

Senderos de verdad *que parecen de mentira*

Categoría meta:

Turismo en espacios naturales / Senderismo

Target:

Apasionados del senderismo. Turistas cuya motivación principal es el disfrute de sus vacaciones en un entorno atractivo practicando el senderismo, actividad constituye su principal motivación. Esta práctica les proporciona un alto nivel de satisfacción personal. Son preferentemente adultos y seniors. En el resto de motivaciones e intereses, su perfil coincide con el de los "amantes de la naturaleza".

Mercados objetivo 2016:

Alemania, Austria, Bélgica, Dinamarca, España (excepto Canarias), Finlandia, Francia, Holanda, Irlanda, Italia, Noruega, Reino Unido, Suecia, y Suiza.

Idiomas:

Alemán, danés, español, finés, francés, holandés, inglés, italiano, noruego y sueco.

URLs:

- www.echtewanderwege.com
- www.rigtigestier.com
- www.senderosdeverdad.com
- www.todellisetpolut.com
- www.sentiersenvrai.com
- www.ongelofelijkewandelpaden.com
- www.unbelievablehikes.com
- www.sentierireali.com
- www.ektestier.com
- www.verkligavandringsleder.com

Estructura y contenidos:

La plataforma se estructura alrededor de una sección propia en la web holaislascanarias.com y se desarrolla a partir de contenidos específicos, acciones de comunicación on y off-line, participación en ferias especializadas, medios pagados y ganados, emails personalizados y comunicaciones desde los perfiles en redes sociales de la marca Islas Canarias.

CONTENIDOS PRINCIPALES:

> Senderos

CONTENIDOS COMPLEMENTARIOS:

- > Alojamientos especializados
- > Empresas de servicios
- > Eventos

CONTENIDOS COMPARTIDOS:

- > Promesa de marca
- > Valores de marca
- > Conjunto de islas (destinos)
- > Clima canario y sus beneficios
- > Situación geográfica
- > Vitalidad (física y emocional)

PRESUPUESTO INVERSIÓN PROMOCIONAL 2016:

220.000 €

PORCENTAJE INVERSIÓN PROMOCIONAL RESPECTO DEL PRESUPUESTO 2016:

1,47 %

