



PROPUESTA TÉCNICA

DAS BÜRO S DE R.L DE C.V



Handwritten signature in blue ink.

SFT-L5-2018



yucatan.travel

Handwritten signature in black ink.

GENERALES



SFT-L5-2018

OBJETIVO

Continuar posicionando al estado de Yucatán como destino turístico de vanguardia mediante estrategias en social media y web.

Incrementar las visitas generando contenido de calidad en redes sociales, abarcando los diferentes segmentos de enfoque, como lo son: Premium, romance, naturaleza, arqueología, y vacacional. Posicionar el sitio web yucatan.travel mediante estrategias SEO.

DEMOGRÁFICOS

Creación de campañas independientes y segmentada según hábitos de consumo para mercados externos y locales:

Mercado Doméstico: Ciudad de México y área metropolitana, Guadalajara, Monterrey, Cancún, Playa del Carmen, Campeche, Ciudad del Carmen, Veracruz, Villahermosa y Tuxtla Gutiérrez, entre otros.

Mercado de Norteamérica: Estados Unidos y Canadá.

Mercado de América Latina: Argentina, Brasil y Colombia.

Mercado de Europa: Alemania, España, Francia, Inglaterra e Italia. **Mercado de Asia:** China, Corea del Sur y Japón.

DEMOGRÁFICOS

IMPLEMENTACIÓN POR PLAZA

Canada,
EUA, Mex

Alemania, Francia
España, Inglaterra e Italia

China, Corea del sur y
Japón

Argentina, Brasil,
Colombia.

Doméstico

Ciudad de México y área metropolitana.

Guadalajara.

Monterrey, Cancún.

Playa del Carmen.

Campeche.

Ciudad del Carmen.

Veracruz.

Villahermosa y Tuxtla Gutiérrez

GENERALES



SFT-L5-2018

TARGET

Para alcanzar de manera satisfactoria el target, las campañas temáticas se dividirán entre los siguientes segmentos.

Cada contenido contendrá información de interés contemplando datos como: género, edad, nivel socioeconómico (Hombre y Mujeres con NSE A, B, C+, C, D+), hábitos de consumo en social media, hábitos de consumo de contenido web, así como preferencias de compra.

Hábitos de consumo y perfiles sugeridos por la agencia.

- Travel/Trips by Destination/Trips to North America
- Travel/Hotels & Accommodations
- Travel/Trips by Destination/Trips to Latin America/Trips to Mexico
- Travel/Air Travel
- Lifestyles & Hobbies/Green Living Enthusiasts
- Shoppers/Value Shoppers
- Media & Entertainment/Movie Lovers
- Sports & Fitness/Health & Fitness Buffs
- Lifestyles & Hobbies/Art & Theater Aficionados
- Travel/Travel Buffs
- Food & Dining/Foodies

GENERALES



SFT-L5-2018

TARGET 2 EDADES

Edades

- 18 a 24 años 20.86%
- 25 a 34 años 33.62% **Objetivo principal.**
- 35 a 44 años 20.07%
- 45 a 54 años 10.67%
- 55 a 64 años 9.75%
- 65 o más 5.02%

ESTRATEGIA

DIGITAL A IMPLEMENTAR



ANÁLISIS

SITUACIÓN ACTUAL

El contenido digital de Yucatán como destino contiene un enfoque bien trazado, sin embargo la segmentación del material y estrategias deberán modificarse para dar cabida a las tendencias 2018 en Marketing digital.
Eje principal: Continuidad y mejora.

SMART

Dicha estrategia deberá estar basada en estos 5 ejes:

- S** Especific (Especifica)
- M** Medurable (Medible)
- A** Attainable (Realizable)
- R** Relevante
- T** Time limited (tiempo específico)



ESTRATEGIA DIGITAL A IMPLEMENTAR

S

ESPECIFIC (ESPECÍFICA)

Estrategia enfocada en aumentar y posicionar el sitio yucatan.travel mediante herramientas de social media y plataformas digitales para aumentar el número de visitas y alcanzar el top of mind del target.

M

MESURABLE (MEDIBLE)

Usaremos los datos de las plataformas digitales para ofrecer reportes completos de cada campaña de manera específica y a su vez, un comparativo mes a mes del crecimiento y alcance de las metas.

A

ATTAINABLE (REALIZABLE)

Las propuestas aquí ofrecidas se basan en datos alcanzables, considerando los montos de inversión, las características del mercado así como ubicación y situación actual de la marca.

R

RELEVANTE

La estrategia y campañas serán lanzadas considerando los segmentos meta y teniendo como propósito cerrar el posicionamiento previo y alcanzar nuevos objetivos.

T

TIME LIMITED (TIEMPO ESPECÍFICO)

La estrategia tiene un periodo de vigencia de 7 meses. A su vez cada campaña de segmento será entregada como un timetable para su seguimiento.



ESTRATEGIA DIGITAL

ACCIONES CONCRETAS



Ecosistema Digital

Localización multidispositivo según sus atributos, para generar contenidos específicos de cada plataforma para la obtención de resultados 360: Google display, Facebook/Instagram, Youtube y Contenido web.



SEO para dispositivos

Actualización de contenido para los diferentes móviles, el posicionamiento se estandariza según la claridad y experiencia de navegación que se ofrezca en el móvil del usuario, por lo cual, deberán ajustarse las herramientas para los dispositivos y marcas más usados del mercado.



Perfiles de usuarios.

Creación de perfil según los segmentos del destino, utilizando la información pre existente de las plataformas y adaptando según los resultados mensuales. Como lo pueden ser: Preferencia de búsqueda, pixel, preguntas frecuentes, videos e historias de Instagram más vistas etc.



Optimización de campañas

Optimizar campañas para formar parte de la conversación, ofrecer contenidos relevantes que puedan ser distinguidos por el público meta y que a su vez se reflejen en instalaciones en las diversas plataformas y por último visitas al sitio.

ESTRATEGIA DIGITAL

CONSTRUCCIÓN DE MARCA
(A COMUNICAR)



Promesa de marca

Experiencias infinitas
#ExperienciasInfinitas #VisitYucatan



Comunicación (Personalidad)

Lujoso - divertido - diferente - naturaleza,
Cultural - accesible - aventurero



Beneficios emocionales

Ideal para mi Boda - Ideal para vacacionar - Es accesible -
Satisface mis expectativas - Quiero regresar - Ideal para relajarme
Ideal para una segunda residencia.

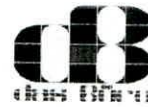


Beneficios Funcionales

Seguridad y tranquilidad, buena conectividad, diferentes y nuevas ofertas de
hospedaje, activadas recreativas y culturales.

ESTRATEGIA DIGITAL

CONTENIDOS



MEDIOS EXTERNOS

ASOCIACION DE CONTENIDOS A PUBLICIDAD

CONTENIDO PATROCINADO EN RSS MEDIOS EXTERNOS

PUBLICACIONES DE CONTENIDOS EXTERNOS PATROCINADOS



MEDIOS PROPIOS

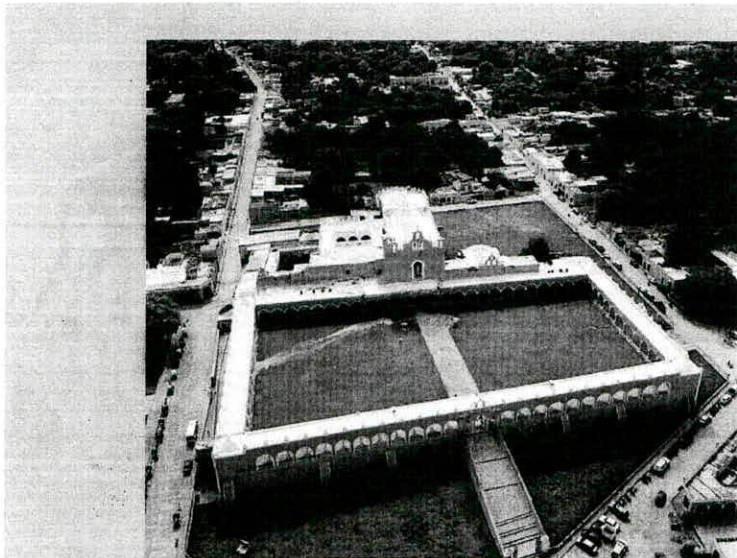
WEB: ACTUALIZACIÓN DE CONT.

BLOG

P.R. E INFLUENCERS

ESTRATEGIA DIGITAL

CONTENIDOS



MEDIOS PROPIOS

CONT. DERIVADO DE FAM TRIPS

CONTENIDO DE USUARIOS

CAMPAÑAS ESPECÍFICAS CON CPTM

PLATAFORMAS

EXPEDIA

INSTAGRAM / FACEBOOK

GOOGLE: ADWORDS, YOUTUBE

MEDICIÓN



WEB

Incremento de un 25% en las visitas al sitio web www.yucatan.travel en el periodo contratado

JUN-DIC



25%

SOCIAL MEDIA

Incremento en un 25 % de seguidores en las cuentas Oficiales de Instagram y Facebook respectivamente. En el periodo contratado.

Se ofrece en esta propuesta como **alcance**

8 millones de impactos, es decir la exposición de contenido de marca a esta cantidad de personas.

Y como impactos reales 4 millones, siendo estos: Likes, compartidos, comenarios, solicitudes de información, visualización de historias y videos.

JUN-DIC



25%



YUCATAN.TRAVEL

- Rediseño, hospedaje y mantenimiento del sitio web.
- Optimización del sitio, monitoreo del tráfico.
- Actualización en materia de seguridad.
- Actualización de contenidos previa autorización de la SEFOTUR.
- Creación y mantenimiento de las cuentas de correo electrónico (las que sean solicitadas).
- Servicio de webmail y Cpanel para la administración de cuentas de usuarios.
- Configuración de Google Analytics para generar reporte de visitas a cada una de las secciones y subsecciones del sitio web

YUCATAN HEALTHCARE

- Rediseño, hospedaje y mantenimiento del sitio web.
- Optimización del sitio, monitoreo del tráfico.
- Actualización en materia de seguridad.
- Actualización de contenidos previa autorización de la SEFOTUR.
- Configuración de Google Analytics para generar reporte de visitas a cada una de las secciones y subsecciones del sitio web.

INVENTUR

- Rediseño del sitio web.
- Actualización en materia de seguridad.
- Actualización de contenidos previa autorización de la SEFOTUR.
- Configuración de Google Analytics para generar reporte de visitas a cada una de las secciones y subsecciones del sitio web.



SERVICIOS OFRECIDOS

TURISMO ROMANCE

-Diseño y mantenimiento del sitio web.

-Optimización del sitio, monitoreo del tráfico.

-Actualización en materia de seguridad.

-Actualización de contenidos previa autorización de la SEFOTUR.

-Configuración de Google Analytics para generar reporte de visitas a cada una de las secciones y subsecciones del sitio web.

SEGUNDA RESIDENCIA

-Diseño y mantenimiento del sitio web.

-Optimización del sitio, monitoreo del tráfico.

-Actualización en materia de seguridad.

-Actualización de contenidos previa autorización de la SEFOTUR.

-Configuración de Google Analytics para generar reporte de visitas a cada una de las secciones y subsecciones del sitio web.

SERVICIOS OFRECIDOS

SFT-L5 2018



REDES SOCIALES

Administración de redes sociales de Facebook; Twitter; Instagram y YouTube de la página web de www.yucatan.travel, incluye:

Supervisión y administración; investigación de contenidos; creación de textos; atención y orientación a usuarios.

Planeación y desarrollo de estrategia, creación de campañas internas con diferentes enfoques para fomentar la participación de los usuarios.

Realización de conceptos y campañas para publicar; diseño para cada una de las redes sociales; imagen institucional para los canales; para las publicaciones; portadas; foto de perfil y banners.





SERVICIOS OFRECIDOS

SFT-L5 2018

HOST Y DOMINIO

Dominios

En caso de presentarse el vencimiento durante el periodo de contratación, la empresa deberá cubrir el costo anual de renovación de los siguientes dominios:

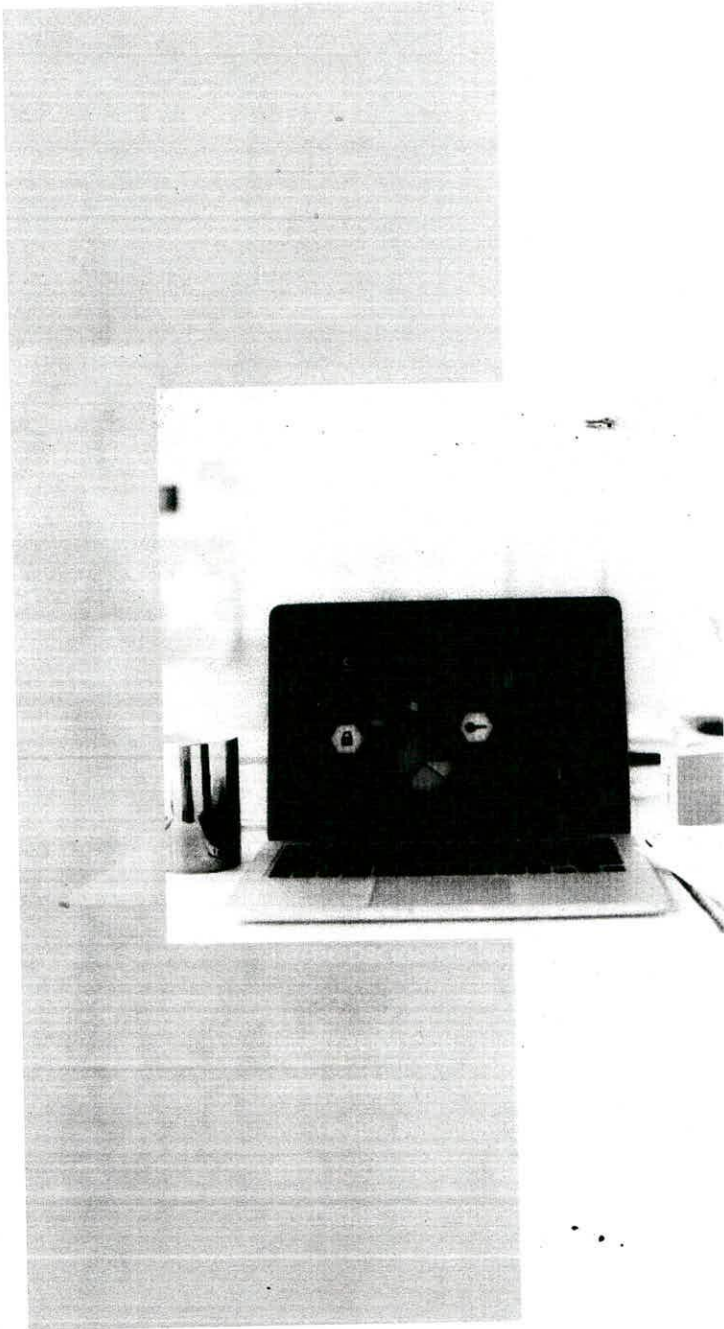
www.yucatan.travel
www.yucatanhealthcare.com
www.turismoderomance.com (el proveedor deberá adquirir el dominio, puede ser similar).
www.segundaresidencia.com (o el dominio recomendado en español o inglés).

Hospedaje (Hosting)

Renta de un servidor dedicado virtual que cumple con las siguientes características:

Procesador: Intel Xeon E3-1270 V3;
Velocidad: 4 Nucleos (HT) x 3.5 GHZ;
Memoria Ram: 16 GB DDR3 ECC;
Disco Duro Redundante: 1000 GB (2 X 1000 GB Sata); Configuración RAID 1 como Mínimo

Servicio de Proxy Cache: para la mejorar y optimizar prestaciones reduciendo el consumo de ancho de banda, reconfiguración y mejora de exigencias.





GRACIAS

DAS BÜRO S DE RL. DE C.V

GERARDO ALBERTO PINZÓN CORTES

Representante legal

SFT-L5-2018