



PALACIO DE CONGRESOS DE VALÈNCIA

PLAN DE COMUNICACIÓN 2019

Introducción: Implantar un Plan de Comunicación

El marco de implantación del Plan de Comunicación se preveía un escenario de 3 años, por ello, es necesario continuar con su desarrollo para alcanzar las metas propuestas:

- Atracción de tráfico cualificado
- Interactuar con el público objetivo

OBJETIVO: MEJORA DE LA REPUTACIÓN Y MEJORA DE LA VISIBILIDAD

Este objetivo nos debe ayudar a:

- Potenciar la imagen del Palacio de Congresos de València
- Conseguir incrementar el número de embajadores.

Por otro lado, los nuevos inputs que se han producido en torno a nuestra entidad en el ejercicio 2018, como la obtención del **Premio al Mejor Palacio de Congresos del Mundo**, hacen que debamos contemplar una evolución en las iniciativas formuladas con anterioridad y adaptarlas a las actuales circunstancias.

MENSAJE Y CANALES DE COMUNICACIÓN

Durante el nuevo ejercicio, reforzaremos la OMNICANALIDAD, es decir, facilitaremos el flujo de información entre blog (web), redes sociales y news fundamentalmente, para conseguir una línea de comunicación **uniforme** y **cohesionada**.

Además, la multitud de **contenidos generados durante el ejercicio 2018** servirán de apoyo en la labor de comunicación: vídeo de embajadores, vídeo aniversario, hitos 20 años, testimoniales, ...

Contaremos con la nueva plataforma tecnológica recientemente implantada, Synergy, que abre amplias posibilidades a la comunicación externa a clientes y proveedores, así como interna al staff y que, junto con los seguidores de redes sociales, nos ofrece una amplia **BASE DE DATOS** para trabajar en este ámbito.

Con el apoyo de nuestro **PROVEEDOR EXTERNO** en este ámbito, generaremos mensajes que, con la misma línea argumental de comunicación, se dirijan a todos y cada uno de nuestros públicos objetivo:



La elaboración de un Plan Editorial, contribuirá a la PERIODIFICACIÓN de los mensajes, y la utilización de diversos canales, favorecerá el INCREMENTO DE LA VISIBILIDAD de los comunicados.

LAS INICIATIVAS

Para contribuir a que el Palacio sea considerado **MODELO DE REFERENCIA** tanto en el ámbito nacional como internacional y ofrezca una **IMAGEN PROFESIONAL** en cuanto a recursos humanos y materiales, orientaremos nuestras acciones a:

✓ Potenciar la imagen de marca

- Dotar de nuevos argumentos (Premio AIPC) la línea de comunicación como elemento diferenciador
- Estrechar lazos con los medios de comunicación (Encuentros con la prensa y acuerdos de intercambio)
- Enfatizar el giro social del Palacio
- Humanización de la marca. A través de mensajes de las personas que trabajan en el Palacio y aporten su visión personal
- Participación en certámenes que nos den prestigio

✓ Contribuir al incremento de embajadores

- Mostrar experiencias positivas de nuestra actividad. Difundir los testimonios de *influencers* en los sectores que nos proporcionan mayor volumen de negocio.
- Incrementar la internacionalización

- Segmentar la comunicación
- Potenciar la interactividad
- Herramientas comerciales para la captación y fidelización del negocio

✓ **Creación de un CRM:**

(Customer Relationship Management)

Motivado por el constante cambio del entorno, el cliente es cada vez más exigente. Es necesario conocerlo bien y entenderlo, para diseñar nuevas experiencias y acciones de marketing más efectivas. Y por supuesto, medir el resultado de esas acciones aplicando la mejora continua.

DEBEMOS DE TENER UNA VISIÓN DE 360° PARA MAXIMIZAR EL IMPACTO Y MEJORAR NUESTRA RELACIÓN CON ÉL.



VISIÓN E2E

Una visión integral, permitirá mejorar la experiencia y la efectividad de las acciones. Con ello:

- Optimizaremos el funcionamiento de todas las áreas, los procesos y los recursos
- Obtendremos una perspectiva analítica del negocio que facilitará la detección de márgenes de mejora

Con la FORMACIÓN ADECUADA Y partiendo del sistema de gestión actual, se establecerá un espacio único en el que se presente toda la información y sea el elemento clave para que la operativa sea eficiente.



Como resultado, la elaboración del CRM pretende:

- Incrementar la fidelización del cliente: ENGAGEMENT.
- Customer service: ponemos el foco en el éxito de nuestros clientes, generando un crecimiento mutuo
- Innovación: Utilizamos última tecnología para nuestros procesos
- Respetar y valorar la diversidad del cliente: a través de la atención segmentada de los contactos en función de sus necesidades o preferencias.
- Involucrar la participación de todo el equipo