



SEGUIMIENTO DE PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

Fuentes:

Sociedad Pública de Gestión y Promoción Turística y Cultural del Principado de Asturias, SAU

Las estrategias para el posicionamiento y la comercialización del Principado de Asturias atienden tanto a los productos turísticos estratégicos y prioritarios como a los mercados seleccionados como prioritarios en el Marco Estratégico del Programa.

1. PLAN DE PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN OFFLINE

INDICADORES DE SEGUIMIENTO	DATOS 2019
Nº de campañas de publicidad desarrolladas para cada mercado y producto	3
Nº de acciones de cada tipo incluidas en cada campaña	345
Nº de acciones directas llevadas a cabo en cada destino de origen Mercado regional Mercado nacional Mercado internacional	Mercado nacional: 15 acciones (356 soportes) Mercado regional: 6 acciones (80 soportes) Mercado internacional: 3 acciones (526 soportes)
Nº de medios de cada tipo incorporados a la base de datos de promoción, comercialización y prescripción	En el siguiente ítem
Nº de contactos realizados por tipología de agente/medio	Periodistas: 83 Agentes y otros prescriptores: 197
Nº de proyectos turísticos en los que se participa	1
Nº de viajes de familiarización realizados	45
Nº de publicaciones e impresiones en cada medio (prensa, televisión y radio) Nº páginas en prensa Nº páginas en revistas Nº cuñas radio Nº spots televisión Nº soportes exteriores mupis, vallas	104 204 763 5026 (TV y pases de cine) 890
Nº de publicaciones en revistas por tipo de producto Urbano Costa Rural Naturaleza Activo y deportivo Cultural Camino Santiago Industrial Gastronómico	17 18 2 55 15 58 12 8 25

Nº de intervenciones en radio	—
Nº de vídeo de intervenciones en la televisión	—
Nº de actividades de familiarización (presentaciones técnicas) ofrecidas al sector privado asturiano	—
Nº de empresas asturianas participantes en actividades de familiarización (presentaciones técnicas)	—
Nº de presentaciones del destino celebradas en origen	1
Nº de acciones de promoción y fidelización puestas en marcha (Club Cultura y Pasaporte Cultural)	2
Nº de visualizaciones de cada material audiovisual diseñado	Total Facebook: 4.623.775 Total YouTube: 1.126.636
Nº de beneficiarios de cada acción de promoción y fidelización puestas en marcha	Club Cultura Usuarios total: 44.732 Altas: 2.981 Pasaporte Cultural Emitidos: 303
Nº de agencias de receptivo participantes en folleto de comercialización	17

INDICADORES DE EVALUACIÓN	DATOS 2019
% de participación en eventos de publicidad y ferias	—
Puntuación en cuestionarios de satisfacción de acciones de promoción offline	Cuestionarios: 12 Media: 4,3 puntos Baremo: (1 a 5 puntos)
Nº de entidades de comercialización, promoción y prescripción contactadas en viajes de familiarización por tipología	295
Nº de entidades de cada tipo participantes en viajes de familiarización por tipología	Medios: 64 Agentes: 192
Nº de acciones de comunicación realizadas con embajadores de marca	1
Nº de personas que colaboraran como embajadores de marca	1
Nº de folletos nuevos o rediseñados	4
Nº de audiovisuales diseñados	27
Impacto en la percepción de los agentes del mercado (1-10)	—
Indicadores sobre la asistencia a ferias: Nº de ferias a las que se asiste	19
Indicadores sobre la asistencia a ferias: Nº de folletos	55.264

entregados y temáticas más solicitadas	
Indicadores sobre la asistencia a ferias: Nº de reuniones realizadas por profesionales en el stand	1.006
Indicadores sobre la asistencia a ferias: Nº de reuniones de misión comercial realizadas	103

2. PLAN DE PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN ONLINE

INDICADORES DE SEGUIMIENTO	DATOS 2019
Indicadores de rendimiento y uso del sitio Web: - Número de visitas y visitantes por pestaña e idioma	España: 3.903.587 EE UU: 92.817 Francia: 56.729 Reino Unido: 37.287 Alemania: 37.161 Argentina: 28.581 Italia: 24.101 Portugal: 22.614 México: 16.800 Bélgica: 14.106 Países Bajos: 12.808
Indicadores de rendimiento y uso del sitio Web: - Uso del sitio Web, etc.	ANEXO 1 Cuadro datos web
Nº de imágenes y de vídeos catalogados y disponibles para su difusión	9.900
Nº de impactos de cada tipología de acciones publicitarias en internet llevadas a cabo	—
Nº de <i>influencers</i> detectados y catalogados	6
Nº de posts en portales especializados (de medios de comunicación y compañías de transporte)	13
Indicadores derivados de la publicidad online: - Nº de clics en los anuncios	—
Indicadores derivados de la publicidad online: - Nº de impresiones	119.070.000
Indicadores derivados de la publicidad online: - Porcentaje de clics con respecto a las impresiones	—
Indicadores derivados de la publicidad online: - Tiempo de visita en la página que contiene el anuncio	—
Indicadores de rendimiento de redes sociales: - Nº de seguidores	Facebook: 472.589 Facebook internacional:

	90.814 Twitter: 93.155 Instagram: 102.673 Youtube: 4.402 Pinterest: 1.928
Indicadores de rendimiento de redes sociales: - Alcance de las publicaciones	202 millones
Indicadores de rendimiento de redes sociales: - Posición de cada canal en el ranking de destinos	FACEBOOK: 3º TWITTER: 5º INSTAGRAM: 3º YOUTUBE: 4º PINTEREST: 2º
Indicadores de rendimiento de redes sociales: - Nuevos canales creados	0
Indicadores de rendimiento de redes sociales: - Nº de usuarios que participan en concursos, sorteos y promociones	0
Indicadores referentes a los boletines: - Nº de usuarios suscritos a boletines	—
Indicadores referentes a los boletines: - Nº de boletines enviados a usuarios	—
Indicadores referentes a los boletines: - Nº de profesionales suscritos a boletines	—
Indicadores referentes a los boletines: - Nº de boletines enviados a profesionales	—
Indicadores referentes a los boletines: - Indicadores de comportamiento: tasa de apertura, cancelación de suscripciones, etc.	—
Nuevas herramientas y soluciones tecnológicas innovadoras implantadas	0

INDICADORES DE EVALUACIÓN	DATOS 2019
Nº de descargas de apps móviles y tabletas de Turismo de Asturias desarrolladas	2.117 Android 709 IOS
% de valoraciones positivas globales en Redes Sociales	—
% de incremento global de seguidores segmentado por tipo de canal	FACEBOOK: 10,03% TWITTER: 6,85% INSTAGRAM: 56,30% YOUTUBE: 21,64% PINTEREST: 9,48,57%
% incremento de búsquedas globales de google por palabra clave Asturias y ciudades clave	—

% de acceso a productos y servicios turísticos desde plataformas Web, redes sociales o boletines	Orgánico (SEO) 69,22% Redes Sociales 18,41% Directo 9,22% Referenciado 1,09% Display 0,08% Otros 1,98%
Nº de seguidores globales en todas las campañas de marketing en redes sociales	Alcance Total 13 M.

3. PLAN DE APOYO A LA COMERCIALIZACIÓN

INDICADORES DE SEGUIMIENTO	DATOS 2019
Nº de ofertas y escapadas subidas al sitio Web de Turismo de Asturias	27
Nº de intermediarios turísticos añadidos a la base de datos	117
Nº de acciones comerciales propuestas Jornadas directas Jornadas inversas Workshop en Asturias	3
Nº de acciones comerciales llevadas a cabo y control de indicadores de rendimiento: Entrevistas realizadas	103
Nº de acciones comerciales llevadas a cabo y control de indicadores de rendimiento: Contratos cerrados	—
Nº de itinerarios o circuitos de viaje desarrollados	—
Nº de productos incluidos en el folleto de comercialización	—
Nº de experiencias turísticas colocadas en Spain.info y otras plataformas especializadas	Spain.info: 55
Nº de jornadas de formación y sensibilización realizadas	0
Nº de empresas participantes en jornadas formativas sobre comercialización	0
Nº de empresas particulares que añaden botón de reserva en su ficha de servicio	2.238
Nº de empresas particulares que integran un motor de reservas en su ficha de servicio	260
Nº de bolsas de contratación desarrolladas	0



INDICADORES DE EVALUACIÓN	DATOS 2019
Nº de participantes en acciones comerciales propuestas	Agentes: 329 Empresarios: 69
% de incremento de indicadores de rendimiento comercial e incremento de ventas	—
Nº de asistentes a las jornadas de formación y sensibilización realizadas	Ya está en seguimiento
Nº de asistentes a las jornadas formativas sobre comercialización	Ya está en seguimiento
Incremento global de compras (%) en plataformas de venta online	—
% comparado de compra de productos turísticos incluidos en el plan de comercialización	—