

TOUR TERRITORIO DIGITAL • VALENCIA

IMPULSA LA DIGITALIZACIÓN Y LAS VENTAS DE TU NEGOCIO

GRATIS | 6 octubre - 17 noviembre 2020 | Online | 7 sectores | 7 municipios



GASTRO AGENCIA

MARKETING FOOD LOVERS 

SOMOS

**Expertos en comunicación.
Apasionados.
Creativos.
Influencers
Gran equipo de personas.
Marketing Food Lovers.**

Conócenos

EQUIPO



Miguel Rives
CEO



Jose Morales
Marketing Manager



Nacho Martinez
Account Manager



Zaira Bass
Social Media Manager



Carla Gutiérrez
Social Media Manager



Paula
Social Media Manager



Jorge Martí
SEO/SEM



Jaime Fernández
Web Designer



Teresa Ballester
Graphic Designer



Gerard Romero
Photographer



Raquel Ramos
Administration



Patricia Fontes
Los fogones de Gastroagencia

¿Qué hemos tenido que
hacer en la agencia para
adaptarnos a la
NUEVA REALIDAD?

CÓMO NOS HEMOS ADPATADO

FASE 1

ENTENDER Y ACEPTAR LA NUEVA SITUACIÓN

CÓMO NOS HEMOS ADAPTADO

FASE 1

ENTENDER Y ACEPTAR LA NUEVA SITUACIÓN

FASE 2

PENSAMIENTO CREATIVO:

- a. PUEDO AYUDAR: Haciendo lo que sabemos, que es haciendo buenos contenidos y ayudando a comunicar a las marcas y empresas.
- b. A QUIÉN: A aquellos sectores que van a necesitar comunicar su mensaje ahora más que nunca. ALIMENTACIÓN, TURISMO, HOSTELERÍA.
- c. HACIENDO QUÉ: Creando campañas creativas y dándoles difusión para que la gente lo vea

CÓMO NOS HEMOS ADAPTADO

FASE 1

ENTENDER Y ACEPTAR LA NUEVA SITUACIÓN

FASE 2

PENSAMIENTO CREATIVO:

- a. PUEDO AYUDAR: Haciendo lo que sabemos, que es haciendo buenos contenidos y ayudando a comunicar a las marcas y empresas.
- b. A QUIÉN: A aquellos sectores que van a necesitar comunicar su mensaje ahora más que nunca. ALIMENTACIÓN, TURISMO, HOSTELERÍA.
- c. HACIENDO QUÉ: Creando campañas creativas y dándoles difusión para que la gente lo vea

FASE 3

PONER A TRABAJAR A TODO EL EQUIPO Y SACAR LO MEJOR DE LAS PERSONAS

- a. Dentro de cada empresa hay mucho talento, en estas situaciones las personas y los equipos son capaces de sacar lo mejor y lo peor de cada uno. En nuestro caso, ha sido lo mejor. Implicación 24/7, creatividad, compromiso, etc..

CAMPAÑAS Y CONTENIDOS CREADOS POR GASTROAGENCIA

#Yovuelvoseguro

FACEBOOK

Likes: 832

Comentarios: 82

Compartidos: 239

Reproducciones del vídeo: +100.000

INSTAGRAM

Likes: 135

Comentarios: 82

Guardados: 50

Reproducciones del vídeo: 2.500

+293 fotos usando nuestro hashtag #Yovuelvoseguro



TOMAR CONCIENCIA

De lo GRAVES PROBLEMAS por los que iban a atravesar el TURSIMO y la HOSTELERÍA



21 SEPTIEMBRE

11:00H.

PLAZA DE MANISES, **VALENCIA**



YO ME SUMO

SALVEMOS LA HOSTELERÍA Y LOCALES DE OCIO NOCTURNO



An aerial photograph of the island of Formentera, Spain, showing its coastline, turquoise waters, and several sailboats. A large, colorful, abstract graphic composed of overlapping shapes in green, yellow, orange, and purple is centered over the island. The text 'Formentera' is written in a large, bold, black font across the middle of the image, with 'Illes Balears' in a smaller font below it.

Formentera

Illes Balears

#ViveFormentera

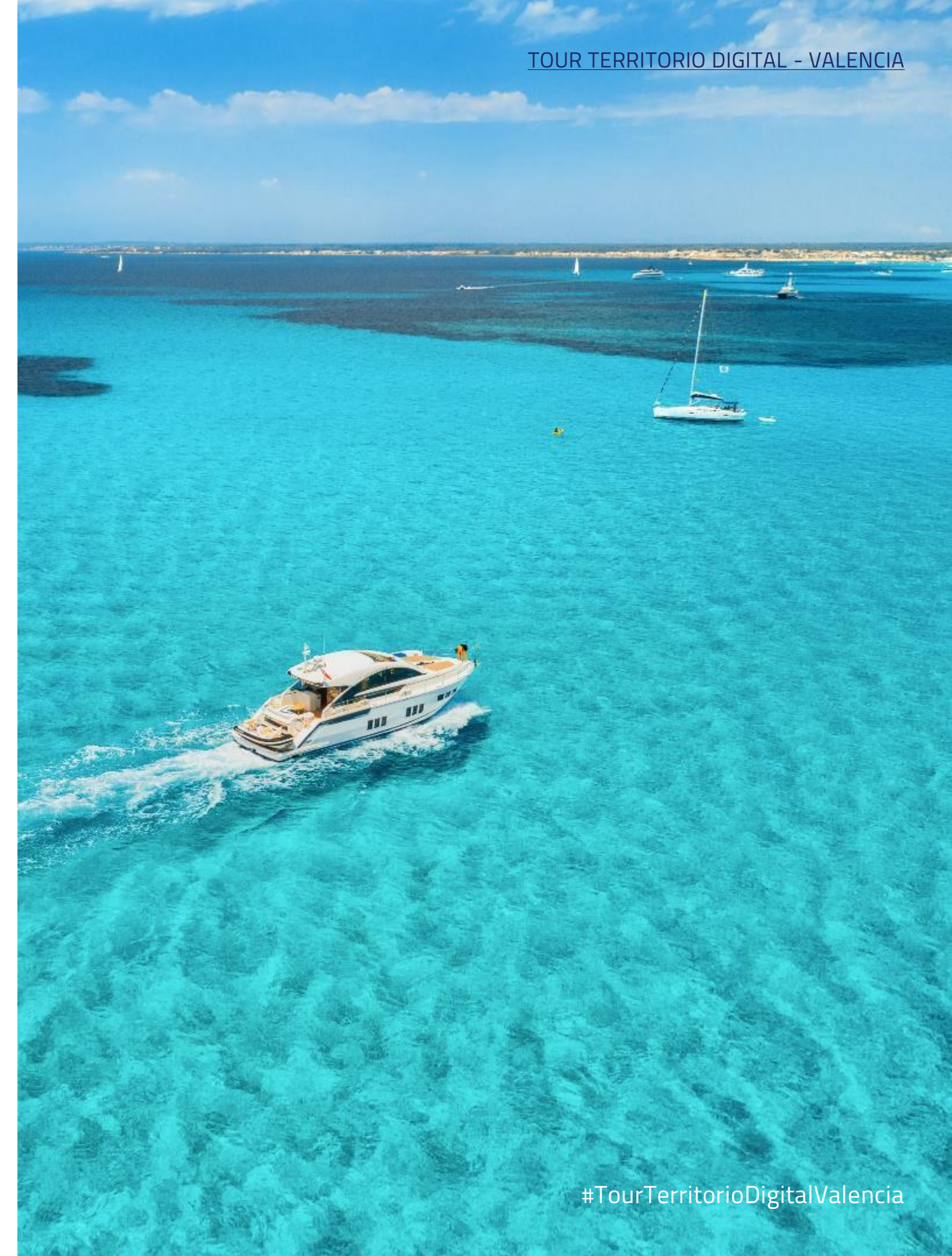
¿Cuál es la problemática que está viviendo Formentera?

Tras los hechos acontecidos durante estos días, el COVID-19 y el decreto de estado de alarma por parte del Gobierno de España, ha llevado a todos los restauradores y micro pymes de la isla, a cerrar sus establecimientos.

No sólo eso, sino que los empresarios hoteleros y propietarios de viviendas turísticas han visto como sus reservas se están anulando a la carrera y están comprobando como su corta temporada se hunde con cada día que pasa.

Habrà muchos que no van a poder soportar el cierre de sus establecimientos de forma temporal, y el recorte de la temporada y por esos motivos **DEBEMOS AYUDARLES** a que sigan a pesar de las dificultades.

Formentera es el paraíso del Mediterráneo y somos muchos los que llevamos años disfrutando de la isla y queremos que nuestros hijos también aprendan a amarla y vivirla tal y como nosotros lo hemos hecho.

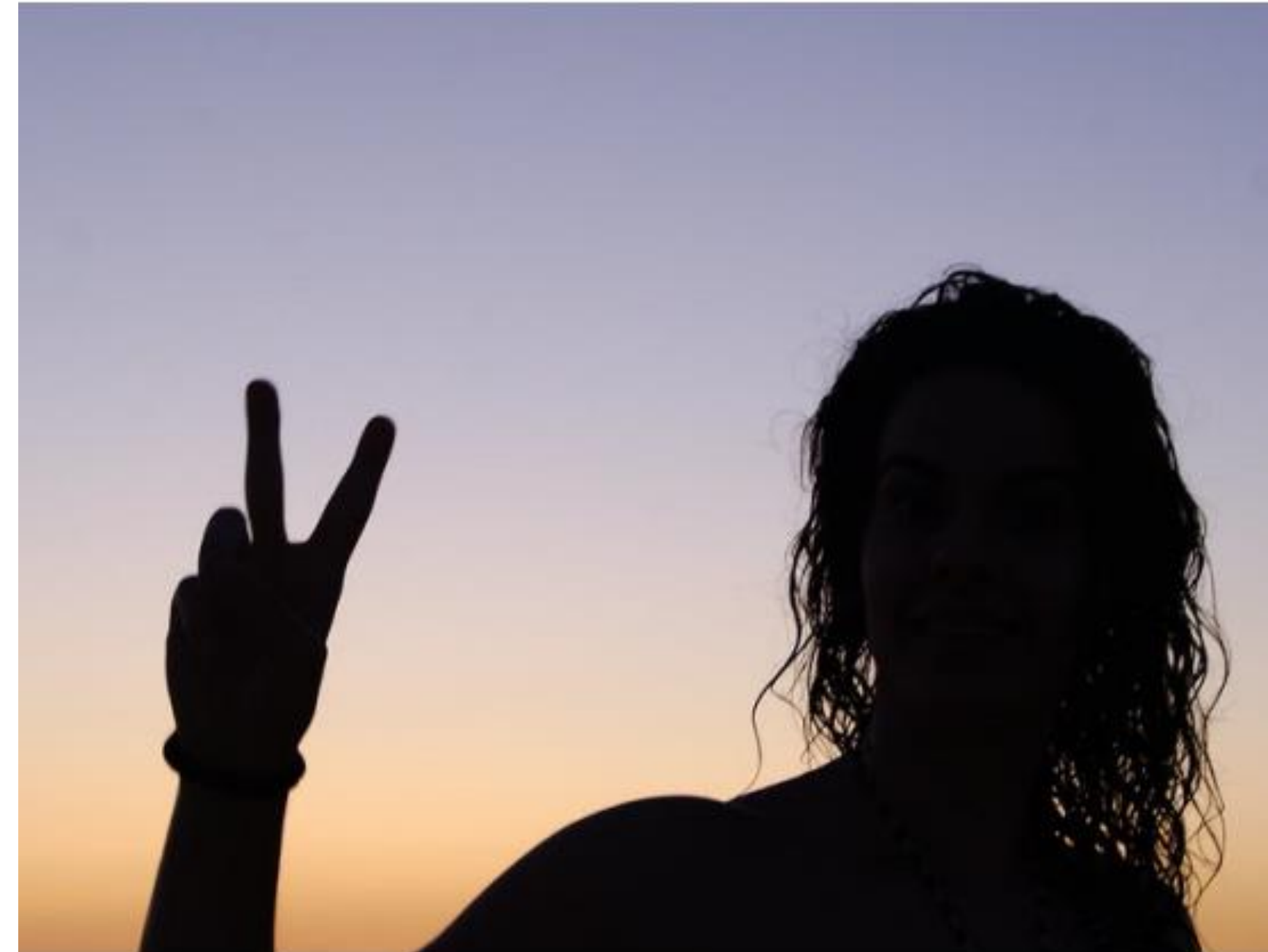


Por ello, y desde Gastroagencia, queremos colaborar **APORTANDO NUESTRA CREATIVIDAD** con el fin de que todas esas personas que tenían pensando visitar Formentera o que tenían reservas durante la temporada estival, sigan teniendo en cuenta la delicadeza de este ecosistema natural y empresarial, y que este año más que nunca se acerquen y griten con nosotros:

#VIVEFORMENTERA

El concepto irá ligado a la apertura de un hashgtag y el cierre de otro. Queremos que se relacione a un gesto (signo de la V con los dedos)

- V DE VICTORIA FRENTE A ESTE COVID19
- V DE #VIVEFORMENTERA
- V DE #VIVIFORMENTERA PARA NUESTRO PÚBLICO ITALIANO



#ViveFormentera

▶ 0:04 / 1:00



RESULTADOS DE CAMPAÑA

2.248.725

Reproducciones en
youtube, IG y FB

9.700.930

Personas alcanzadas

19.504.606

impresiones

11.600

Seguidores nuevos
En @visitformentera

CREATIVIDADES DE LA CAMPAÑA

Disfruta de
las mejores
calas del
Mediterráneo

#ViveFormentera

Formentera
Illes Balears



Disfruta de
las mejores
calas del
Mediterráneo

#ViveFormentera

Formentera
Illes Balears

El faro de
la Mola
mola mucho

#ViveFormentera

Formentera
Illes Balears

Disfruta de
las mejores
calas del
Mediterráneo

#ViveFormentera

Formentera
Illes Balears

El faro de
la Mola
mola mucho

#ViveFormentera

Formentera
Illes Balears

Disfruta del
azul turquesa
de Cala Saona

#ViveFormentera

Formentera
Illes Balears

Disfruta en
compañía
de la mejor
gastronomía
#ViveFormentera









MARKETING EXPERIENCIAL

El conocimiento que más perdura es aquel que se adquiere a través de la experiencia.

MARKETING EXPERIENCIAL

Las experiencias generan emociones y sensaciones.

MARKETING EXPERIENCIAL

Cuando son positivas se cuentan cientos de veces.

INFLUENCERS



msorianob • Seguir
Faro de Barbaria, Formentera

msorianob valió la pena la caminata no? 🤔
#viveformentera
5 días

laragarciasilva In love del vestido, cuál es la referencia ??? 🤔
5 días 2 Me gusta Responder
Ver respuestas (8)

martafamilyfit Guapísima, de donde es tu vestido? Me encanta esta súper otoñal ❤️
5 días 1 Me gusta Responder

Les gusta a **sofgomez96** y 14.860 personas más
HACE 5 DÍAS

Añade un comentario... **Publicar**



raquelbosca • Seguir
Formentera

raquelbosca MEDITERRÁNEAMENTE
🌴 @visitformentera #viveformentera
1 sem

1971krovyakov 🇵🇸 & 🇪🇸... 🤔
1 sem Responder
Ver respuestas (2)

niimsai 🤔🤔🤔
1 sem Responder
Ver respuestas (1)

mike_solaire Affascinante elegantissima di classe top bellissimaaaaa ❤️❤️❤️❤️❤️

1.343 Me gusta
27 DE SEPTIEMBRE

Añade un comentario... **Publicar**

INFLUENCERS



sharatamarit • [Seguir](#)

Hotel Cala Saona



sharatamarit Esta isla tiene magia 🌴
@hotelcalasaona
¿Quien se viene conmigo?
@visitformentera #viveformentera

1 sem



elisabetjavaloyes Qué guapa
eres! 😍



1 sem 1 Me gusta Responder

— Ver respuestas (3)



maria_torrel Oooooooooohhh
lala!!!! 🙌



1 sem 1 Me gusta Responder



Les gusta a joseantonimoralesyuste y
2.057 personas más

26 DE SEPTIEMBRE

Añade un comentario...

[Publicar](#)

RESULTADOS INFLUENCERS

17.815
ACCIONES
TOTALES

1.066
COMPARTIDOS

314
RESPUESTAS

4.893
VISTAS PERFIL

1.790.859
ALCANCE

2.227.714
IMPRESIONES

EJEMPLO DE RESULTADO POR PERFIL

		ACCIONES TOTALES	COMPARTIDOS	RESPUESTAS	VISITAS PERFIL	PINCHAR STICKET	ALCANCE	IMPRESIONES
MARTA SORIANO	H1	201	21	4	100	76	82629	98812
MARTA SORIANO	H2	375	197	32	104	42	86395	129483
MARTA SORIANO	H3	197	5	3	52	137	84611	112809
MARTA SORIANO	H4	198	6	9	85	98	80677	94568
MARTA SORIANO	H5	122	2	3	67	50	78778	112137
MARTA SORIANO	H6	201	5	2	125	69	85948	102123
MARTA SORIANO	H7	142	0	2	54	86	81223	106653
MARTA SORIANO	H8	4528	211	37	97	4183	83810	151287
MARTA SORIANO	H9	259	30	10	40	179	69781	78973
MARTA SORIANO	H10	83	3	3	56	21	77172	84450
MARTA SORIANO	H11	966	31	8	54	873	69667	80441
MARTA SORIANO	H12	143	35	8	89	11	79098	102735
MARTA SORIANO	H13	1430	128	25	48	1229	75082	90472
MARTA SORIANO	H14	56	3	5	17	31	70549	79102
MARTA SORIANO	H15	645	32	5	61	547	75238	88761
MARTA SORIANO	H16	769	96	4	3134	34	106508	121986
MARTA SORIANO	H17	725	52	31	89	552	74133	89931
MARTA SORIANO	H18	547	48	4	47	448	74319	88557
MARTA SORIANO	H19	460	20	7	28	171	18345	22793
		12047	925	202	4347	8837	1453963	1836073

#FORMENTERASIGUEVIVA



¿CÓMO POTENCIAR EL TURISMO NACIONAL?

Cómo ayudar al turismo en tiempos de crisis. La iniciativa #LovingTourism



Los residentes en España eligen Andalucía, Asturias y Galicia para sus vacaciones

El 41,5% de los residentes en España todavía piensan en salir de vacaciones este año

Decálogo de recomendaciones para destinos turísticos durante la Crisis Sanitaria del COVID-19

categorías

Turismo

GASTROCONSULTING

Decálogo de recomendaciones para destinos turísticos durante la Crisis Sanitaria del COVID-19

7. Adapta la marca de tu destino: También puede ser un momento ideal para abordar un cambio o un restyling en la marca, el claim y el manual de imagen corporativo. Los procesos de participación social se pueden abordar sin ningún problema de forma on-line. Sin lugar a dudas, esta crisis sanitaria va a cambiar el mundo y la forma en la que los ciudadanos perciben su realidad y ordenan sus prioridades. Esta renovación deberá trasladarse a la marca del destino y lo que podemos y queremos ofrecer al nuevo turista.

8. Haz que tu web promocional deslumbre: Aprovecha para mejorar o renovar tu web, ahora más que nunca va a ser tu principal canal de comunicación y por ello debe brillar. Realiza una auditoría web para ver en qué situación se encuentra para optimizar su estructura, mejorar su diseño, garantizar su condición responsive, generar contenidos relevantes manteniendo la clave SEO y tradúcela a nuevos idiomas para ampliar su radio de acción.



Cuando vas a venir.es



Embajadores Oropesa del Mar



VER MÁS

¿Qué hacer y que no hacer en RRSS en tiempos de Coronavirus?

SÍ DEBES...

SE RESPONSABLE: Esta crisis no va de oportunidades, va de personas. De responsabilidad. Eso si, si funciona. ¡Mejor todavía! TRANSMITE TRANQUILIDAD: Tranquiliza a toda tu audiencia, pero sobre todo a los que se han podido ver afectados. Vosotros seguíis, estáis tomando medidas y tomaréis más para salir adelante.

SOLUCIONA PROBLEMAS: Ofrece todas las soluciones posibles antes cualquier problema que pueda surgir.

NO AHORRES EN PALABRAS: Es momento de comunicarte con tu audiencia. Que nos entiendan. Que compartan nuestra forma de hacer, de pensar. Hay cosas que no se pueden expresar en 2 líneas. Si tienes que escribir, escribe. ¡Es tiempo para ello!

ADAPTA TU LOGO: Si es posible, adapta tu logo a la situación. Separa las letras, cambia el icono, introduce una frase diferente.

CONECTAR: Es el momento de conocer más a tu audiencia. De entenderles, de saber lo que piensan, de hablar con ellos. Utiliza para ello todas las herramientas a tu alcance.

ESTRATEGIA: Aprovecha y rehaz tu estrategia de marketing. Con la situación actual que vivimos, todo ha cambiado. La forma de comunicar y lo que comunicar también. Aprovecha esta situación para definir tu nueva estrategia de marketing.

SITUACIÓN ACTUAL RRSS ALCOSSEBRE

FACEBOOK: 26.126 fans

INSTAGRAM: 4.676 seguidores

TWITTER: 7.027 seguidores

- Se publica contenido potenciando el volver a veros.
- Se publica que los actos no realizados en fecha, quedan pospuestos a otoño.
- Publicaciones fomentando el deporte desde casa.
- Post policía cuidando la ciudad.
- Publican homenajes a los sanitarios.
- Se ha publicado contenido con el #quédateencasa. Todo irá bien.
- Comunicación oficial del ayuntamiento del estado de alarma.
- Ninguna acción concreta para fomentar la interacción durante la cuarentena.

DATOS DE ENGAGEMENT:

¿Qué es el engagement?

Es lo mismo al compromiso que los seguidores tienen con tu marca, la fidelidad. Engagement es el grado en el que un consumidor interactúa y se compromete con una marca.

¿Cómo se consigue?

Conectando con tu audiencia.

Informando de cosas interesantes.

Entreteniéndoles.

Compartiendo vivencias.

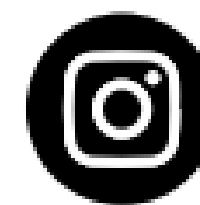
Aportándoles valor.



Engagement: 6,9%

Media likes: 159/foto

Media comentarios: 15/foto



Engagement: 4,57%

Media likes: 208/foto

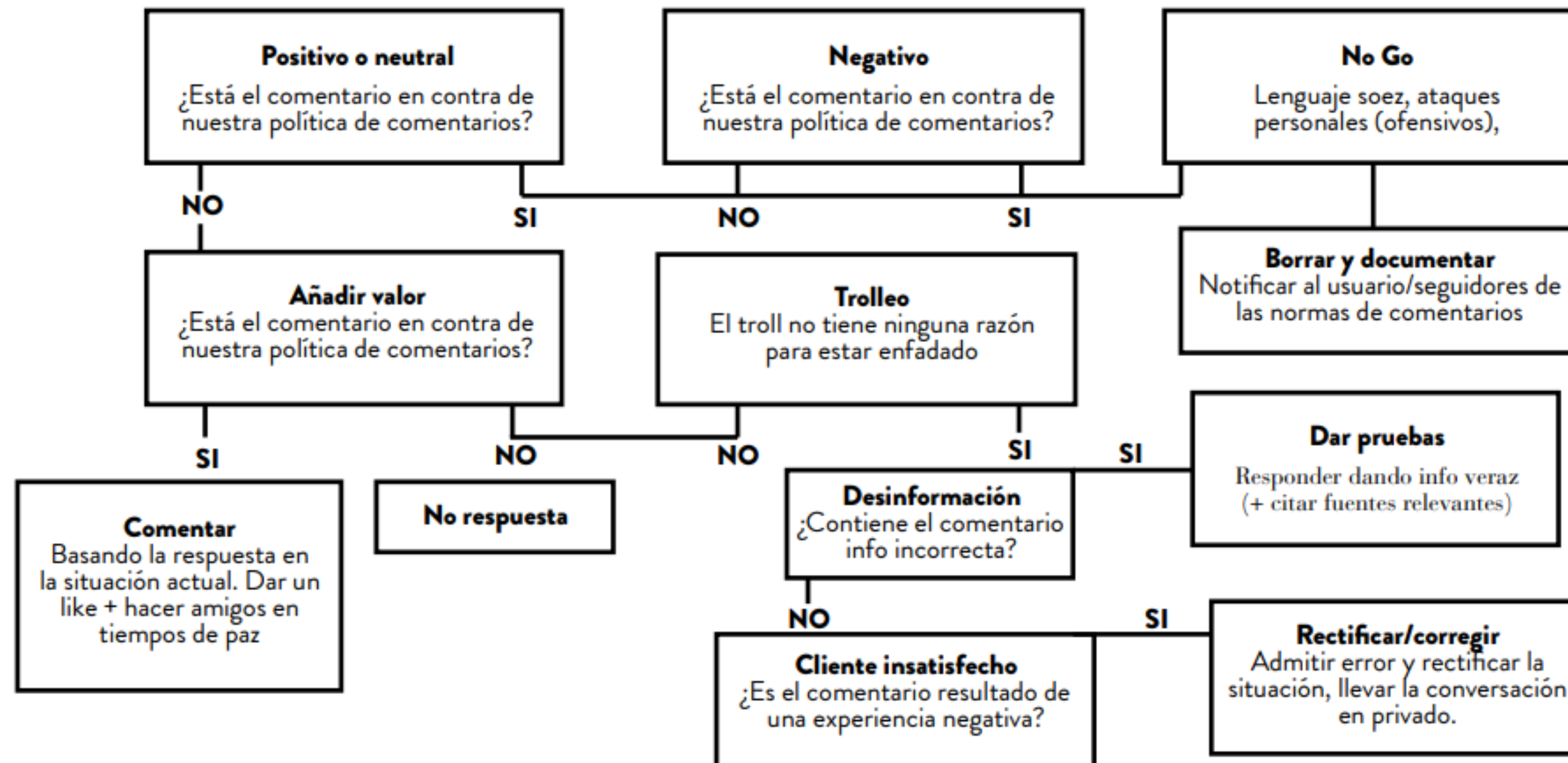
Media comentarios: 6/foto

ACCIONES EXPRÉS PARA RRSS

- **Juegos para aumentar la interacción:** Sopas de letras, acertijos, diferencias...
¿Tu destino tiene algo típico? Aprovéchalo y que la gente lo haga en su casa. Potencia que nos envíen las fotos.
- **Crea tu propio #** para controlar todo el contenido que sube tu audiencia. **#VolverAOropesa #ViveOropesa #OropesaNoSeVa #Oropesa**
- **Crea contenido en directo con gente del sector para retroalimentaros ambos de vuestros seguidores.** Si no hay ninguna persona que quiera ser la cara visible se puede poner una imagen fija de una playa o de algún lugar emblemático de la ciudad.
- **#RevisaTuFototeca:** Son tiempos de estar en casa. Como norma general, pocas veces revisamos la fototeca de nuestro móvil. Hagámoslo por una buena causa. Sube tu foto en #Oropesa y ayúdanos.
- **Aprovecha** para dar a conocer el destino a gente que aún no lo conoce: Mediante álbumes de foto, vídeos, cámaras de seguridad etc... Enseña las pequeñas cosas que tenéis y no todos conocen.
- **Humaniza el destino.** En los tiempos que vivimos la gente quiere conocer a las personas. Aprovéchalo. Paco, charcutero de la tienda "Charcuterías Paco" y que te corta el jamón cada mañana estará aquí cuando todo esto pase.
- **¿Hay personajes relevantes que veraneen en Oropesa?** Pídeles ayuda. Estarán encantados de hacerlo por su lugar de veraneo favorito.

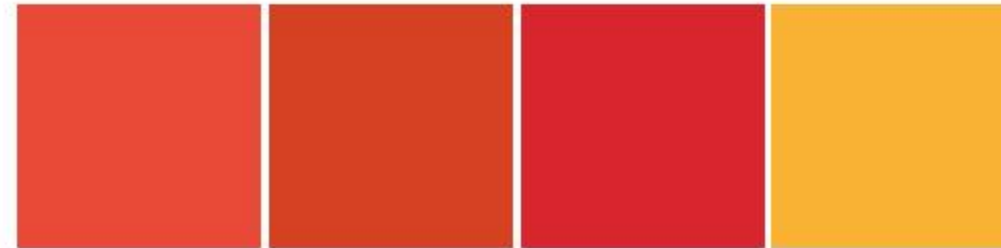
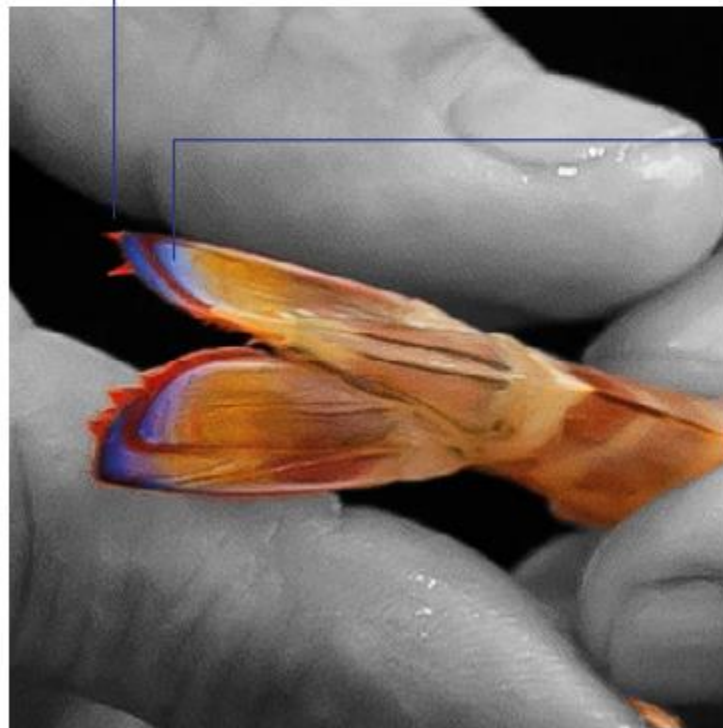
PROTOCOLO DE CRISIS

Si hay algo que ha hecho a todo el mundo ver con esta cuarentena es que en tan solo 24 horas todo puede cambiar. Recomendamos trabajar siempre con un protocolo de gestión de crisis antes cualquier problema que pueda surgir. De modo que sigamos un guión para tomar siempre la mejor decisión a la hora de actuar.

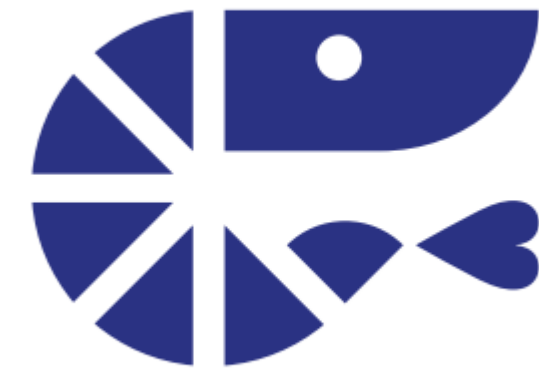


VINARÒS – La festa del llagostí

Muestra de color de los langostinos indígenas de Vinaròs. Los colores únicos de la cola tienen distintos tonos de rojo y azul.



El langostino marca de Vinaròs.



La propuesta de langostino para el festival



VINARÒS – La festa del llagostí



VINARÒS – La festa del llagostí



PROPUESTAS POST COVID-19 QUE SE CONVIERTAN EN VIRAL

Acción: NUESTRAS RAÍCES

Las raíces de España y sus viajeros.

¿CUÁL ES NUESTRO VERDADERO ORIGEN? ¿ESTAMOS CONVENCIDOS QUE SOMOS TAN DIFERENTES?

¿POR QUÉ HAY TANTA DIFERENCIA DEL QUE VIAJA A FORMENTERA CON EL QUE LO HACE EN ALCOSSEBRE?

Nos proponemos hacer un cuestionario sobre costumbres típicas en España y que personas nacidas aquí, lo contesten. Sería un experimento masivo.

Para llevar a cabo este experimento, deberíamos de invitar a 50 personas de diferentes segmentos de la población (niños, gente mayor, joven) o bien de forma online mediante una vídeo llamada, o bien presencial en algún lugar emblemático de la ciudad. (Cuanto más toquemos la fibra a la gente más fácil de viralizar) En este experimento analizaremos sus costumbres veraniegas con una serie de preguntas cortas previamente definidas para que se den cuenta de que a todo el mundo nos gusta lo mismo. El aperitivo de las 12, una cerveza bien fría en la playa, los atardeceres al sol, una buena copa con amigos y un buen arroquito.

Y ESO SEÑORES, NO HAY QUE IRSE MUY LEJOS PARA ENCONTRARLO.

VOSOTROS LO TENÉIS EN ALCOSSEBRE.

Esta propuesta iría acompañada de un vídeo que trataríamos de hacer viral.

Se diseñaría una página de aterrizaje. www.descubretusraices.es

El objetivo es hacer una campaña donde dirijamos tráfico a esta web, que la gente vea el vídeo y puedan descubrir cual es el origen de sus raíces.

Y como será de esperar, los resultados traerán un buen puñado de sorpresas bajo el brazo. Los participantes reaccionaran emocionados y eso hará que el contenido se comparta.

Acción: REGRESA AL PASADO



Tras la situación que vivimos, nos espera un verano desconcertante. La incertidumbre no nos permite saber cómo podremos viajar, ni de que manera. Por ello, consideramos fundamental volver al pasado para regresar con más fuerza que nunca al presente y de forma inmediata al futuro.

QUEREMOS QUE ÉSTE SEA UN VERANO COMO EL DE ANTES. Que la familia esté unida, que juguemos a las cartas, saquemos los juegos de mesa, nos llevemos la tumbona a la playa y cantemos “mami que será lo que tiene el negro”.

Es necesario volver a nuestras antiguas costumbres. Las que hemos perdido. Actualmente, estamos conectados 24 horas a dispositivos electrónicos. ¿Cómo eran los veranos hace 30 años?

Si somos capaces de volver al pasado, para regresar al futuro más adelante, habremos aprendido mucho la problemática que vive el país.

- La familia y más familia.
- Libros Santillana.
- El balón de Nivea.
- Los helados fríos.

Quien sea capaz de volver a ser feliz con estas costumbres que practicábamos en los años 90, tenemos una sorpresa para vosotros.

OROPESA DEL MAR, VOLVERÁ A LA PESETA. SÍ. ¿QUÉ TE PARECE?

Hoteles y comercios con precios como equivalentes a la peseta y promociones en pesetas para que podamos viajar. Serás tú quien tenga que hacer el cambio. Sería importante que las personas que vinieran, compartieran fotos con los elementos que he nombrado. Tantos antiguos como actuales y subirlas en RRSS.

¿Quién no echa de menos 1000 calas? ¿Os apetece?

Acción pulsera: LA PULSERA OROPESINA

Con esta acción podemos atraer a mucho público y conseguir una gran notoriedad a nivel nacional.

Vamos a construir una Oropesa del Mar, donde solo exista el **todo incluido**. Seleccionaremos un número limitado de establecimientos relacionados con la hostelería y la hotelería para que los turistas que nos visiten, solo tengan que mostrar sus pulsera y puedan pedir lo que sea cuando les apetezca y las veces que quieran.

Para ello, buscaremos **un grupo de personas concentradas en un fin de semana**.

Lanzaremos paquetes cerrados con todas las indicaciones para que pasen unas vacaciones de ensueño a nivel nacional y con un precio cerrado. Para ello, activaremos unas campañas de social ads para regalar 50 paquetes cerrados



CONCLUSIONES

- **Adaptarse al nuevo entorno**

CONCLUSIONES

- **Adaptarse al nuevo entorno**
- **Explotar el lado más creativo**

CONCLUSIONES

- **Adaptarse al nuevo entorno**
- **Explotar el lado más creativo**
- **Fomentar el marketing experiencial**

CONCLUSIONES

- **Adaptarse al nuevo entorno**
- **Explotar el lado más creativo**
- **Fomentar el marketing experiencial**
- **Exprimir al máximo cada oportunidad**

¿Preguntas?



SIGUE IMPULSANDO LA **DIGITALIZACIÓN** Y LAS VENTAS **DE TU NEGOCIO**

ticnegocios.camaravalencia.com

