

Innovación en comercialización

Estudio del Caso: Islas Canarias



Premios Eficacia, de la Asociación Española de Anunciantes

La marca turística Islas Canarias, premiada como estrategia más innovadora

Es la marca turística española más premiada

acciones de comunicación, convirtiéndola en **la marca turística española más premiada con más de 30 galardones nacionales e internacionales.**

250 acciones para 19 países

Promotur Turismo de Canarias ha venido realizando una intensa labor a través de acciones que responden a una línea estratégica previamente marcada y con objetivos claros, donde los **medios digitales y la microsegmentación motivacional** han llevado a la marca a superar a todos sus competidores.

En lugar de una campaña al año, Islas Canarias desarrolla **250 acciones y contenidos de comunicación en 15 idiomas para 19 países**; 400 contenidos y acciones audiovisuales; **1.500 adaptaciones microsegmentadas**, 30 experiencias en 14 ciudades; **50 plataformas digitales** (web, microsites, apps...); así como **2.700 contenidos visuales microsegmentados** (infografías, ilustraciones, fotografías...).

El Big Data podría segmentar la oferta para 50.000 perfiles de turista

Los perfiles inteligentes de clientes revolucionarán la industria hotelera

Las 7 islas que se convirtieron en 47 – Caso Eficacia 2017, Islas Canarias



Un Euro Effie para la campaña “Canary Islands. The 7 islands that became 47”

La promoción turística de Canarias, premiada en Europa por su eficacia

Google: quien no haga vídeos online no existe

Documentales en Youtube, nueva herramienta de promoción turística

Canarias convierte las experiencias de los turistas en películas

Nueva campaña de promoción a través de internet

Practica la Brilloterapia
SOLO EN LAS ISLAS CANARIAS

RESULTADOS GARANTIZADOS TODO EL AÑO

DESCUBRE EL GRAN FENÓMENO DE ESTE INVIERNO:
UNA NUEVA FORMA, CON EFECTO DURADERO,
DE EMPEZAR A SENTIRTE MEJOR QUE NUNCA.

CONVIERTE TU HISTORIA
EN UNA GRAN PELÍCULA Y
GANA 3.000€
AÚN ESTÁS A TIEMPO
SOLO HASTA EL 15 DE DICIEMBRE

PARTICIPA

Inspírate con estas películas:

UNA BRISA FRESCA EN LA VILLA

Aventura en la Eterna Primavera

Besos con sabor a mar

HAZ QUE TU VIDA

OTROS GANADORES QUE HAN VIAJADO GRATIS

DESCUBRE LOS VÍDEOS DE LOS GANADORES
DE LAS ANTERIORES PROMOCIONES Y SU
EXPERIENCIA EN LAS ISLAS CANARIAS

PETER & RICHARD
Wiesbaden – Alemania

Amaneceres de otro mundo, el nuevo contenido viral de Canarias

Las redes sociales, claves para una campaña de espectaculares imágenes

 elmejorclimadelmundo.com

Islas
Canarias 
LATITUD DE VIDA



Arte como herramienta de marketing turístico

Un famtrip para ilustradores internacionales se convierte en una exposición artística



Cuando viajo siempre llevo
mi bloc de dibujo.

Arte como herramienta de marketing turístico

Un famtrip para ilustradores internacionales se convierte en una exposición artística



Campaña #Onthedraw. Siete ilustradores europeos de prestigio internacional (**Ekaterina Koroleva, Malika Favre, Paula Bonet, Ben Heine, Jens Magnusson, Steve Simpson y Mads Berg**) viajaron cada uno a una de las siete Islas Canarias para recorrerlas, sentirlas y plasmar el resultado de esa experiencia en cuadernos de viaje e ilustraciones originales para finalmente difundirlos a través de redes sociales (**Facebook, Twitter, Instagram...**), internet y otros canales.

Arte como herramienta de marketing turístico

Un famtrip para ilustradores internacionales se convierte en una exposición artística

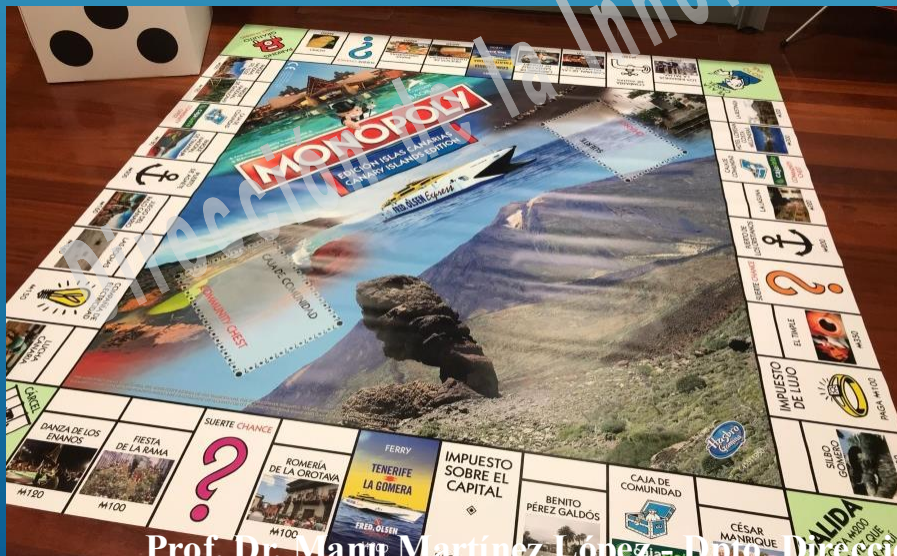


Cuando viajo siempre llevo
mi bloc de dibujo.

Un nuevo soporte de promoción

Canarias ya tiene su propio Monopoly

A partir de ahora la marca **Islas Canarias** estará presente en uno de los juegos de mesa más conocidos del mundo. La compañía inglesa **Winning Moves**, fabricante del **Monopoly** bajo licencia de la estadounidense **Hasbro**, ha realizado una versión para este archipiélago. Además de entretenimiento, permitirá a los participantes **conocer mejor la oferta de las islas**, ya que su patrimonio cultural y natural -desde sus parques nacionales a las dunas de Maspalomas o la cima del Teide- está muy presente en las diferentes casillas, así como la **gastronomía**, fiestas populares o personajes históricos.



Canarias explota lo último en marketing turístico: dayketing

Aprovechar ciertos eventos del calendario, los menos trillados, ayuda a difundir contenidos inspiradores vía redes sociales

Huir de los días más utilizados

Según Cristóbal de la Rosa, "intentamos huir de los días más utilizados por las marcas generalistas, como pueden ser el día de la Madre, o el de San Valentín, y nos centramos en los que tienen que ver con nuestros atributos: **el clima, la naturaleza, la felicidad, la gastronomía...** Así, generamos conversación en estas fechas e incrementamos el interés por Islas Canarias".

El día de los Océanos, el de la Tierra o el día de Familia han sido algunas de las fechas seleccionadas para lanzar contenidos específicos



GRACIAS TIERRA
DE CORAZÓN

Acción promocional de "Senderos de verdad que parecen de mentira" - Case study, Islas Canarias



Case study de la marca turística Islas Canarias presentado en la 10.ª edición de ART&TUR - Festival Internacional de Cine de Turismo (Portugal) sobre la acción promocional de "Senderos de verdad que parecen de mentira" realizada en las escaleras de la estación de metro Gran Vía



Dirección de la Innovación y Gestión del Cambio, UHU

Innovación y Creatividad

Canarias rompe el mito del 'Blue Monday', el lunes más triste del año

La Consejería de Turismo lanza una campaña titulada #StopBlueMonday y lanza un mensaje optimista para todo el mundo

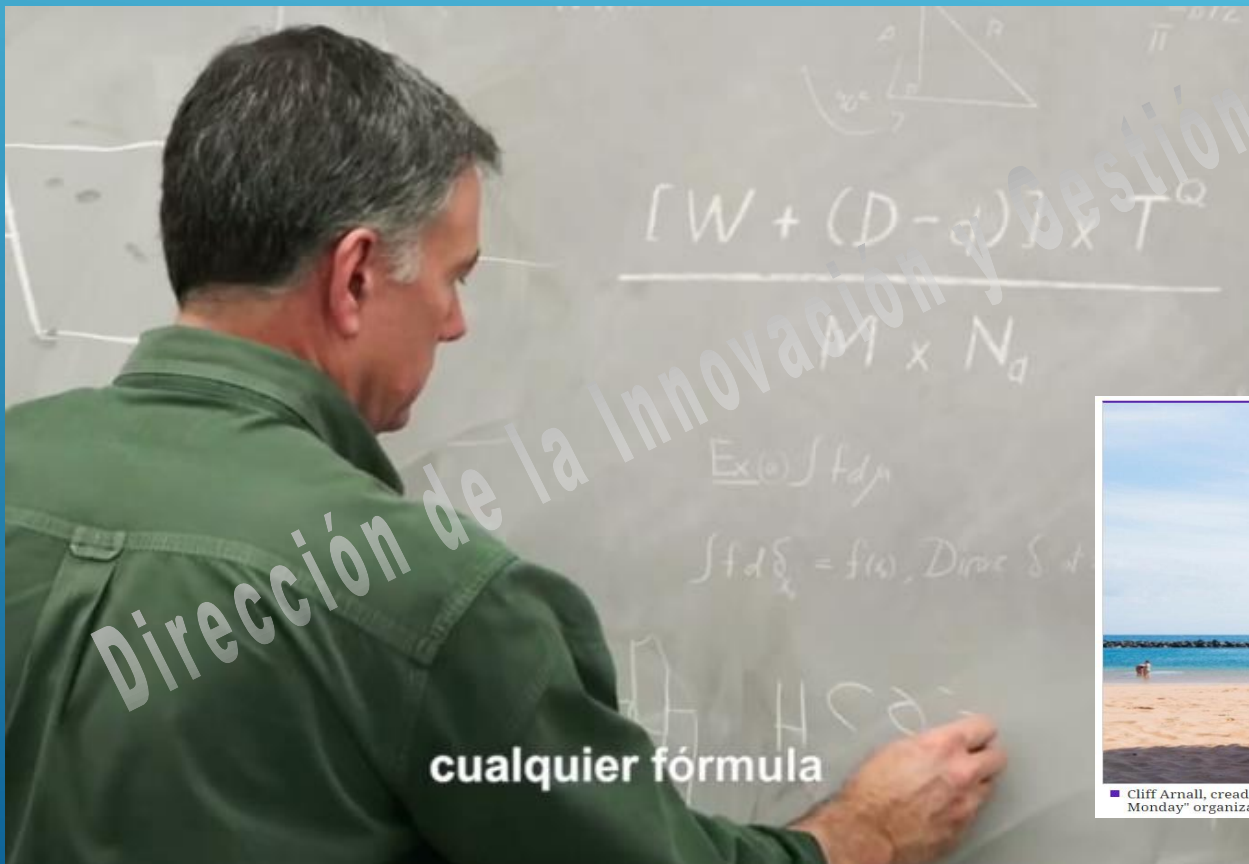


■ Cliff Arnall, creador del Blue Monday, en una imagen promocional de la campaña "Stop Blue Monday" organizada por Promotur Turismo de Canarias.

Innovación y Creatividad

Canarias rompe el mito del 'Blue Monday', el lunes más triste del año

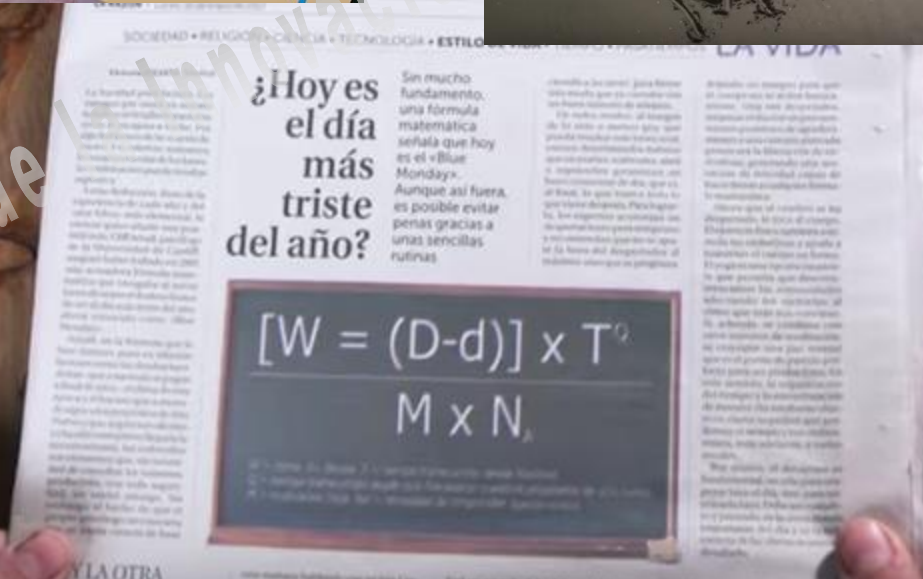
La Consejería de Turismo lanza una campaña titulada #StopBlueMonday y lanza un mensaje optimista para todo el mundo



Cliff Arnall, creador del Blue Monday, en una imagen promocional de la campaña "Stop Blue Monday" organizada por Promotur Turismo de Canarias.

Blue Monday, caso de estudio de márketing turístico

Canarias aprovechó un fenómeno viral para difundir contenido propio



Blue Monday, caso de estudio de marketing turístico

Canarias aprovechó un fenómeno viral para difundir contenido propio

Entre ellos, el último capítulo de su campaña **#StopBlueMonday**, una de las más premiadas de Turismo de Canarias, que **‘lucha’ desde 2016 contra el mito de que el tercer lunes de enero sea el día más triste del año**. Este año el vídeo se ha publicado en 10 idiomas el mismo día 15 en **Facebook, YouTube e Instagram**; y ha sido remitido por email a más de un millón de turistas que conforman su base de datos.



Canarias usa el big data de Amazon para llegar a seis millones de europeos

En concreto, se utilizaron dos piezas audiovisuales: **“Todo empieza con un hola”**, cuyo objetivo era inicialmente de 3,3 millones de visualizaciones y finalmente consiguió 4,58 millones; y **“Tus hijos saben dónde empieza la aventura”**, con 1,74 millones de visualizaciones frente al cálculo inicial de 1,2 millones.

Tus hijos saben dónde empieza la aventura - Islas Canarias



Islas Canarias – Mejor imagen del año 2014 de la Tierra para la NASA




SIQUIEROISLASCANARIAS.COM

¿POR QUÉ ISLAS CANARIAS?

BODAS PARA INSPIRARTE

ORGANIZA

DESCUBRE

BLOG



ACCESO

SI, QUIERO UNA BODA
BAJO LA ESTRELLAS

Ha recibido la máxima distinción en The Travel Marketing Awards (TTMA)

¿Una campaña de promoción en charcos? La de Canarias ha sido premiada

Mostraba a los londinenses otras formas de mojarse en el Archipiélago

Hay diferentes maneras de mojarse. - Islas Canarias



esta acción, 'After rain ads', como 'Mejor publicidad exterior'; con dos Plata a la estrategia de segmentación de la marca **Islas Canarias** en las categorías de 'Marketing más innovador' y 'Mejor campaña de marketing digital del año',

Las campañas galardonadas han sido cofinanciadas en un 85% por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (**FEDER**).

Marketing de destinos

Canarias organiza los No Juegos Olímpicos de Invierno

O cómo aprovechar un evento mundial para generar conversaciones en las redes sobre ti



Canarias fija una meta: captar 30.000 teletrabajadores en cinco años

Campaña bajo el lema "la oficina con el mejor clima del mundo"

Canarias aúna turismo y tecnología para atraer a teletrabajadores

"La presencia de las Female Startup Leaders para trabajar en remoto durante una semana en Islas Canarias es muy relevante para nuestro destino, pues supone una validación de las ventajas que el archipiélago presenta para el **trabajo deslocalizado** de profesionales de todos los mercados"



Canarias prueba nuevos formatos de promoción: un programa de aventuras

"Nos encontramos inmersos en el desarrollo de nuevas fórmulas publicitarias para dar a conocer el destino", afirma Yaiza Castilla

🐦 El programa de televisión permitirá que se conozcan los paisajes canarios, su cultura y las tradiciones locales

🐦 Está previsto que la producción, rodada en las ocho islas del archipiélago, se difunda en 42 países europeos

Turismo de Canarias promocionará las ocho islas a través de un **programa de aventuras** que se difundirá en 42 países europeos a través de Rakuten TV. Ocho concursantes de diferentes países, considerados influencers, competirán por ser el mejor explorador de Europa. Con esta acción, dicho organismo inicia una estrategia innovadora en el ámbito de la promoción turística. "Nos encontramos inmersos en el desarrollo de **nuevas fórmulas publicitarias** para dar a conocer el destino cada vez con mayor notoriedad y **proyección internacional** a través del marketing de contenidos", detalla la consejera de Turismo, Industria y Comercio del Gobierno de Canarias, Yaiza Castilla.

Turismo de Canarias reta a la IA a crear imágenes que superen la realidad

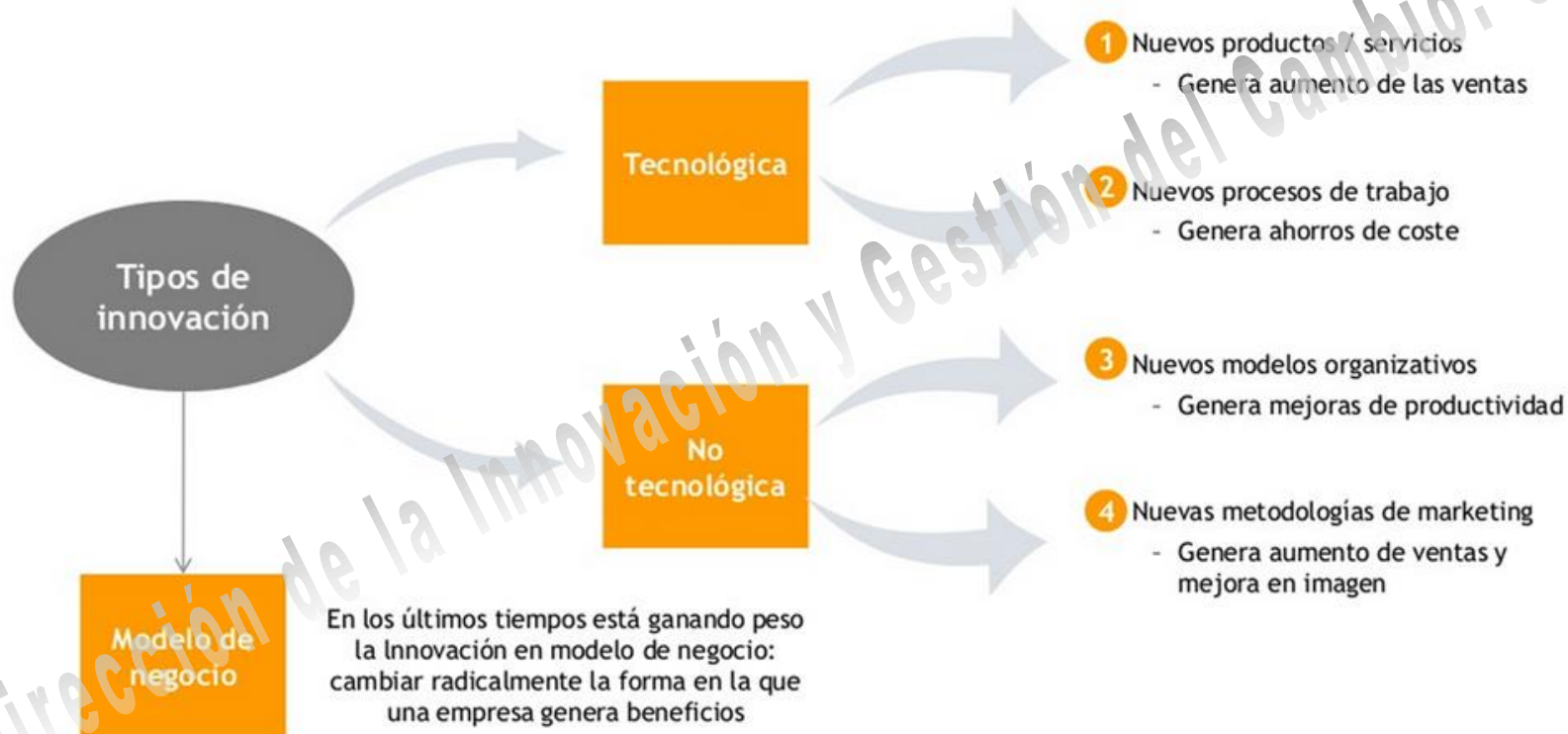
Busca poner en valor la autenticidad y la excepcionalidad de Canarias en pleno boom de la IA

Para crear estas **imágenes artificiales** la entidad ha recurrido a la opinión y percepción de cientos de sus visitantes, que han puesto en valor a través de las redes sociales **qué significan para ellos las islas**. Sus descripciones se han trasladado a la IA, generando imágenes que se acercan mucho a la realidad de las Islas con herramientas como ChatGPT y Stable Diffusion, ésta última capaz de **recrear imágenes digitales de alta calidad a partir de descripciones**.



Innovación en procesos de comercialización

De acuerdo al Manual de Oslo, la innovación se puede dividir en cuatro tipologías



Ahora innovar no es una opción. Es la estrategia clave para la supervivencia y desarrollo de la empresa en el mercado.