ANEXO TECNICO

LANZAMIENTO Y POSICIONAMIENTO DE LA "MARCA TERRITORIO DEL MAGDALENA

ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN

Divulgación y Posicionamiento de la marca Magdalena como marca de territorio, creada a través del proyecto "Construcción de una marca como estrategia de posicionamiento del departamento del Magdalena".

OBJETIVO GENERAL

Posicionar la marca "MAGADALENA- Marca territorio del departamento del Magdalena" como Destino Turístico, cultural y de Desarrollo Económico Regional del Caribe Colombiano

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Crear una estrategia de marketing que permita la divulgación y posicionamiento de la marca "MAGDALENA- Marca territorio del departamento del Magdalena" para el desarrollo y visibilización del dpto del Magdalena como referente turístico, cultural y de desarrollo económico a nivel nacional)

- Desarrollar una estrategia de sustentabilidad y permanencia de la marca Magdalena- - Marca territorio del departamento del Magdalena, que permita reforzar la identidad y atributos del territorio del Magdalena, permitiendo hacer cada vez más viable y propenso el desarrollo de la región.

PÚBLICO OBJETIVO.

- Residentes locales: Este grupo incluye a las personas que viven en el departamento y que pueden convertirse en defensores y embajadores de la marca territorial. La marca puede enfocarse en fortalecer el sentido de pertenencia y el orgullo local, promoviendo la participación de los residentes en las actividades y eventos del departamento.

- Turistas nacionales: Colombia es un país con un gran potencial turístico, y un departamento puede promover su marca territorial para atraer a turistas de otras regiones del país. Esto implica resaltar los atractivos turísticos, la cultura, la gastronomía y las actividades recreativas que ofrece el departamento.

- Turistas internacionales: El departamento tiene un enfoque turístico internacional, la marca territorial puede dirigirse a turistas extranjeros que visitan Colombia.

- Empresas e inversionistas: La marca territorial también se dirige a empresas e inversionistas que estén interesados en establecer negocios o invertir en el departamento.

MENSAJE QUE SE QUIERE TRANSMITIR

- Que las personas oriundas y que habiten en el departamento del Magdalena relacionen la marca con ciertos atributos que caracterizan al territorio en temas de turismo, cultura y desarrollo económico.
- Que se genere una identidad y apropiación por parte de los magdalenenses de los atributos de su territorio, que se constituye en orgullo por ser un referente del turismo, la cultura y el desarrollo.
- Que los colombianos identifiquen el sello diferenciador del territorio del Magdalena frente a las demás regiones del país, haciendo sustentable la marca y sus atributos para el desarrollo de los diferentes sectores económicos y sociales de la región.
- Resaltar las oportunidades económicas, la infraestructura, los incentivos fiscales y otros aspectos relevantes para atraer el interés de este grupo.
- Resaltar la diversidad cultural, la belleza natural y los aspectos únicos que hacen que el departamento sea atractivo para los visitantes nacionales e internacionales.

EL CONTRATISTA DEBERÁ REALIZAR LAS SIGUIENTES ACTIVIDADES:

CAMPAÑA DE EXPECTARIVA

- Campaña de Expectativa y de posicionamiento de la Marca MAGDALENA- Marca Territorio del departamento del Magdalena", a través de medios digitales y físicos que lleguen a las diferentes zonas del Departamento y regiones del país.
- Creación de conceptos creativos para las campañas publicitarias que tengan como objetivo posicionar la marca y anunciar el evento de presentación de la Marca Magdalena - Marca de Territorio del departamento del Magdalena".

Especificaciones Técnicas del contratista: Las especificaciones técnicas que harán parte integral del contrato.

DESCRIPCIÓN	UNID DE MED	CANT
(1) video promocional de 2 a 4 minutos formato 16:9 / 1.85:1 (formato para pantallas de cine y TV, avión, y YouTube y Facebook) (1) reducción de 30 segundos en formato 16:9	UNIDAD	1
Diseño optimización de la página web	UNIDAD	1
Administración de la página web, creación de blogs con optimización	UNIDAD	2

SEO y estrategias de posicionamiento Banco de imágenes con 200 fotografías de alta calidad para web, impresiones y redes sociales	UNIDAD	200
Plan de medios para la promoción digital de la expectativa y lanzamiento de la marca Magdalena.	UNIDAD	2
Alquiler de valla en Santa Marta	UNIDAD	3
Alquiler de Valla tipo Cercha en Aracataca Magdalena	UNIDAD	1
Alquiler de Valla tipo Cercha en Ciénaga Magdalena	UNIDAD	1
Alquiler de Valla tipo Cercha en Plato Magdalena	UNIDAD	1
Alquiler de Valla tipo Cercha en Banco Magdalena	UNIDAD	1
Instalación de Valla tipo Cercha entre Bosconia y Nueva Granada	UNIDAD	1
impresión de Banner 13 Oz Vallas Santa Marta	UNIDAD	1
impresión de Banner 13 Oz Vallas Municipios del Magdalena	UNIDAD	3
Instalación de Valla ubicada en el almacén el TIO / Quinta	UNIDAD	1

Objetivo

La implementación de una campaña de expectativa para la Marca Magdalena, partiendo de los elementos conceptuales que inspiran la nueva Marca Magdalena, permitiría el cumplimiento de los siguientes objetivos:

1. Aumenta el alcance frente a potenciales viajeros e inversionistas
2. Posicionamiento y buena percepción de la imagen de la marca destino
3. Aumentar visitantes
4. Difundir oferta
5. Posicionamiento en motores de buscadores

Video promocional de 2 a 4 minutos en formato 16:9 / 1.85:1:

Un video promocional es una herramienta muy poderosa para presentar la marca Magdalena y sus productos o servicios de una manera visualmente atractiva y efectiva. El video puede ser utilizado en diversos canales de comunicación, como televisión, cine, YouTube y Facebook, y puede ayudar a atraer la atención del público objetivo y crear una conexión emocional con la marca. El formato 16:9 / 1.85:1 es un formato ampliamente utilizado y reconocido por los espectadores, lo que aumentará la posibilidad de queel video sea visto y compartido. Alguno de los aspectos relevantes del video son los siguientes:

- El video promocional permite mostrar la experiencia de un destino de una manera más realista y vívida que las imágenes estáticas o el texto. Al ver el video, el espectador puede sumergirse en el destino, sentir su atmósfera, ver sus paisajes y descubrir sus atracciones de una manera más emocional y atractiva.
- Transmitir una historia y una personalidad de un destino. Los videos pueden mostrar la cultura, la gente y los valores de un destino, y conectar emocionalmente con los espectadores. Además, los videos pueden ser una

forma efectiva de destacar la singularidad y la autenticidad de un destino, lo que puede ayudar a diferenciarlo de otros destinos.

- Los videos pueden ser compartidos fácilmente en las redes sociales y en otros canales en línea. Los videos atractivos y emocionantes pueden generar interés y entusiasmo entre los espectadores, quienes pueden compartirlos con sus amigos y seguidores, lo que puede aumentar el alcance y la visibilidad de la marca destino de manera orgánica.
- Pueden ayudar a aumentar el tráfico y el compromiso en la página web de la marca destino. Los videos pueden ser incorporados en la página web y en otras plataformas en línea, y pueden ser una forma efectiva de aumentar el tiempo de permanencia de los visitantes en el sitio, lo que puede mejorar el posicionamiento en los motores de búsqueda y aumentar las posibilidades de conversión.

Reducción de 30 segundos en formato 16:9:

Además del video promocional principal, es importante contar con una versión más corta que pueda ser utilizada en diversas plataformas digitales, como redes sociales, publicidad en línea y publicidad en televisión. La versión reducida debe resumir los puntos clave del video promocional y atraer la atención del espectador en un corto período de tiempo.

Creación de 20 contenidos y blogs con optimización SEO para la página web: La creación de contenidos y blogs con optimización SEO para la página web es esencial para cualquier marca destino que quiera aumentar su visibilidad en los motores de búsqueda y atraer a más visitantes a su sitio web. La optimización SEO (Search Engine Optimization) se refiere a la práctica de mejorar la calidad y cantidad del tráfico que llega a un sitio web a través de los resultados orgánicos de los motores de búsqueda como Google, Bing o Yahoo.

- La creación de contenidos y blogs con optimización SEO para la página web puede ayudar a una marca destino a mejorar su posicionamiento en los motores de búsqueda y, por lo tanto, atraer a más visitantes a su sitio web. Esto se debe a que los motores de búsqueda valoran el contenido relevante y de calidad, que está optimizado con las palabras clave adecuadas, tiene una estructura clara y fácil de navegar, y está actualizado y enriquecido regularmente.

- Además, los contenidos y blogs con optimización SEO para la página web pueden ayudar a la marca destino a establecer su autoridad y credibilidad en su industria o nicho. Al proporcionar información valiosa y relevante sobre su destino, la marca puede convertirse en un recurso confiable y respetado para los usuarios que buscan información sobre el destino en línea.

- Otra ventaja de la creación de contenidos y blogs con optimización SEO para la página web es que puede generar tráfico a largo plazo y, por lo tanto, aportar

un retorno de inversión sostenible. A diferencia de otras formas de publicidad o marketing en línea que pueden generar resultados inmediatos pero efímeros, el contenido optimizado para SEO puede seguir generando tráfico y visibilidad a lo largo del tiempo, lo que puede mejorar el posicionamiento de la marca destino y aumentar sus posibilidades de conversión.

Entrega de parrilla de 30 contenidos para redes sociales en español e inglés:

Las redes sociales son una plataforma clave para la promoción y difusión de la marca Magdalena. Al publicar regularmente contenido interesante y relevante en las redes sociales, la marca puede mantenerse en la mente de su audiencia y aumentar el compromiso y la interacción con sus seguidores. Es importante contar con una parrilla de contenidos para mantener una presencia constante y coherente en las redes sociales.

- Asegura una presencia constante en redes sociales: Al contar con una parrilla de contenidos planificada con anticipación, se puede asegurar una presencia constante en las redes sociales de la marca destino. Esto significa que se pueden publicar contenidos de manera regular y consistente, lo que ayudará a mantener la atención de los seguidores y atraer a nuevos interesados.
- Permite una estrategia de marketing coherente: La planificación de una parrilla de contenidos para redes sociales también permite crear una estrategia de marketing coherente y alineada con los objetivos de la marca destino. Se pueden definir temas, enfoques y tonos específicos para cada publicación, lo que ayudará a construir una imagen consistente y coherente de la marca.
- Maximiza la eficiencia en el uso de recursos: Al tener una parrilla de contenidos planificada, se pueden maximizar los recursos de la marca destino. Esto significa que se puede evitar la duplicación de esfuerzos en la creación de contenidos similares y asegurarse de que cada publicación esté diseñada para alcanzar un objetivo específico.

- Mejora la interacción con los seguidores: Una parrilla de contenidos planificada también puede mejorar la interacción con los seguidores de la marca destino. Al tener una variedad de contenidos planificados, se pueden crear oportunidades para interactuar con los seguidores, como preguntas y respuestas, encuestas, juegos y más.

Diseño y optimización de la página web:

La página web es la cara de la marca Magdalena en línea, por lo que es esencial contar con un diseño atractivo, fácil de usar y optimizado para la experiencia del usuario. Un buen diseño puede mejorar la navegación, la velocidad de carga y la visibilidad de la página web, lo que puede ayudar a atraer y retener a los visitantes.

- Es la vitrina digital de la marca destino: La página web es el principal punto de

contacto digital de la marca destino con los potenciales visitantes. Por lo tanto, el diseño y la optimización de la página web deben estar cuidadosamente pensados para presentar la marca y su oferta de manera atractiva y eficaz.

- Permite una experiencia de usuario satisfactoria: Una página web bien diseñada y optimizada permite a los visitantes navegar fácilmente por el sitio y encontrar la información que necesitan de manera rápida y clara. Además, un buen diseño mejora la experiencia de usuario, lo que aumenta la probabilidad de que los visitantes permanezcan en el sitio y vuelvan en el futuro.

- Mejora la visibilidad y el posicionamiento en los motores de búsqueda: Una página web optimizada para los motores de búsqueda aumenta la probabilidad de que los potenciales visitantes encuentren la marca destino en línea. Esto puede lograrse a través de la inclusión de palabras clave relevantes, etiquetas meta y una estructura clara del sitio.

- Facilita la conversión de visitantes en turistas: Una página web bien diseñada y optimizada también puede facilitar la conversión de visitantes potenciales en turistas reales. Esto se logra a través de la inclusión de información clara sobre la oferta de la marca destino, la presentación de experiencias únicas, la posibilidad de realizar reservas y la oferta de contenido que inspire a los visitantes a realizar una visita.

Administración de la página web:

Una vez que la página web está diseñada y en línea, es importante contar con una gestión y administración efectiva para mantenerla actualizada, segura y funcional. La administración de la página web incluye tareas como la actualización del contenido, la corrección de errores técnicos, la implementación de nuevas funcionalidades y la optimización del rendimiento. Una buena gestión de la página web puede mejorar la experiencia del usuario y ayudar a aumentar el tráfico y la conversión.

Banco de imágenes con 200 fotografías de alta calidad para web, impresiones y redes sociales:

Las imágenes son un elemento fundamental en la promoción y difusión de la marca Magdalena. Un banco de imágenes de alta calidad puede mejorar la apariencia visual de la página web y las redes sociales, y ayudar a crear una conexión emocional con la audiencia. Además, las imágenes de calidad pueden utilizarse en diversos formatos, como publicidad impresa, material promocional y presentaciones, lo que aumentará la coherencia y la profesionalidad de la marca. Las imágenes son relevantes porque:

- Transmiten la identidad de la marca destino: Las imágenes pueden ser una poderosa herramienta para transmitir la identidad de la marca destino, su cultura, sus paisajes y su oferta turística. Una imagen de alta calidad puede

capturar la esencia de la marca destino y motivar a los turistas a visitarla.

- Atraen la atención de los visitantes: Las imágenes atractivas son una excelente manera de atraer la atención de los visitantes en línea y capturar su interés. Los usuarios que buscan información sobre la marca destino pueden ser más propensos a permanecer en el sitio web y explorar su oferta turística si se les presenta imágenes atractivas.
- Crean una impresión positiva: Las imágenes de alta calidad pueden crear una impresión positiva en los visitantes y transmitir una sensación de calidad y profesionalismo. Esto puede aumentar la confianza del usuario en la marca destino y motivarlos a realizar una visita.
- Mejoran la reputación en línea: Las imágenes de alta calidad y profesionales también pueden mejorar la reputación en línea de la marca destino. Los usuarios pueden compartir estas imágenes en sus propias redes sociales, lo que puede aumentar la visibilidad y la reputación de la marca.

Plan de medios para la promoción digital de la expectativa y lanzamiento de la marca Magdalena:

Contar con un plan de medios para la promoción digital de la expectativa y lanzamiento de la marca Magdalena es crucial para asegurar que la campaña de promoción alcance a la mayor cantidad de personas posible y tenga el impacto deseado. A continuación, se explican algunas de las razones por las que es importante contar con un plan de medios:

- Define los objetivos y estrategias de promoción: Un plan de medios establece los objetivos de la campaña y las estrategias que se utilizarán para alcanzarlos. Esto permite a los responsables de la promoción de la marca Magdalena tener una idea clara de lo que quieren lograr y cómo lo harán.
- Establece el público objetivo y los canales de comunicación: El plan de medios identifica el público objetivo al que se quiere llegar y los canales de comunicación que se utilizarán para llegar a ellos. De esta manera, se asegura que la campaña de promoción llegue a las personas adecuadas y en los lugares donde tienen más probabilidades de verla.
- Asegura la coherencia en la comunicación: Al tener un plan de medios, se puede garantizar que toda la comunicación relacionada con la promoción de la marca Magdalena sea coherente y siga una línea clara de mensajes. Esto es importante para que los mensajes sean claros y efectivos, y para evitar cualquier confusión o contradicción en la comunicación.
- Controla los costos: Al tener un plan de medios, se pueden establecer los costos y presupuestos de la campaña de promoción. Esto permite controlar los costos y

asegurarse de que se estén utilizandolos recursos de manera efectiva.

- Permite medir el éxito de la campaña: Al tener un plan de medios, se pueden establecer métricas y herramientas para medir el éxito de la campaña de promoción. Esto permite hacer ajustes en tiempo real y asegurarse de que se están alcanzando los objetivos establecidos.

EVENTO DE LANZAMIENTO

- Producción del Evento de lanzamiento de la Marca Magdalena – Marca de territorio del Departamento del Magdalena".

- Concepto creativo y propuesta de contenidos para el evento de lanzamiento de la Marca Magdalena en la ciudad de Santa Marta con el detalle de la agenda del evento

Para el desarrollo de las actividades el contratista deberá integrar a su propuesta los siguientes elementos e insumos, los cuales fueron presupuestados, y considerados como esenciales para el cumplimiento de las actividades a contratar.

Especificaciones Técnicas del contratista: Las especificaciones técnicas que harán parte integral del contrato.

EVENTO DE LANZAMIENTO PRODUCCIÓN DEL EVENTO DE LANZAMIENTO DE LA MARCA TERRITORIO DEL DEPARTAMENTO DEL MAGDALENA		
DESCRIPCIÓN	UNID DE MED	CANT
PRODUCCIÓN TÉCNICA		
SISTEMA DE AUDIO	GLOBAL	1
Main P.a		
Linea Array Meyer Mica - Event 210 Loudspeakers / 4 Boxes per side		
Processor Galileo		
Ground Subs		
Subwoofers Meyer Mica		
Front Fill		
Line array System Meyer Mica Loudspeaker		
Monitores		
Stage monitors Meyer		
Conectores		
Diret box radial j48		
Diret box radial Di		
CONSOLA Foh: Midas m32 + Snake 32 ch Cables de red cat 6 x 35 metros	UNIDAD	1

BACK LINE	GLOBAL	1
Microfonos inalambricos		
Receptor System Shure Axient digital + Capsule beta 58 / ad2		
Belt pack system shure axient + Country Man E6		
Inalambricos de linea		
Belt pack Systems shure axient + 1/4 cable for guitars and bass		
Batteries Pack: 12 x aa - 12 aaa - 8 x 9V		
Monitoreo inalambrico		
In ear Shure Psm 1000 P10T transmitter wireless monitor		
ILUMINACIÓN		
Consoles		
Chamsys Mq60	UNIDAD	1
Opti led	UNIDAD	8
Beam 5r Xtreme Elation	UNIDAD	12
Par led rgbaw	UNIDAD	24
Varylites	UNIDAD	10
Fog machine antri Z - 1520 Rgb Elation con criojets	UNIDAD	6
Ambientación		
Par led rgbaw	UNIDAD	80
Video y proyecciones		
2 Lateral Led Screen 5 m x 3 m - P3 -	UNIDAD	30
Proyectores UDX32K-4K	UNIDAD	4
Avolite System Server R8	UNIDAD	1
Contenidos		
Contenido video-mapping	GLOBAL	1
Video cctv	GLOBAL	1
Camaras sony 4k Pxw - Z 190		
Sony alfa a7 IV 4k + Lentes		
Transmisor inalambrico hdmi		
Roning		
Tv return		
Blackmagic Atem production studio 4k		
Computer msi titam pro gt 73 vr		
Display de 17.3" Fhd anti glare wide angle		
Core i7 processor - 7700Hq (2.8 - 3.8 Ghz)		
Graphic card Nvidia GeForce Gtx 1080 8Gb Gddr5x		
Ram 64 GB Ddr4 2.400 Mhz		

Hard disk 2 Tb Ssd		
ESTRUCTURA (w x h)		
2 puentes de 5m x 5m	UNIDAD	2
Estructura montaje de proyectores	UNIDAD	2
TARIMA (w x d x h)		
Main Stage + Charolina (16 m x 5 m x 1 m)	GLOBAL	1
Radios de comunicación		
Wireless Intercom Systems	UNIDAD	10
Generadores eléctricos		
Power plant 75 kva - 75 Kva - Sonido	UNIDAD	1
Power plant 75 kva - 75 Kva - Iluminación	UNIDAD	1
Power plant 150 kva - Pantalla led	UNIDAD	1
Set up		
Power plant 75 kva - 75 Kva - Sonido x 2 dias	UNIDAD	1
Power plant 75 kva - 75 Kva - Iluminación x 2 dias	UNIDAD	1
Power plant 150 kva - Pantalla led x 2 dias	UNIDAD	1
Back up		
Power plant 150 kva	UNIDAD	1
PISA CABLES		
Yellow Jacket	GLOBAL	1
Operacionales		
Transporte Producción tecnica	UNIDAD	1
Transporte Personal	GLOBAL	1
Viáticos de personal de montaje y desmontaje x 4 dias	GLOBAL	1
Efectos especiales		
Fuegos artificiales	GLOBAL	1
Efectos especiales	GLOBAL	1

PRODUCCIÓN ARTÍSTICA

Bailarines Dance-Mapping Body Paint	PERSONAS	6
Director Escénico	PERSONA	1
Director de Contenidos	PERSONA	1
Coreógrafo	PERSONAS	1
Artista Plástico Pinturas	PERSONAS	1
Artistas folclóricos y cantantes	GLOBAL	1
Diseño Sonoro	GLOBAL	1

Presentador	PERSONA	1
Logística		
Sillas Chivary	UNIDAD	1000
Invitaciones Especiales	UNIDAD	300
Separadores	UNIDAD	60
Coordinación Logístico	PERSONAS	3
Logísticos	PERSONAS	16
Acomodadores	PERSONAS	12
Sayco	GLOBAL	1
Acinpro	GLOBAL	1
Ambulancia	GLOBAL	1
Bomberos	GLOBAL	1
Defensa Civil	GLOBAL	1
Diseño del plan de riesgos	GLOBAL	1
SOUVENIRS		
Gorras bordadas	UNIDAD	1000
Tulas de tela con estampado	UNIDAD	1000
Bolsa de Café	UNIDAD	1000
Chocolates	UNIDAD	1000
Lapiceros	UNIDAD	3000
CATERING		
Chef Invitado	PERSONA	1
Cattering pasabocas típicos	PERSONA	1000
Máquina de bebidas especiales con branding	GLOBAL	1
Bebidas	GLOBAL	1000
Dulces típicos	GLOBAL	1000
EVENTO SIMULTÁNEO		
Logo Volumétrico Marca Magdalena de 9 m x 4.8 m	GLOBAL	1
Estructura para soporte de logo volumétrico	GLOBAL	1
Contenido para logo	GLOBAL	1
Proyector 12.000 LUMENS	UNIDAD	1

Led Screen 5 m x 3 m - P3 -	METROS	15
Sonido día del lanzamiento	UNIDAD	1
Sonido días de activación	UNIDAD	1
Conexión de internet y transmisión por Streaming	GLOBAL	1
Fuegos artificiales	GLOBAL	1
Video Memorias	GLOBAL	1

El evento de lanzamiento es una herramienta efectiva para presentar la Marca Magdalena de manera impactante y memorable, que busca :

- Generar expectativa: Un evento de lanzamiento crea anticipación y emoción entre el público objetivo. Al promocionar el evento de manera estratégica, puedes generar una gran expectativa en torno a la Marca Magdalena, atrayendo la atención de potenciales viajeros e inversionistas.

- Presentación impactante: Un evento en vivo brinda la oportunidad de presentar la Marca Magdalena de una manera visualmente atractiva y memorable. Puedes utilizar elementos audiovisuales, presentaciones, actuaciones artísticas y otras formas creativas para comunicar los elementos conceptuales que inspiran la marca.

- Interacción directa: El evento permite interactuar directamente con los asistentes, brindándoles la oportunidad de experimentar de primera mano los atractivos, servicios y experiencias que ofrece la Marca Magdalena. Esto ayuda a fortalecer la percepción positiva de la marca y a generar un mayor interés en visitar la región.

- Networking e involucramiento de stakeholders: Un evento de lanzamiento reúne a diversos actores clave, como empresarios, inversionistas, representantes gubernamentales, líderes de opinión y medios de comunicación. Esto crea oportunidades para establecer contactos, generar alianzas estratégicas y fomentar el apoyo y compromiso de los diferentes stakeholders con la Marca Magdalena.

- Cobertura mediática: Un evento de lanzamiento bien planificado y ejecutado tiene el potencial de atraer la atención de los medios de comunicación locales, nacionales e incluso internacionales. Esto proporciona una cobertura mediática invaluable que ayuda a difundir la imagen de la marca y a aumentar su visibilidad.

- Impulso inicial: El evento de lanzamiento puede servir como punto de partida para la promoción continua de la Marca Magdalena. Una vez que se ha generado interés y atención en el evento, puedes aprovechar ese impulso inicial para mantener el impulso a través de campañas de marketing posteriores y actividades promocionales.

- Realizar este evento de lanzamiento para la Marca Magdalena ofrece una oportunidad única para crear impacto, generar expectativa, interactuar con el público objetivo y establecer conexiones clave. Ayuda a posicionar la marca de manera sólida y a sentar las bases para el éxito de las campañas y actividades promocionales futuras.

Por todo lo anterior la implementación de una campaña de expectativa para la Marca Magdalena, junto con la realización de un evento en la ciudad de Santa Marta, puede ser

una estrategia efectiva para alcanzar los objetivos propuestos que integra los siguientes elementos:

- **Aumentar el alcance frente a potenciales viajeros e inversionistas:**
  - Utilizar las redes sociales, el sitio web y otros canales de comunicación para generar expectativa sobre el evento y la nueva Marca Magdalena.
  - Realizar campañas de marketing digital, como anuncios en línea y estrategias de SEO, para llegar a una audiencia más amplia.
  - Establecer alianzas con influencers y bloggers de viajes para que promocionen el evento y compartan información sobre la Marca Magdalena.
- **Posicionamiento y buena percepción de la imagen de la marca destino:**
  - Diseñar una identidad visual atractiva y coherente que refleje los elementos conceptuales inspiradores de la nueva Marca Magdalena.
  - Organizar actividades y exhibiciones durante el evento que muestren los atractivos turísticos, culturales y naturales de la región.
  - Invitar a expertos y líderes de opinión en el sector turístico para que compartan su visión positiva sobre la Marca Magdalena.
- **Aumentar visitantes:**
  - Promocionar el evento a nivel nacional e internacional a través de medios de comunicación, agencias de viajes y plataformas en línea.
  - Facilitar la logística de transporte y alojamiento para los asistentes, brindando información clara y opciones variadas.
- **Difundir la oferta:**
  - Durante el evento, organizar stands y exhibiciones donde los visitantes puedan conocer y experimentar la diversa oferta turística de la región.
  - Distribuir materiales promocionales, como folletos y guías, que resalten los atractivos y experiencias únicas que ofrece la región.
- **Posicionamiento en motores de búsqueda:**
  - Optimizar el sitio web de la Marca Magdalena y el del evento con palabras clave relevantes para mejorar su visibilidad en los motores de búsqueda.
  - Generar contenido de calidad relacionado con la Marca Magdalena, como blogs y artículos, para aumentar la presencia en línea y el ranking en los resultados de búsqueda.
  - Utilizar estrategias de SEO local para que la Marca Magdalena aparezca en los resultados de búsqueda de los viajeros interesados en visitar la región.