grand Luxor Hotel de Benidorm.





PRESENTACIONES Y WEBINARS

Durante el 2022 las presentaciones fueron tanto **virtuales** como **presenciales**.

Una parte importante de estas presentaciones iban dirigidas a **agentes de viajes** y **turoperadores**, pero también se han hecho numerosas ponencias y webinars dirigidos a **profesionales del turismo**, a **estudiantes**, e incluso a **público general** que estaba interesado en conocer más sobre Benidorm.

Es muy importante seguir trabajando en este aspecto y poner en valor no sólo el trabajo de Visit Benidorm, sino todo el trabajo desarrollado por la ciudad que le ha llevado a convertirse en **el primer destino turístico inteligente del mundo** y uno de los destinos turísticos más exitosos del panorama europeo.

• Presentaciones a TTOO y Agencias

Visit Benidorm pudo mostrar las virtudes de Benidorm a numerosas agencias y turoperadores europeos a través de un total de cinco presentaciones, todas ellas llevadas a cabo en formato virtual.

A nivel nacional, Visit Benidorm llevaba a cabo dos presentaciones dirigidas a agencias de viajes. En primer lugar, la presentación organizada por el **medio Punto MICE (1)** en la que asistieron más de medio centenar de agencias especializadas en turismo de reuniones y eventos. Seguidamente, Visit Benidorm llevó a cabo una presentación para agencias organizada por el **medio turístico nacional Hosteltur (2)**



En Reino Unido y a través de la revista turística Travel Bulletin, Visit Benidorm llevó a cabo tres presentaciones de destino, una sobre **oferta LGBTQ (1)** en Manchester, otra sobre **el otro Benidorm (2)** en Reading y otra sobre Benidorm como **destino para familias (3)** en Glasgow.. Gracias a estas tres presentaciones, más de doscientas agencias británicas fueron testigos del potencial turístico de la capital de la Costa Blanca.



• Presentaciones a Profesionales Turísticos

Visit Benidorm ha llevado a cabo un total de presentaciones y webinars a **profesionales turísticos** tanto españoles como del resto del mundo.

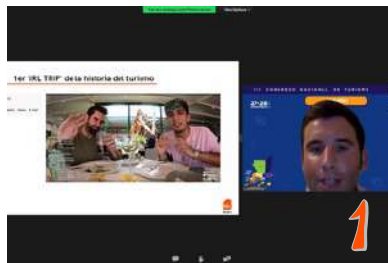
En los primeros compases del año, se llevaron a cabo las presentaciones de **Fitur Tech (1)** en la feria Fitur de Madrid, una virtual sobre el **Metaverso (2)** con AECID y Segittur, la del comité de **Caixabank (3)** en Invattur, una sobre **turismo MICE en Cullera (4)** y la de Hamburgo para el **City DNA (5)**



Seguidamente, Visit Benidorm llevo una ponencia para **Hostelco (1)** en Barcelona, la **Cumbre de la OMT (2)** en Palma de Mallorca, otra sobre la **Guía de Buenas practicas (3)** de los DTI de Segittur, una ponencia sobre sostenibilidad en el **Iberian MICE Forum (4)** de Benidorm, y las ponencias sobre DTI y Datos en el **Campus de Gandía (5)** de la politécnica de Valencia y en **Invattur (6)**, organizada por ITH.



Durante el 2022 la Fundación también tuvo la oportunidad de dar ponencias para la para la City DNA sobre **Tik Tok y Twitch (1)**, en Valencia con miembros de la **OCDE (2)**, la ponencia **Hiperguest (3)** de Mabrian, la ponencia sobre smart cities en el **Centro Multimedia de Roma (4)**, la ponencia virtual con **Ostelea (5)** y la ponencia en Villajoyosa con **empresarios locales (6)**



Para seguir con las ponencias a profesionales turísticos, cabe destacar la ponencia sobre **el Metaverso (1)**, el congreso **Mujer y Turismo (2)** en Mallorca, el del **ICTE (3)** en Cartagena (Murcia), la presentación para la **Red DTI (4)** en Argentina, el de **ITREM (5)** en Murcia y en el **III Congreso Mundial de Destinos Turísticos Inteligentes (6)**, organizado por la OMT.



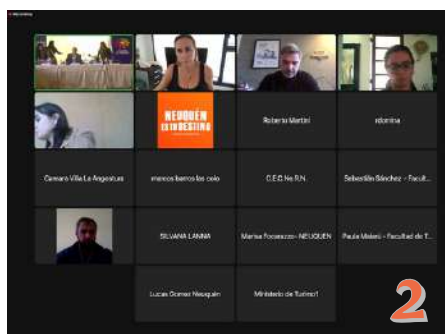
10:12 a. m. - 26 may. 2022 - Twitter for iPhone



Durante la celebración del **Digital Tourist (1 y 2)** Visit Benidorm llevo a cabo dos ponencias, una sobre gobernanza y otra sobre el metaverso. Benidorm también habló sobre este tema en el primer **X Desing Week (3)**, antes conocido como DTT, además, participó en unas jornadas organizadas por **Adestic (4)** en Gandia, las jornadas en Invattur **TIM de Turismo (5)** e industria musical y una ponencia de Segittur para el **Ministerio de Corea del Sur (6)**



Para seguir con las ponencias a profesionales turísticos argentinos con el **Boot Camp de Julio (1)**, para la **Red DTI en Argentina (2)**, la de brasileños del **ICEX (3)**, las dos mesas en las que participó en el **congreso RECI de Palma de Mallorca (4 y 5)** y la del Metaverso en el **Foro de Turismo de Benidorm (6)**



• Presentaciones a Estudiantes

En 2022 han sido un total de 12 las ponencias impartidas por el equipo de Visit Benidorm a estudiantes y futuros profesionales del turismo.

Ponencias a universidades internacionales como la de **Aalborg (1)** en Dinamarca, a **estudiantes americanos (2)** de la UA y a una **escuela de turismo de Londres (3)**



Ponencias nacionales como las del **Master de Planificación de la UA (1)** y el **Grado de Turismo (2)**, los alumnos de la **UCAM de Murcia (3)**, el **IES Pere María Orts de Benidorm (4)**, la **escuela de protocolo alicantina IMEP (5)** y los alumnos de la **Escuela de adultos (6)** de Benidorm.



Finalmente, destacar la ponencia para el **IES Hotel (1)** y la escuela **Ostelea (2)** ambas de Madrid y la ponencia sobre salidas profesionales en turismo impartida a alumnos del **Grado de Turismo (3)** de la UA.





PRESSTRIPS

En los últimos años, los viajes de prensa, los Presstrip, han sido una de las estrategias básicas de la **comunicación turística del destino**. No es lo mismo que uno mismo describa sus bondades a que lo haga un tercero, es por ello que los viajes de prensa tienen la virtud de vencer el escepticismo de la publicidad.

Los reportajes, las noticias o las críticas en una revista o en un periódico generar **más audiencia** que una página de publicidad.

En 2022, Visit Benidorm ha podido llevar a cabo un **19 acciones con prensa y televisión** con el fin principalmente de que dieran a conocer a sus lectores el trabajo llevado a cabo por Benidorm para convertirse en un destino seguro.

Medios de prensa nacionales como la prensa invitada para el **Benidorm Fest (1)**, la revista **Viajar (2)**, internacionales como la televisión **WDR Wunderschön Goes (3)** de Alemania y la serie belga **The Club (4)**.



Visit Benidorm también ha acompañado y mostrado las bondades del destino a medios de prensa como la revista **Travel Photo Magazine (1)**, a varios medios de Francia, Portugal, Islandia, Holanda, Dinamarca, Italia y Noruega en un **Presstrip sobre Sostenibilidad (2)** a los periodistas y jurado del desfile **Moda Baño (3)** de Benidorm y al reputado medio de prensa británico **The Telegraph (4)**



En 2022 también se han llevado a cabo viajes de prensa como el de **"El Otro Benidorm"** (1) con prensa de Irlanda del Norte y Sur, el viaje de prensa con cuatro **Medios Franceses** (2). Ha venido a Benidorm, de la mano de Turespaña, seis medios de **Prensa Polaca** (3). Visit Benidorm ha vuelto a participar en el **rodaje de Telepasión** (4) que se emitía en NocheBuena en TVE, el medio representante de la **Asociación de campistas** (5) de Francia y el viaje de **prensa internacional** (6) para poner en valor la oferta cicloturista de Benidorm



Finalmente, Visit Benidorm ha recibido al equipo **de Turisme CV** (1) para grabar un spot sobre ciclismo, un viaje de prensa con la temática **"Slow Travel"** (2) y una periodista belga, la grabación del spot de **"Jumpers"** (3), al **New York Times** (4), a TVE para grabar el programa **"Aquí la Tierra"** (5), al programa de la ITV Británica **"Good Morning Britain"** (6) y a las noticias nacionales de **Antena 3** (7)



• Clipping Visit Benidorm 2022

Además de las publicaciones generadas gracias a los viajes de prensa organizados por la Fundación, en 2022, Benidorm ha sido protagonista en muchas ocasiones y ha aparecido en un gran número de publicaciones en **medios de prensa, audiovisuales y online** que se han hecho sobre Benidorm.

Cuando se hablaba sobre turismo, se hablaba sobre Benidorm y la ciudad ha estado en el foco constantemente.

Hemos recopilado las publicaciones en un **Paddlet** que podéis contemplar pinchando en el botón.



Descubre nuestro
Clipping



Resultados

126
Periodistas

+240
Publicaciones



BLOGTRIPS E INFLUENCERS

Según Google, un influencer es una persona “con gran presencia y credibilidad en redes sociales gracias a su conocimiento en cierto sector”. Esto hace que tenga la capacidad de influenciar (de ahí el nombre) sobre la forma de pensar o actuar de sus seguidores. O sea que básicamente es similar a un líder de opinión.

La publicidad emocional se ha hecho un hueco con mucha fuerza en el mundo del marketing, y esto ha sucedido porque el público actual es cada vez más exigente y necesita más para aceptar una influencia; y en este caso las emociones son las que se han llevado el gato al agua.

Observar a través de la pantalla a alguien similar, con defectos y virtudes habituales o problemas, hace que los espectadores se sientan más cerca del comunicador, y es aquí donde reside el germen de la influencia; y esto se refleja mejor que nunca con la explosión de los youtubers de moda.

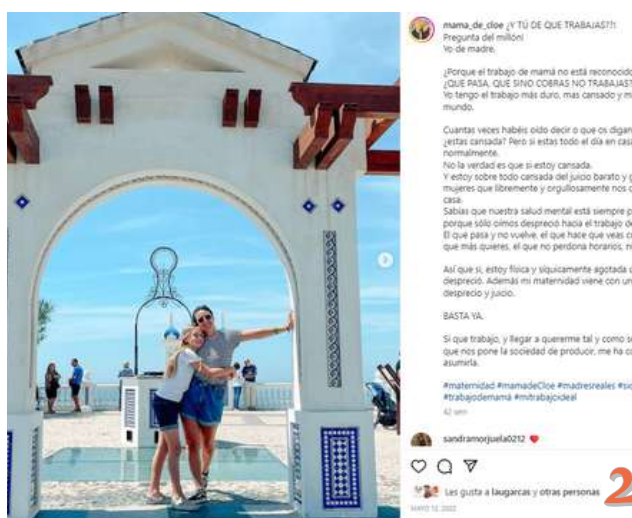
En 2022, Visit Benidorm ha seguido retomando la promoción a través de influencers y fueron varias las campañas que se llevaron a cabo.

En total se llevaron a cabo **18 acciones y colaboraciones** con influencers nacionales e internacionales que contribuyeron con sus publicaciones a promocionar la oferta turística de Benidorm.

La temporada de viajes de influencers arrancaba en marzo con el viaje de atletas profesionales e influencers organizado con motivo de la **Benidorm Half (1)**, el blogtrip **Remote Work (2)**, la colaboración con la tiktoker malagueña **@Laulp_21 (3)**, y el youtuber brasileño **@lipetravelshow (4)**



Visit Benidorm también acompañó al bloguero especializado en viajes accesibles **Miguel Nonay (1)** que vino junto a Diana López de la agencia Travel Xperience. Llevó a cabo los viajes de influencers de familia con **@mama_de_Chloe (2)** y **Benidorm4families @Viaja_tu (3)**, el viaje de **streamers de Twitch (3)**





Poseidon

Todos estos planes y muchos más i Valenciana los podeis encontrar en @t producto de turismo familiar, que acre especializada y adaptada para familias

¡Alicante ha superado nuestras expec ¿Conoces Alicante? Os leo

La foto de la portada está hecha d mejor vista panorámica de Benidorm! En realidad es un poco más abajo por en coche hasta la Cruz 🤔

#viajacontourandkids #aventurateenia @terramiticabenidorm #benidorm4far @lanuciaes @visitaltea #Benidorm @ #Alicante #Spain #playas #spaintravel #viajarconniños #travelwithkids # # #planesconniños *colaboración



Visit Benidorm también llevó a cabo un viaje de **influencers holandesas (1)** en el que participaron un total de doce creadoras de contenido, un viaje con **filmmakers (2)** que crearon contenido en vídeo sobre la ciudad. Por otro lado, volvieron a Benidorm los **@familukis, acompañados de @ElisadeSaro (3)** y un año más de invitó a varios tiktokers que vinieron de la mano del banco de cama británico, **Icelolly (4)**



Aprovechando el Benidorm Pride, Visit Benidorm invitó a varios **creadores de contenido en tik tok (1)** para que se hicieran eco la oferta más gayfriendly de la ciudad. Además, la influencer **@MariaQuerol (2)** volvió a Benidorm en 2022 y Visit Benidorm tuvo la suerte de permitir descubrir Benidorm a Romeo de **@lucialovesromeo (3)** un niño influencer con una discapacidad visual total.



Finalmente, la Fundación cerró la actividad con influencers de 2022 con un viaje organizado durante la competición **Oceanman (1)** de Benidorm en el que participaron creadores de contenido belgas, un viaje de familias con la instagramer **@mamadelnorte** (2) y un último viaje en el que participaron **fotografos franceses (3)**





Resultados

La Fundación Visit Benidorm y gracias a la **herramienta de medición de impactos** de las publicaciones en RRSS ha podido obtener los resultados y la repercusión de las campañas con influencers llevadas a cabo durante el 2022.

48

Influencers

950

Publicaciones

24

Millones
Impactos

19

Millones
Alcance

761.038

Me Gusta

507.090€

ROI





FAMTRIPS

Cuando hablamos de **FAMTRIP**, nos referimos a un **viaje de familiarización** destinado exclusivamente a profesionales del sector de las agencias de viajes o touroperadores. La idea es que estos profesionales se familiaricen con el destino para poder ofrecérselo posteriormente a sus clientes.

Conocer un destino a través de un Famtrip nos da una **ventaja incuestionable a la hora de venderlo a los clientes finales**. Los agentes de viaje viven la experiencia de primera mano, esto les permite conocer bien el entorno (playas, gastronomía, parques temáticos y otros lugares de interés) sino que también van a saber cómo son los hoteles y demás equipamientos hosteleros de la zona y que servicios adicionales pueden ofrecer a sus clientes.

Durante 2022, la Fundación Visit Benidorm ha recibido un total de **17 FamTrips** con Touroperadores y Agencias de viajes de nueve países diferentes.

Durante los primeros compases del año, Visit Benidorm llevó a cabo un famtrip con agencias de viajes **MICE británicas (1)** en colaboración con el Grand Hotel Luxor, otro viaje con agentes portugueses para visibilizar la **Ocenman (2)**, un viaje con **agencias nórdicas MICE (3)** que se alojaban en el Meliá Vilaitana, la visita de inspección del presidente de la **ABTA (4)** y el famtrip con motivo del **Skyline Festival (5)**



Visit Benidorm también ha recibido a agentes del touroperador **Jet2 Holidays (1)**, a un grupo de **handbikers (2)** profesionales, una **agente de viajes MICE francesa (3)** y un famtrip de **turismo de deportivo (4)** nacional .



Visit Benidorm volvió a llevar a cabo dos viajes de familiarización con **Técnicos de OETs (1 y 2)** de varios países europeos, que pudieron conocer de primera mano un destino turístico referente en España y que a partir de ahora podrán promocionar todavía mejor. Un **Famtrip de MICE (3)** con agencias internacionales de Francia y Países Bajos



Y finalmente, Visit Benidorm recibió a un grupo de **agentes de viajes húngaros (1)** y la visita de una veintena de **agencias de viajes MICE nórdicas (2)** en unas Jornadas Inversas del SCB organizadas en Alicante y Benidorm.





PUBLICIDAD Y CO-MARKETING

Como bien indica el portal Marketing Directo; Crear sinergias bien diseñadas y con un valor añadido es una de las mejores herramientas de marketing pues se ofrece a los usuarios lo mejor de dos marcas al mismo tiempo que se mejora la satisfacción del target y la reputación de ambas compañías

En algunas ocasiones a través de publicidad directa y en otras aprovechando la estrategia del co-marketing y el win to win, Visit Benidorm ha realizado varias campañas publicitarias en destinos emisores de turistas a la ciudad.

Para llevar a cabo dichas campañas se han realizado sinergias y colaboraciones con touroperadores, con el fin de maximizar el impacto de las campañas y poner el foco en los clientes potenciales.

ACTUACIONES REALIZADAS



Destacar que para el ámbito de Benidorm, la Fundación Visit Benidorm ha aprobado 2 líneas creativas diferenciales para el desarrollo de la imagen durante los ejercicios 2022-2023 (Concurso)

Lineas Creativas: **Benidorm**
THE BEST PLAN. 



Benidorm THE BEST PLAN.







Y las campañas desarrolladas de publicidad se han calendarizado de la siguiente forma:

CALENDARIO DE CAMPAÑAS PUBLICIDAD HOSBEC/VISIT POR CONVENIOS/MERCADOS

		HOSBEE				VISIT				AMBOS																	
		ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO					
		DIAS	03-09	10-16	17-23	24-30	31-06	07-13	14-20	21-27	28-06	07-13	14-20	21-03	04-10	11-17	18-24	25-01	02-08	09-15	16-22	23-29	30-05	06-12	13-19	20-26	27-03
CAMPAÑA NACIONAL																											
TCV	TIOO NACIONAL																										
TCV	PUBL.DIRECTA, DESTBENDORM																										
CB	CAMPAÑA IMSERSO																										
CB	CAMPAÑA AUTONÓMICO																										
CAMPAÑA INTERNACIONAL																											
TCV /CB	TIOO DESTBENDORM, UK MARKET																										
TCV	PUBLICIDAD DIRECTA																										
	FRANCIA																										
	PORTUGAL																										
TE	CAMPAÑA TURESPAÑA (UK, FR, DE, BE, NL IT)																										
		JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE					
		04-10	11-17	18-24	25-31	01-07	08-14	15-21	22-28	29-04	05-11	12-18	19-21	26-02	03-09	10-16	17-23	24-30	31-06	07-13	14-29	21-27	28-04	05-11	12-18	19-25	26-01
CAMPAÑA NACIONAL																											
TCV	PUBL.DIRECTA, DESTBENDORM																										
CAMPAÑA INTERNACIONAL																											
TCV	PUBLICIDAD DIRECTA																										
	UK																										

Concursos, y adjudicaciones – Mercado Nacional





Consiguiendo unos resultados en el ámbito de Comarketing

DESGLOSE DE CAMPAÑAS 2022 VISITBENIDORM Y RESULTADOS

MERCADO NACIONAL												
SENIOR	PPTO TTOO	PPTO Visit Benidorm	PPTO TOTAL	TIPO DE MEDIO	Nº INSERCCIONES	AUDIENCIA/ EGM	COBERTURA	GRP,S	OTS	IMPRESIONES	CLICKS	RESERVAS
Destinia	53.500 €	33.000 €	86.500 €	ONLINE VARIOS						5.253.933	27.612	
Club de Vacaciones	15.104 €	15.104 €	30.208 €	TV 10"	26		12.188.276	100,8	3,1			
Avoris	15.125 €	15.125 €	30.250 €	PRENSA 1/2 PAG	17	11.822.000						
El Corte Inglés	45.986 €	33.000 €	78.986 €	EMAILING		148.000						
Eroski	11.550 €	7.623 €	19.173 €	PRENSA		2.000.000						
				RADIO	33	20.120.000						
				EMAILING, Y MAILING		15.000						
	141.265 €	103.852 €	245.116 €		76	34105000	12188276	100,8	3,1	5.253.933	27.612	

VERANO	PPTO TTOO	PPTO Visit Benidorm	PPTO TOTAL	TIPO DE MEDIO	Nº INSERCCIONES	AUDIENCIA/ EGM	COBERTURA	GRP,S	OTS	IMPRESIONES	CLICKS	RESERVAS
Avoris	36.656 €	18.884 €	55.540 €	EXTERIOR MAD		2.400.000						
Club de Vacaciones	14.325 €	7.275 €	21.600 €	PRENSA	14	1.956.000						
Destinia	26.620 €	13.310 €	39.930 €	ONLINE						6.600.000		
El Corte Inglés	60.669 €	30.335 €	91.004 €	RADIO	302	20.908.000						
	61.779 €	33.000 €	94.779 €	EXTERIOR MAD	71	23.190.820						
Europlayas	21.780 €	10.890 €	32.670 €	PORTADA FOLLETO								
				PRENSA	YO DONA	495.000						
Halcón	25.694 €	11.984 €	37.678 €	ONLINE						5.200.000		
Edreams	29.645 €	15.000 €	44.645 €	ONLINE						350.000		
				EXTERIOR BIO		900.000						
Eroski	9.570 €	4.930 €	14.500 €	RADIO	80 + 1 REPORTAJE							
Interrias	9.520 €	5.980 €	15.500 €	ONLINE						14.500.000		
				PRENSA ONLINE		2.560.000						
Nautalia	20.000 €	15.500 €	35.500 €	ONLINE						1.300.000		
	316.258 €	167.088 €	483.346 €			52.409.820				27.950.000		

TOTAL NACIONAL	457.523 €	270.939 €	728.462 €		76	86.514.820	12188276	100,8	3,1	33.203.933	27.612	
----------------	-----------	-----------	-----------	--	----	------------	----------	-------	-----	------------	--------	--

MERCADO INTERNACIONAL												
UK - INVIERNO	PPTO TTOO	PPTO Visit Benidorm	PPTO TOTAL	TIPO DE MEDIO	Nº INSERCCIONES	AUDIENCIA/ EGM /MAILS	COBERTURA	GRP,S	OTS	IMPRESIONES	CLICKS	RESERVAS (PAX)
JET2 ENERO 22	50.000 €	50.000 €	100.000 €	ONLINE						4.639.220		36.144
				EMAIL		68.167					7.430	
JET2 MAILING 22	16.592 €	16.592 €	33.184 €	MAILING		40.000						
EDREAMS	25.000 €	25.000 €	50.000 €	ONLINE						2.620.766	282.103	9.987
LOGITRAVEL	15.730 €	15.730 €	31.460 €	ONLINE						9.819.715	7.056	
KAYAK	5.385 €	5.385 €	10.770 €	EMAIL		750.481					1.981	
THOMAS COOK	8.869 €	8.869 €	17.738 €	ONLINE						558.910	23.332	961
LOVE HOLIDAYS	12.000 €	12.000 €	24.000 €	ONLINE /EMAIL		633.185				6.509.167	38.570	20.181
ICELOLLY	10.300 €	10.300 €	20.600 €	EMAIL		1.119.948					15.029	
	143.876 €	143.876 €	287.752 €			2.611.781				24.147.778	375.501	67.273

VERANO (COMK TURESPAÑA) UK, FR, NO, GE, IT, NE, BE	PPTO OTA + TURESPAÑA	PPTO Visit Benidorm	PPTO TOTAL	TIPO DE MEDIO	Nº INSERCCIONES	AUDIENCIA/ EGM /MAILS	COBERTURA	GRP,S	OTS	IMPRESIONES	CLICKS	RESERVAS (PAX)
TRIPADVISOR	157.926 €	78.963 €	236.888 €	ONLINE						20.428.631	25.424	
EXPEDIA	165.290 €	82.645 €	247.935 €	ONLINE						8.800.000	11.700	6.235
	323.216 €	161.608 €	484.823 €							29.228.631	37.124	

OTOÑO (BE- NE)	PPTO TTOO	PPTO Visit Benidorm	PPTO TOTAL	TIPO DE MEDIO	Nº INSERCCIONES	AUDIENCIA/ EGM /MAILS	COBERTURA	GRP,S	OTS	IMPRESIONES	CLICKS	RESERVAS (PAX)
2023												
TUI	15.000 €	15.000 €	30.000 €							1.000.000		
	15.000 €	15.000 €	30.000 €							1.000.000		
	30.000 €	30.000 €	60.000 €							2.000.000		

TOTAL INTERNACIONAL	497.091 €	335.484 €	832.575 €			2.611.781 €				55.376.409	412.625	67.273
---------------------	-----------	-----------	-----------	--	--	-------------	--	--	--	------------	---------	--------

TOTAL	954.614 €	606.423 €	1.561.037 €			89.126.601	12.188.276			88.580.342	440.237	67.273
-------	-----------	-----------	-------------	--	--	------------	------------	--	--	------------	---------	--------

Consiguiendo unos resultados en el ámbito de Comarketing - Nacional

Resúmenes de Memorias (enlaces pulsando todas las imágenes)

Campaña Senior



CoMarketing 2022 – Memoria acciones



Campaña Verano



Consiguiendo unos resultados en el ámbito de **Comarketing - Internacional**

Resúmenes de Memorias (enlaces pulsando todas las imágenes)

Campaña Invierno



Campaña Otoño



Campañas Comarketing - Turespaña



En el ámbito de la **publicidad online** se desarrolló un único concurso , con la consiguiente adjudicación donde se ponen de manifiesto los objetivos a alcanzar.

CALIDAD DE LA OFERTA			IMPACTOS DE LA CAMPAÑA							PRESUPUESTO	
Propuestas	Soporte	Formato	Total conversiones	Total impresiones	Total clicks	CTR	Visibilidad	CPM	CPC	Tasa de conversión	(IVA Incl)
España	BUSCADOR DE GOOGLE	Anuncios de texto + extensiones	391	711.462	39.130	5,50%	100%	12,45 €	0,26 €	1,00%	9.000 €
	BUSCADOR DE Bing	Anuncios de texto + extensiones	60	214.286	7.500	3,50%	100%	8,40 €	0,24 €	0,80%	1.800 €
	FACEBOOK E INSTAGRAM ADS - OBJETIVO TRÁFICO AL SITIO WEB	Carrusel + Imagen (1080x1080, 1080x1920, 1200x628) + Video	167	4.513.514	83.500	0,80%	100%	3,70 €	0,21 €	0,20%	16.700 €
	YOUTUBE ADS - TRUEVIEW FOR ACTION	Video + Banner + Llamada a la acción	36	3.600.000	36.000	1,00%	>80%	2,50 €	0,25 €	0,10%	9.000 €
	SPOTIFY ADS	Cuña audio 30seg no saltable + banner Video + Banner	2	600.000	4.500	0,25%	100%	4,50 €	0,70 €	0,05%	2.700 €
	TWITTER ADS	Imagen / Video Website card + Carrusel	8	666.667	15.000	0,25%	100%	4,50 €	0,20 €	0,05%	3.000 €
	Tik Tok ADS	Video + texto + sticker	25	3.125.000	25.000	0,90%	100%	1,60 €	0,20 €	0,10%	5.000 €
	PUBLICIDAD NATIVA - OUTBRAH Y TABoola	Formato video/imagen nativo + texto integrado en los principales medios de comunicación	182	42.500.000	121.429	0,36%	>70%	0,60 €	0,23 €	0,15%	25.500 €
	CX	Banner (skin + roba doble + roba + billboard, interstitial) + Branded Content + Newsletter	9	1.500.000	8.700	0,45%	>80%	6,00 €	1,03 €	0,10%	9.000 €
	TEH GOLF	Banner (skin + roba doble + roba + billboard, interstitial) + Branded Content + Newsletter	6	1.000.000	5.800	0,58%	>80%	6,00 €	1,03 €	0,10%	6.000 €
	GOOGLE DV360 - DISPLAY	148 Standard Banners (970x250, 970x90, 300x600, 300x250, 320x100, 336x280, 728x90, 120x600). GIF or PHG. Max size 209KB	566	141.447.368	282.895	0,20%	>70%	2,00 €	0,20 €	0,20%	53.750 €
	Total España		1.451	199.878.297	629.454	0,31%	—	0,71 €	0,22 €	0,23%	141.450 €

CALIDAD DE LA OFERTA			IMPACTOS DE LA CAMPAÑA							PRESUPUESTO	
Propuestas	Soporte	Formato	Total conversiones	Total impresiones	Total clicks	CTR	Visibilidad	CPM	CPC	Tasa de conversión	(IVA Incl)
UK	BUSCADOR DE GOOGLE	Anuncios de texto + extensiones	133	333.333	16.667	5,00%	100%	15,00 €	0,30 €	0,80%	5.000 €
	BUSCADOR DE Bing	Anuncios de texto + extensiones	21	119.048	3.571	3,00%	100%	8,40 €	0,28 €	0,60%	1.000 €
	FACEBOOK E INSTAGRAM ADS - OBJETIVO TRÁFICO AL SITIO WEB	Carrusel + Imagen (1080x1080, 1080x1920, 1200x628) + Video	73	3.444.444	45.588	0,70%	100%	4,50 €	0,34 €	0,16%	15.500 €
	YOUTUBE ADS - TRUEVIEW FOR ACTION	Video + Banner + Llamada a la acción	20	2.451.923	19.615	0,80%	>80%	3,50 €	0,30 €	0,10%	5.500 €
	Twitter ADS	Cuña audio 30seg no saltable + banner Video + Banner	9	1.000.000	18.333	0,23%	100%	5,50 €	0,30 €	0,05%	5.500 €
	PUBLICIDAD NATIVA - OUTBRAH Y TABoola	Formato video/imagen nativo + texto integrado en los principales medios de comunicación	75	20.062.500	49.971	0,35%	>70%	0,80 €	0,34 €	0,15%	16.050 €
	YOURGOLFTRIP	Formato video/imagen nativo + texto integrado en los principales medios de comunicación	14	1.000.000	9.500	0,35%	>70%	0,80 €	0,34 €	0,15%	6.000 €
	GOOGLE DV360 - DISPLAY	148 Standard Banners (970x250, 970x90, 300x600, 300x250, 320x100, 336x280, 728x90, 120x600). GIF or PHG. Max size 209KB	253	63.333.333	126.667	0,20%	>70%	3,00 €	0,27 €	0,20%	33.000 €
	Total UK		599	91.744.582	289.912	0,32%	—	0,95 €	0,30 €	0,21%	87.550 €

CALIDAD DE LA OFERTA			IMPACTOS DE LA CAMPAÑA							PRESUPUESTO	
Propuestas	Soporte	Formato	Total conversiones	Total impresiones	Total clicks	CTR	Visibilidad	CPM	CPC	Tasa de conversión	(IVA Incl)
Portugal	BUSCADOR DE GOOGLE	Anuncios de texto + extensiones	36	104.167	5.208	5,00%	100%	12,00 €	0,24 €	0,70%	1.250 €
	BUSCADOR DE Bing	Anuncios de texto + extensiones	5	36.232	1.087	3,00%	100%	6,90 €	0,23 €	0,50%	250 €
	FACEBOOK E INSTAGRAM ADS - OBJETIVO TRÁFICO AL SITIO WEB	Carrusel + Imagen (1080x1080, 1080x1920, 1200x628) + Video	23	777.778	16.667	0,70%	100%	4,50 €	0,21 €	0,14%	3.500 €
	YOUTUBE ADS - TRUEVIEW FOR ACTION	Video + Banner + Llamada a la acción	3	543.478	4.348	0,80%	>80%	3,50 €	0,23 €	0,08%	1.000 €
	Tik Tok ADS	Cuña audio 30seg no saltable + banner Video + Banner	5	454.545	12.500	0,23%	100%	5,50 €	0,20 €	0,04%	2.500 €
	PUBLICIDAD NATIVA - OUTBRAH Y TABoola	Formato video/imagen nativo + texto integrado en los principales medios de comunicación	19	4.375.000	15.909	0,35%	>70%	0,80 €	0,22 €	0,12%	3.500 €
	GOOGLE DV360 - DISPLAY	148 Standard Banners (970x250, 970x90, 300x600, 300x250, 320x100, 336x280, 728x90, 120x600). GIF or PHG. Max size 209KB	55	18.181.818	36.364	0,20%	>70%	3,00 €	0,22 €	0,15%	8.000 €
	Total Portugal		147	24.473.018	92.083	0,38%	-	0,82 €	0,22 €	0,16%	20.000 €

CALIDAD DE LA OFERTA			IMPACTOS DE LA CAMPAÑA							PRESUPUESTO	
Propuestas	Soporte	Formato	Total conversiones	Total impresiones	Total clicks	CTR	Visibilidad	CPM	CPC	Tasa de conversión	(IVA Incl)
Francia	BUSCADOR DE GOOGLE	Anuncios de texto + extensiones	31	89.286	4.464	5,00%	100%	14,00 €	0,28 €	0,70%	1.250 €
	BUSCADOR DE Bing	Anuncios de texto + extensiones	5	32.051	962	3,00%	100%	7,80 €	0,26 €	0,50%	250 €
	FACEBOOK E INSTAGRAM ADS - OBJETIVO TRÁFICO AL SITIO WEB	Carrusel + Imagen (1080x1080, 1080x1920, 1200x628) + Video	15	777.778	10.938	0,70%	100%	4,50 €	0,32 €	0,14%	3.500 €
	YOUTUBE ADS - TRUEVIEW FOR ACTION	Video + Banner + Llamada a la acción	3	446.429	3.571	0,80%	>80%	3,50 €	0,28 €	0,08%	1.000 €
	Tik Tok ADS	Cuña audio 30seg no saltable + banner Video + Banner	4	454.545	8.929	0,23%	100%	5,50 €	0,28 €	0,04%	2.500 €
	PUBLICIDAD NATIVA - OUTBRAH Y TABoola	Formato video/imagen nativo + texto integrado en los principales medios de comunicación	13	4.375.000	10.938	0,35%	>70%	0,80 €	0,32 €	0,12%	3.500 €
	GOOGLE DV360 - DISPLAY	148 Standard Banners (970x250, 970x90, 300x600, 300x250, 320x100, 336x280, 728x90, 120x600). GIF or PHG. Max size 209KB	46	15.384.615	30.769	0,20%	>70%	3,00 €	0,26 €	0,15%	8.000 €
	Total Francia		117	21.599.704	70.571	0,33%	-	0,93 €	0,28 €	0,17%	20.000 €

En el ámbito de la publicidad online estas son las memorias con los resultados finales de ejecución por encima de los objetivos planteados en cada uno de los mercados.



nivoria
The Digital Partner

Reporte Benidorm
1er periodo - mayo a 30 junio



nivoria
The Digital Partner

Reporte Benidorm
2º periodo - 1 de julio a 15 de agosto



nivoria
The Digital Partner

Reporte Benidorm
3º periodo
16 de agosto al 30 noviembre





COLABORACIONES Y RELACIONES INSTITUCIONALES

A lo largo del 2022 y como viene sucediendo en los últimos años Visit Benidorm ha seguido colaborando y trabajando en la organización de eventos y desarrollo de actividades en la ciudad que contribuyen a la dinamización de su actividad turística.

En estas colaboraciones encontramos principalmente el soporte ofrecido a las diferentes series y películas de TV grabadas en la ciudad durante 2022, pero también el apoyo ofrecido en la organización de eventos.

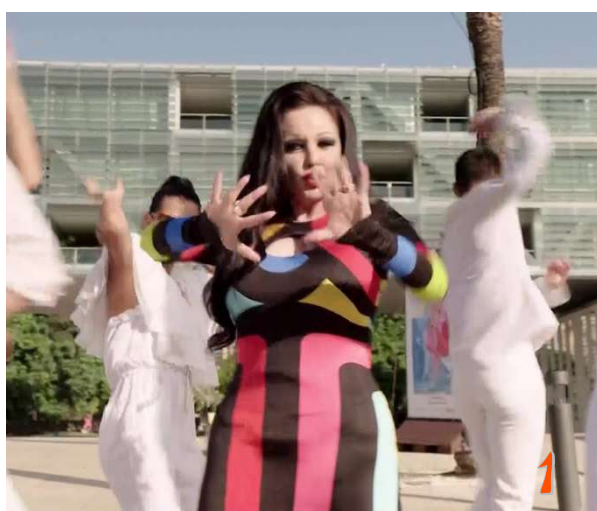
En cuanto a las relaciones institucionales, siendo Visit Benidorm un ente mixto, debe de participar cada año en diferentes actos institucionales, los cuales citaremos a continuación.

• Colaboraciones

Las colaboraciones llevadas a cabo por Visit Benidorm, de la mano de la Benidorm Film Office durante 2022, giran principalmente en torno a las grabaciones tanto de cine como de series llevadas a cabo en la ciudad.

La Fundación ha ofrecido soporte y ha colaborado estrechamente con la grabación del programa del especial de Nochebuena de TVE, **Telepasión (1)** y en la grabación del spot en Tik Tok de la conocida marca de palomitas **Jumpers (2)**

Dos nuevas producciones en las que Benidorm se convierte en un protagonista más, siendo está una gran oportunidad promocional para la ciudad.



Benidorm Fest 2022

Mención especial requiere la primera edición del Benidorm Fest, un evento que superó todas las expectativas y que a pesar de las restricciones de movilidad y la ola de Omicrón, generó un gran impacto mediático valorando el coste publicitario de los impactos en 13 Millones de €.

En este informe completo podemos ver con detalle los resultados e impactos mediáticos y en Redes Sociales generados durante toda la semana de este festival musical.

La Fundación Visit Benidorm ha colaborado estrechamente con TVE, el Ayuntamiento de Benidorm y Comunitat Valenciana en la gestión y operativa de todo el engranaje del Benidorm Fest.



La Fundación también ha colaborado durante este año en la organización de eventos en la ciudad, como el de periodismo y turismo, **Destino 21 (1)**, el **Digital Tourist (2)** de AMETIC en Octubre con la presencia de la Ministra de Industria, Comercio y Turismo Dña Reyes Maroto, y el Presidente de Segittur D. Enrique Martínez, y el XXI Foro internacional de Turismo junto a la **Cátedra de Estudios Pedro Zaragoza (3)** sobre Metaverso.



• Relaciones Institucionales

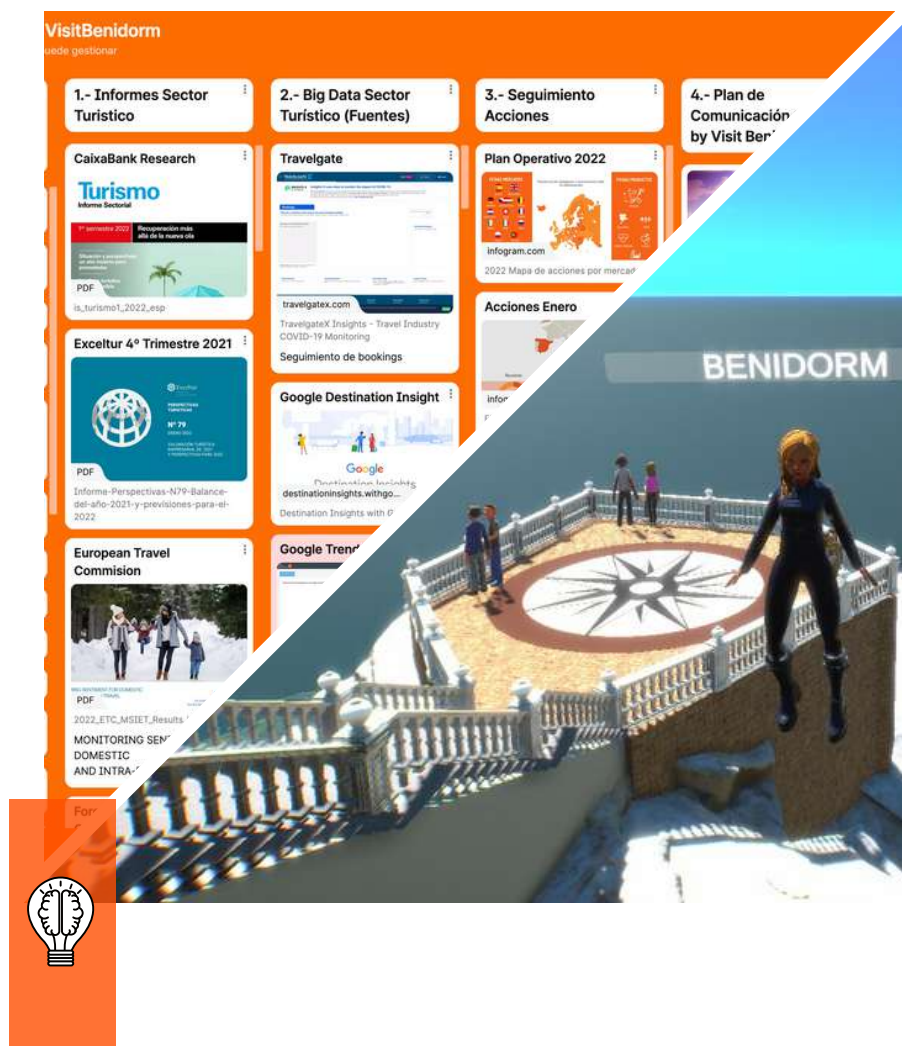
La Fundación Visit Benidorm como todos los años, durante 2022 y a pesar de la situación sanitaria, ha participado en diferentes actos y viajes institucionales, representada en unas ocasiones por la directora del ente mixto y en otras por el alcalde y presidente de Visit Benidorm.

En este apartado encontramos acciones como; la **2ª Convención de Turespaña (1)** en Barcelona, la reunión de la **AMT (Alianza Municipios Turísticos) (2)** y en la presentación de la **Plataforma Inteligente de Destino (3)**, con sede en Invattur y la reunión de lanzamiento del **proyecto europeo Smart Tourism Destinations (4)** en la ciudad de Bruselas, en la que Visit Benidorm estuvo presente.



Este 2022, Visit Benidorm, a través de **reuniones, presentaciones y jornadas de trabajo**, ha seguido estableciendo sinergias y colaboraciones con diferentes organismos y asociaciones nacionales como los siguientes:





PROYECTOS

Este año 2022 Visit Benidorm ha seguido apostando por nuevos proyectos o por la continuidad de aquellos que han funcionado en el pasado.

Dos proyectos han sido los más destacables, el primero, convirtió a Benidorm en el primer destino turístico español en el **"Metaverso"** y el segundo, ha sido una continuidad de un proyecto de 2020, como es el **repositorio de información Paddlet**.

• Benidorm Land (Metaverso)

‘Benidorm Land’ un proyecto piloto creado por la plataforma SIX3D donde Benidorm da el salto como ciudad al metaverso, una versión de la realidad virtual inmersiva donde las personas podrán interactuar con objetos digitales y sus propios avatares.



El metaverso de Benidorm Land’ es una **herramienta nueva muy potente de promoción** con la que “se pueden vivir aventuras y experiencias en Benidorm en una realidad alternativa.

Además del juego en si, en el **metaverso de Benidorm Land** ayudará a inspirar y emocionar de cara al futuro viaje, conocer Benidorm antes de viajar para saber cómo es, explorar nuestros productos turísticos, pasear por las calles e incluso volar sobre ellas, o disfrutar de los mejores festivales de forma remota.

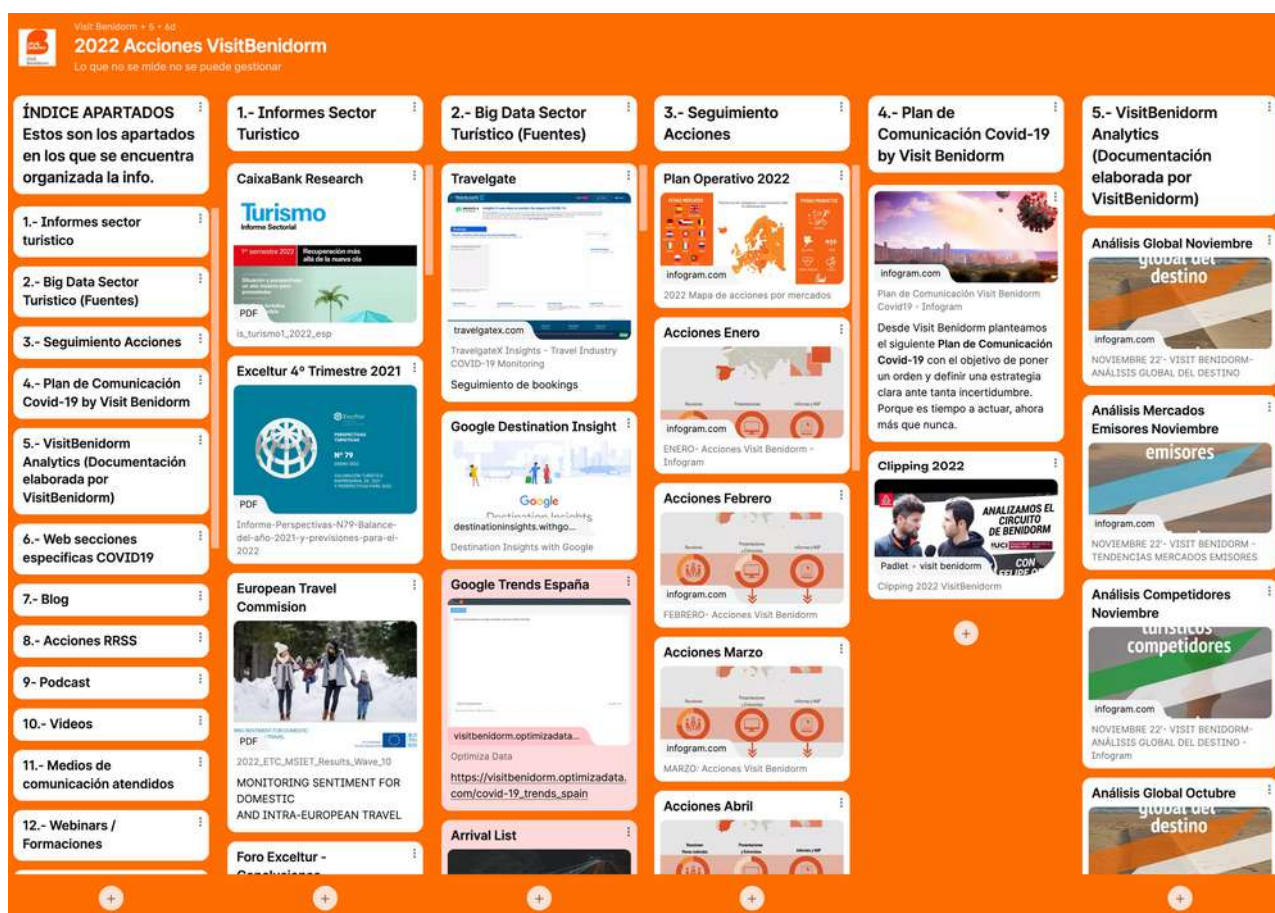
• Repositorio de Información, Paddlet

El paddlet es una herramienta web que nos permite almacenar y compartir material multimedia, básicamente un muro digital donde todo el equipo comparte los recursos e información localizada en internet sobre temas concretos, con el fin de que todos tengan acceso a esta.

Desde el comienzo del confinamiento, se apostó por esta herramienta de trabajo ya que se contaba con un gran volumen de información, artículos, documentos etc. y era importante encontrar un repositorio en el que recopilar todo. En 2022 se le ha dado continuidad y ha seguido siendo una plataforma de trabajo muy útil.

El paddlet se compartió con el sector turístico de Benidorm, permitiendo el acceso a todo aquel que quisiera obtener información sobre los temas tratados en cada uno de los repositorios.

De los cuatro paddlet generados en 2020, en 2022 se le ha dado continuidad a dos, el de **Acciones de Visit Benidorm (1)**, y el de la recopilación del **Clipping** generado sobre Benidorm.



BIG DATA



INTELIGENCIA TURÍSTICA

Es preciso incorporar tecnología que nos permita analizar el **Big Data** que se genera, siendo el objeto el cumplimiento de las estrategias y optimizar el plan de acción.

Consideramos imprescindible darle una mayor importancia a la **inteligencia turística** con objeto de lograr un mayor conocimiento del visitante y de las dinámicas turísticas que afectan al destino, con objeto de aportar datos y conocimientos que nos guíe en las acciones de desarrollo y promoción que se estimen necesarias pudiendo reforzar las líneas de actuación con información de calidad, transversal y accionable sobre el comportamiento de los visitantes, prestando atención a las siguientes áreas:

Obtener **mayor información** sobre los distintos **segmentos** de la **oferta turística** del destino, incluyendo información de perfiles de la demanda más sensibles a la misma, información geoposicionada, precios medios... pudiendo conocer el tipo de oferta que debe fomentarse y los mercados en los que debe centrarse.

- Informe Big Data año 2022

A través del siguiente informe la Fundación Visit Benidorm pretende **comprimir el pasado año 2022** tanto desde la **perspectiva del turista**, como desde la de los **diferentes agentes** que conforman el sector turístico.

La primera parte pretende reflejar los cambios y variaciones sufridas en la **capacidad aérea** durante 2022 tanto desde el punto de vista de las aerolíneas, como de los países emisores en su conjunto. Cerrándose este apartado con una previsión del **horizonte para este 2023**.

La segunda parte se concentra en los **indicadores de satisfacción** del destino en relación a la seguridad, climatología, hoteles y productos turísticos. Un apartado que se nutre de los datos volcados en la herramienta **Mabrian** y extraídos de la actividad en las redes sociales **Instagram**, **Twitter** y **TripAdvisor** de aquellos que visitan Benidorm.

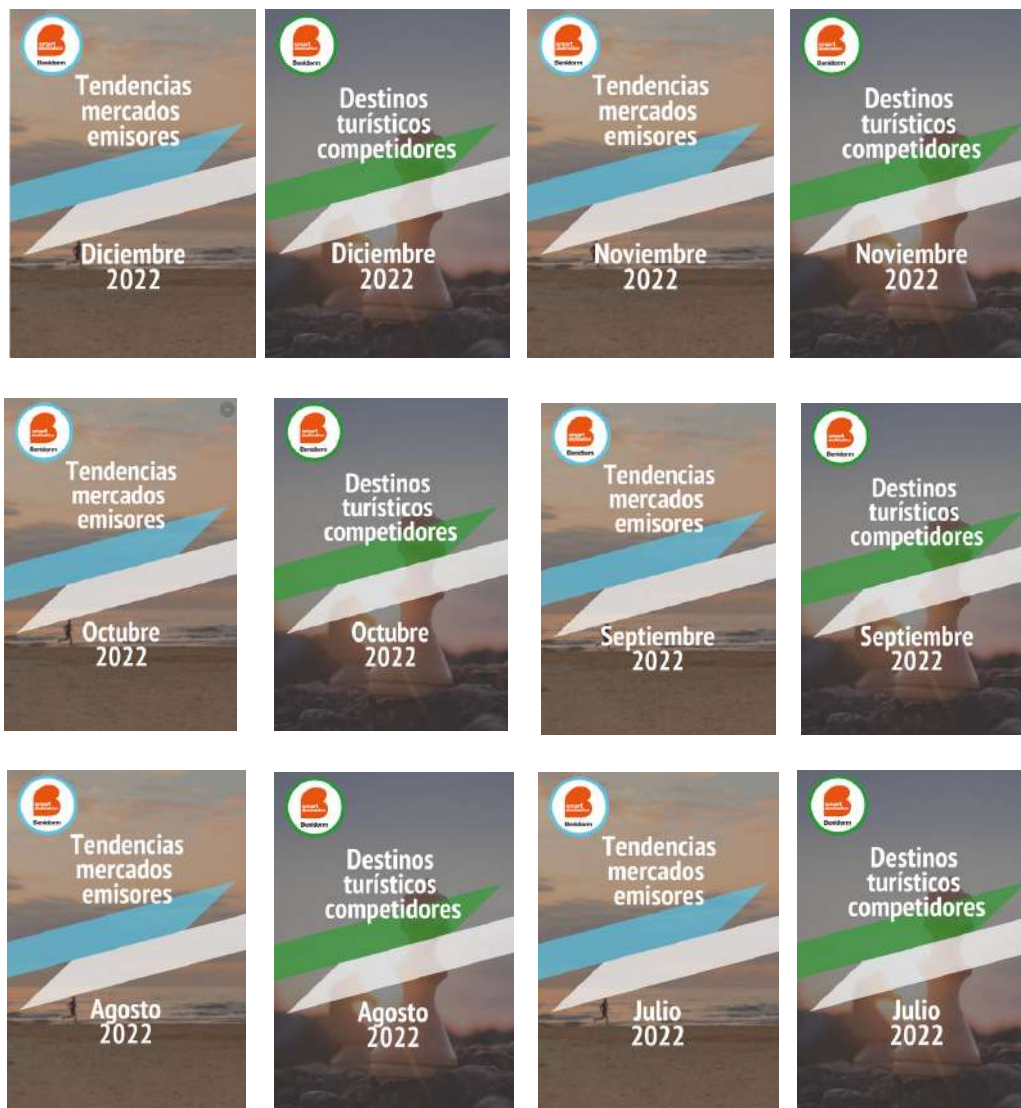
Finalmente, el último apartado del informe hace referencia a los datos de **ocupación** de los diferentes alojamientos del destino. Proporcionados en el caso de los hoteles, apartamentos y campings por la **Asociación Hotelera y Turística de la Comunidad Valenciana (HOSBEC)**, y de las viviendas turísticas por la herramienta Transparent.

Informe Anual



En el ámbito de la inteligencia turística se desarrollan informes para **adecuar la estrategia a las necesidades** en función de los mercados y los productos. (Enlace pulsando imágenes)





Los datos recopilados se consiguen gracias a la consulta de diferentes fuentes y herramientas de análisis de **Big Data** como **Mabrian** o **Google Trends**. Que ayudan en su conjunto a utilizar la inteligencia turística para lograr análisis exhaustivos del destino gracias a un sistema que permite una observación continua a las diferentes redes sociales.

Fuentes:





Como bien indica el portal online **eventosfera.com**, si hay un sector que realmente ha cambiado ha sido el sector del turismo, no solamente por la forma de publicitarse o promocionarse sino por la necesidad de conversión de destinos opacos, mudos, en destinos conectados.

Cuando hablamos de la importancia de las nuevas tecnologías aplicadas al turismo, no solamente hablamos de proporcionar conectividad al viajero sino de **ser facilitadores de información**, contenido de calidad, buena usabilidad de las plataformas y presencia más allá de las habituales herramientas sociales, también en nodos específicos que favorezcan la interacción.

La web turística de Visit Benidorm (**www.visitbenidorm.es**), su blog (**lifeinbenidorm.com**) y sus canales en redes sociales (**@visitbenidorm**) se sitúan como elemento central en las estrategias de comunicación y promoción de Benidorm en Internet.



Web

La página web **www.visitbenidorm.com** fue creada en 2014 y desde ese momento no ha dejado de crecer, tanto en contenido como en visitantes. Este portal web ya **traducido en 10 idiomas**, se ha convertido en el motor central de la estrategia de comunicación online de Visit Benidorm, siendo el principal generador de contenido, con secciones actualizadas semanalmente como son la sección noticias o el calendario, se ha convertido en un espacio en el que cualquier perfil de turista puede encontrar información turística hecha a su medida.

Datos generales 2022



1.939.675

Total visitas



734.521

Total usuarios



1.705.361

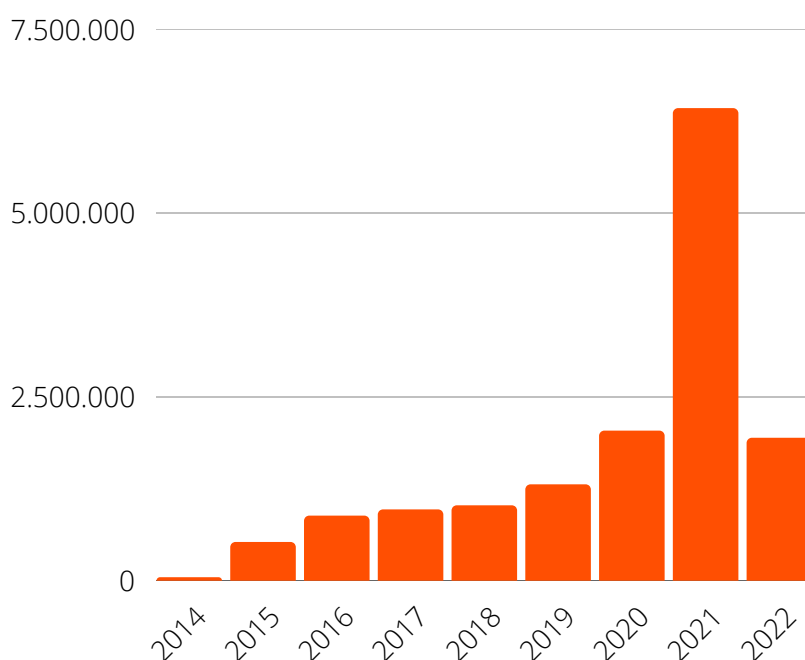
Sesiones



72,98% Nacionales

27,02% Internacionales

Evolución anual de visitas a la web



En 2021, las visitas a la web se dispararon debido a las campañas de co-marketing que redirigían el tráfico a la web.

Este año volvieron a bajar ya que el tráfico de las campañas se redirigía a la nueva web de reserva www.visitbenidorm.travel.



En 2022, VisitBenidorm lanzó su propio **portal de comercialización**, en el que se se aglutina la oferta alojativa y de experiencias de la ciudad.

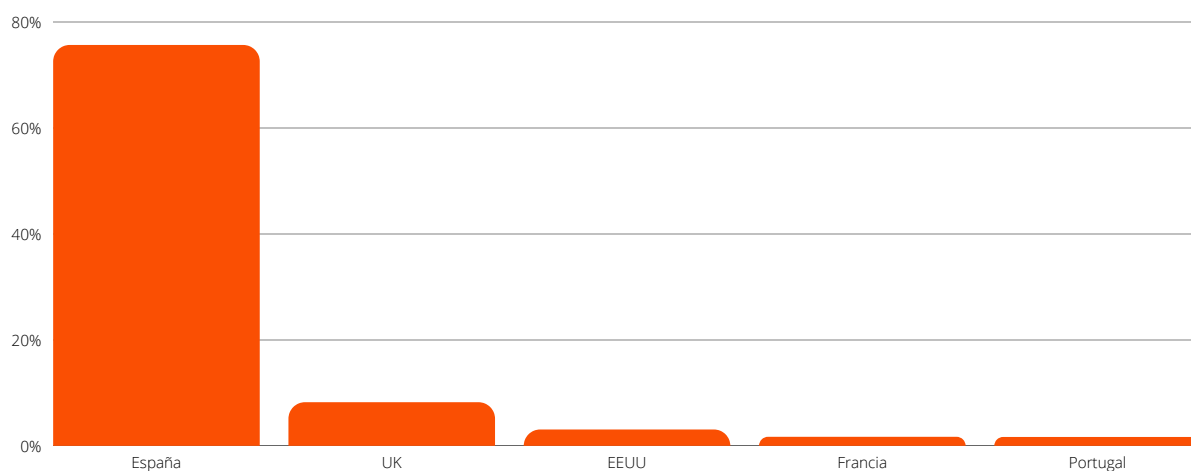
Para este proyecto la Fundación público-privada ha tenido a la empresa **Travel Compositor** como 'partner' tecnológico y la solución para adecuarse a la legislación de venta de paquetes combinados, ya que actúa como agencia de viajes de marca blanca.

Cabe destacar que a través del portal no sólo se puede elegir y reservar el alojamiento para las vacaciones, sino que el usuario podrá también adquirir su billete de avión, tren o autobús para llegar al destino entre todas las opciones de conexión existentes. "De este modo, en un único repositorio cuenta con todas las posibilidades para diseñar sus vacaciones, para paquetizarlas".

Durante el , la nueva plataforma de reservas ha arrojado los siguientes resultados:



Visitantes por países:





Facebook

Comenzando con el análisis en Redes Sociales, Facebook sigue siendo uno de los pilares principales de la estrategia de promoción online desarrollada por parte de Visit Benidorm durante el 2022 por todas las posibilidades que ofrece (videos 360, grupos, directos...).

Datos generales 2022

 80.752 Total Seguidores	 26.667.122 Total impresiones	 17.502.942 Total Alcance	 312.122€ ROI
---	--	--	--

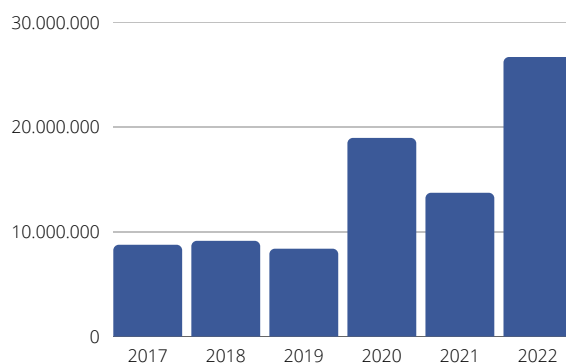
Actividad de los usuarios

 944 Total Posts	 150.858 Total Likes	 18.137 Total Compartidos	 60.820 Comentarios
---	---	--	--

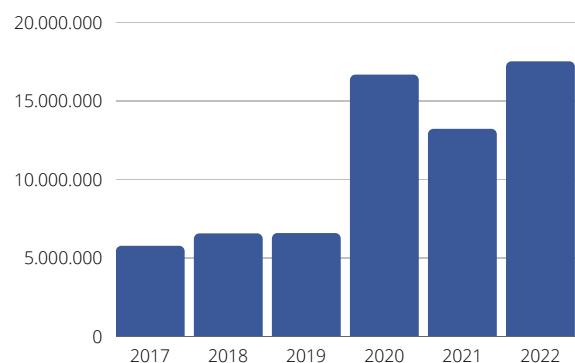
Durante el periodo del semi-confinamiento y tras el, Visit Benidorm impulsó notablemente la comunicación online en Facebook para poder captar más leads ante el incremento del consumo de contenido digital generando los siguientes resultados para el año 2022.

En los siguientes gráficos se puede apreciar el aumento y como en 2022 se han superado cifras de años anteriores.

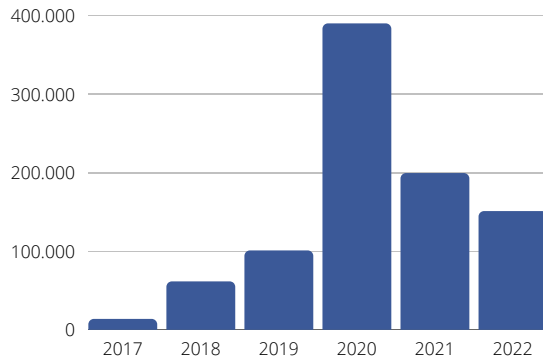
Evolución Impresiones



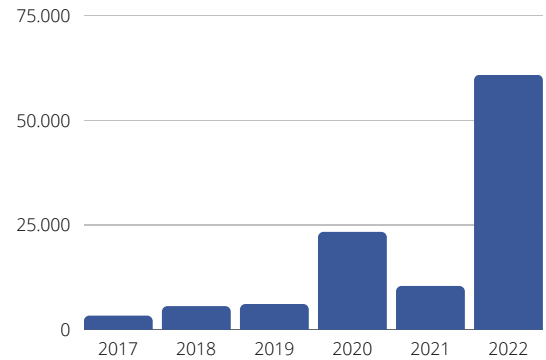
Evolución Alcance



Evolución Me Gusta



Evolución Comentarios



Durante la primera parte del año, Visit Benidorm le dió continuidad a la comunidad de Benilovers creada durante el confinamiento y cuyo el objetivo era de reunir a seguidores que compartían las ganas de volver a Benidorm. El grupo ha llegado a alcanzar los 815 miembros.

Aprovechando el fomento del teletrabajo, y de la proliferación de los conocidos como **Nómadas Digitales**, se ha seguido potenciando esta comunidad para enfocar mejor la información dirigida a este segmento de demanda.



Digital Nomads in Benidorm

Grupo público · 121 miembros



+ Invitar



Twitter sigue siendo un canal importante en la comunicación online de Visit Benidorm, durante el 2022 se publicaron **1.696 tweets** en este canal, que generaron **801.879 impresiones**, **4.735 retweets** y **17.426 Me gusta**. Unos datos que muestran una notable fidelización por parte de los followers de Visit Benidorm en Twitter.



1.696 Tweets



801.879 Impresiones



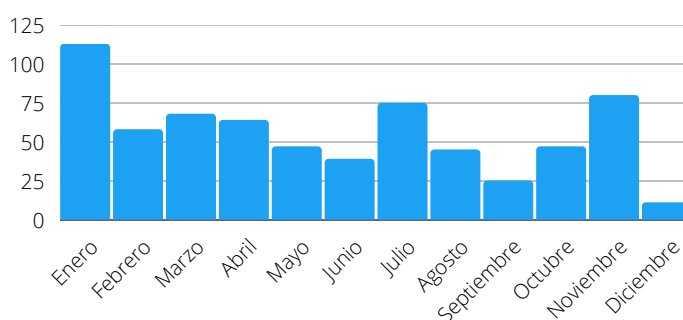
4.735 Retweets



17.426 Me Gusta

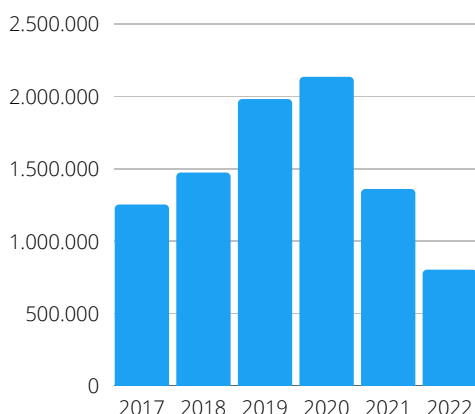
En 2022, los seguidores de Visit Benidorm, aumentaron en 672, siendo enero el mes en el que más subieron y diciembre el que menos.

Evolución de seguidores en Twitter en 2022

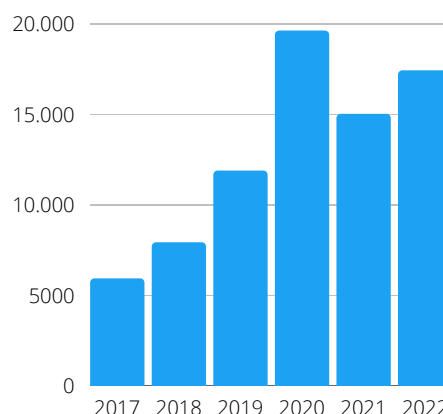


Si hacemos la comparación con otros años, podemos ver como en 2022, el número de impresiones totales ha disminuido y sin embargo, el número de Me Gusta, ha aumentado con respecto al año anterior.

Evolución Impresiones



Evolución Me Gusta





Instagram

Benidorm fue uno de los primeros destinos valencianos en apostar por la Red Social Instagram, este hecho, unido al trabajo diario en generar contenido de calidad han hecho que sea uno de los destinos mejor posicionados en este canal cerrando el año 2022 con un **aumento de 7708 seguidores** respecto al 2021.

Datos generales 2022



50.041
Total usuarios



16.192.538
Total impresiones



7.534.975
Total Alcance



479.648
Total Likes



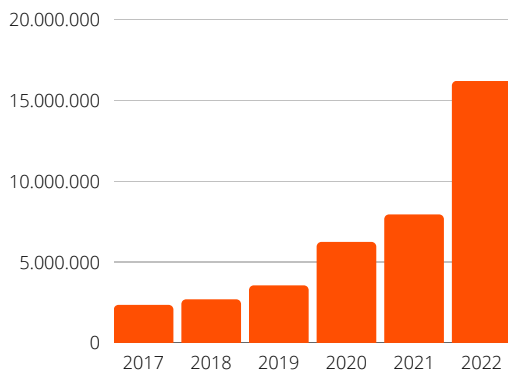
11.563
Comentarios



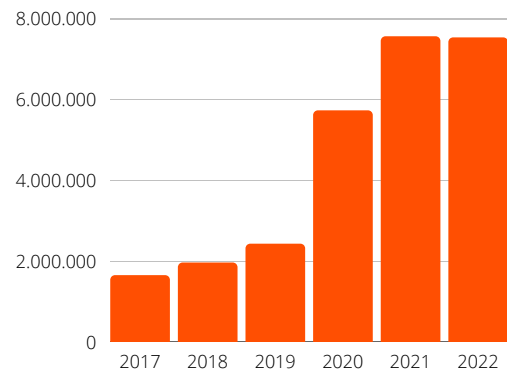
110.547€
Total ROI

Instagram ha sido otra de las Redes Sociales en las que durante el 2020 se ha percibido un gran aumento en cuanto a impresiones, alcance, comentarios y Me Gusta.

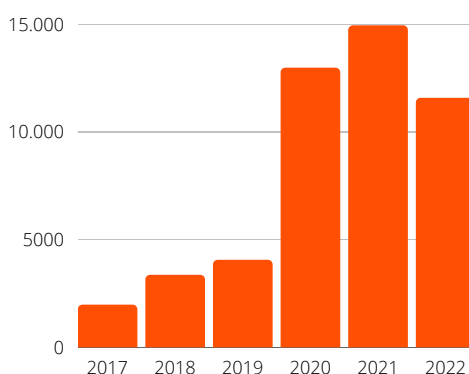
Evolución Impresiones



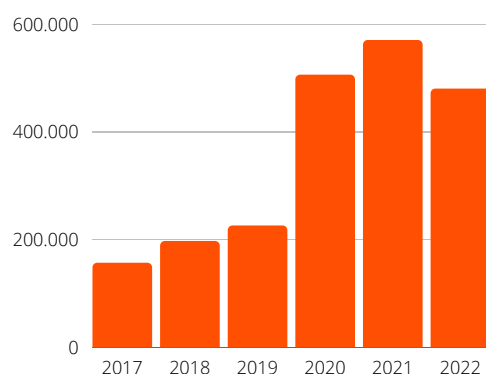
Evolución Alcance



Evolución Comentarios



Evolución Me Gusta



Youtube

En el pasado año, Visit Benidorm a través de su perfil “Life In Benidorm” publicó 24 vídeos en el reconocido portal Youtube, sin duda, este sigue siendo un portal de comunicación audiovisual de gran importancia para Visit Benidorm.



27
Videos
subidos



2.220
Suscriptores



281.469
Visualizaciones

LinkedIn

Sin lugar a dudas LinkedIn ha mostrado una evolución positiva durante el año 2022 debido a la necesidad de consumo de información profesional.

Terminando el año con **1900 seguidores** en el perfil oficial de Visit Benidorm, un dato que sigue en aumento y que unido al número de visitas y a las reacciones totales, justifican perfectamente la presencia de la Fundación en esta plataforma.



+369
Seguidores



1338
Visitas



626
Reacciones



601.096
Me gustas



35.200
Seguidores
+17.700



11.441.976
Visualizaciones
+5.348.398

[illegible]

14.303 horas de visualización



Blog Life in Benidorm

2022 ha sido un año también positivo para el blog **Life in Benidorm** ya que el consumo de contenido digital se ha notado también en este canal. A continuación mostramos los datos generados en el 2022 en el Blog Life in Benidorm.

Datos generales 2022



33.334

Total vistas



17.884

Total visitantes



Top 3 países que más nos visitan

Top 3 Posts más leídos

2.495 vistas



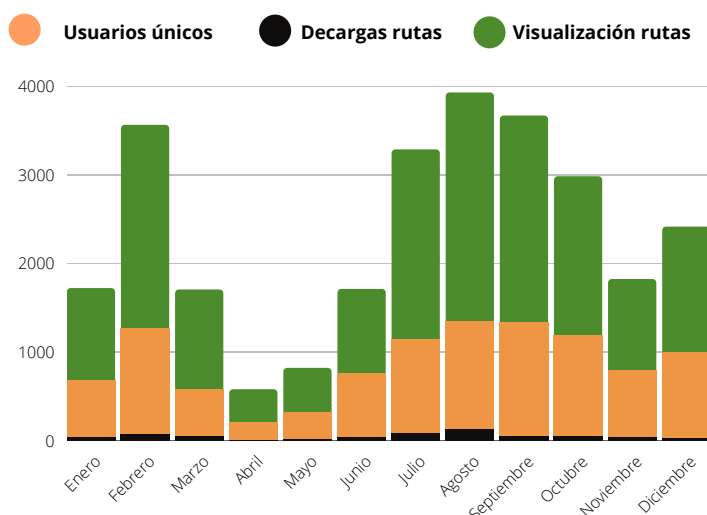
1.514 vistas



876 vistas



Durante el 2022 Visit Benidorm ha seguido trabajando en la creación de contenido para deportistas y amantes del ciclismo y la escalada. Por ello ha aprovechado el portal Wikiloc para desarrollar **nuevas rutas geolocalizadas**.



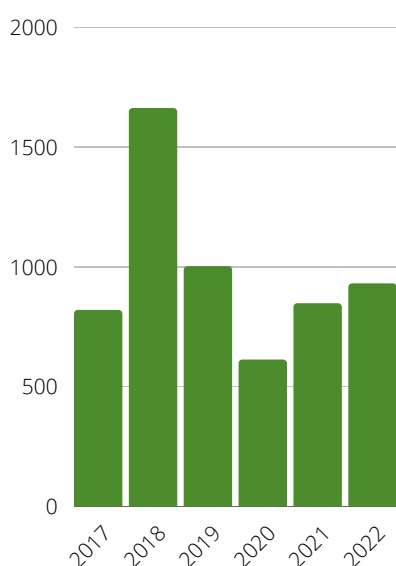
25.846
Visualizaciones de rutas

13.096
Usuarios únicos

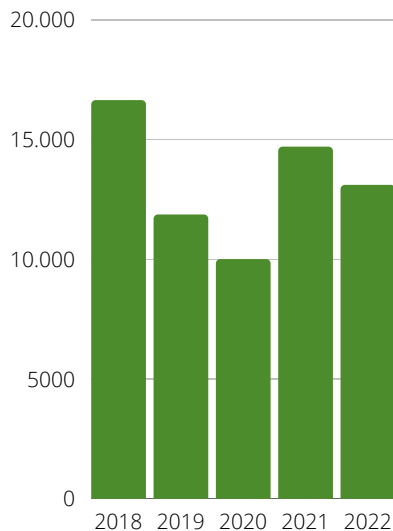
930
Descargas de rutas

En el caso de Wikiloc, cuando analizamos la evolución en los últimos años, podemos apreciar como en 2022 hemos **aumentado las descargas**, y las **visualizaciones** de nuestras rutas. Esto se debe a que con la vuelta de la movilidad y los viajes, los deportistas amantes de Benidorm han vuelto.

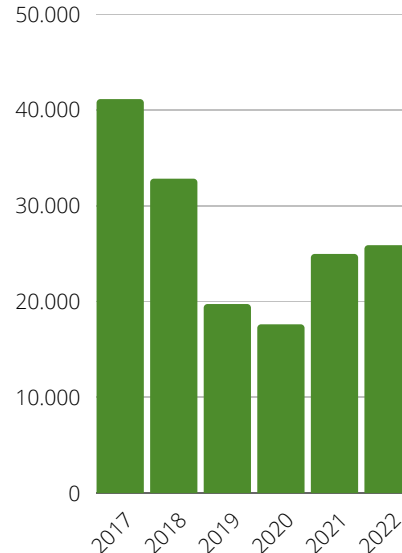
Evolución Descargas



Evolución Usuarios



Evolución Visualizaciones





Email Marketing

Visit Benidorm sigue **apostando por el email marketing**, siendo 2022 un año récord en cuanto a generación de contenido y número de envíos realizados vía email.

Visit Benidorm continua enviando sus "Newsletters Profesionales" al sector turístico de Benidorm con el fin de que pudieran ver la actividad reciente de la Fundación y las "Newsletters Públicas" a la base de datos nacional e internacional, en las que aparecían las últimas novedades, planes y eventos en la ciudad.

La base de datos de Big Data en la que se envían informes periódicos con un análisis del destino se han enviado como cada año recibiendo una buena acogida por parte del sector turístico inscrito en dicha base de datos.

Contenido Generado



Alcance por Lista

Publico Nacional

Emails enviados:	Aperturas:
180.882	28.100

Publico Internacional

Emails enviados:	Aperturas:
12.838	3824

Profesional Reunido

Emails enviados:	Aperturas:
2.890	1.190

Big Data Benidorm

Emails enviados:	Aperturas:
745	335