

Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga. ITB de Berlín 2011

OLIMAR REISEN SEGUIRÁ CONTANDO CON MÁLAGA COMO DESTINO DESTACADO EN SUS CANALES DE COMERCIALIZACIÓN PARA 2012

Se prevé un incremento del 30% de las ventas del destino Málaga para 2012

Ayer miércoles, el Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga siguiendo en su línea de potenciación del turismo urbano y de city break ha firmado esta mañana la renovación del acuerdo de comercialización que mantiene con otro de los mayoristas especializados en Alemania.

El stand de Feel Málaga ha sido el lugar elegido para suscribir el acuerdo que refuerza la presencia de nuestra capital y de su oferta turística y cultural en un mercado tan importante como es el alemán.

Elías Bendodo y Oliver Sdrojeck (jefe de producto de Olimar Reisen) , en el marco de la feria ITB de Berlín, han rubricado el nuevo acuerdo de colaboración entre el Área de Turismo y el touroperador suizo-alemán y que gracias al cual, Málaga seguirá contando con un espacio en sus canales de comercialización durante el 2012, dándose a conocer su oferta cultural, gastronómica de ocio y eventos.

Los buenos resultados de ventas del destino Málaga capital por parte de este touroperador durante 2010, y la previsión del incremento de las mismas en un 30% para 2011 han sido elementos de peso para ampliar esta colaboración que se inició en el año 2007.

Málaga ciudad volverá a estar presente en el catálogo monográfico de España ,claramente diferenciada de la oferta de la Costa del Sol , en forma de productos elaborados por Olimar Reisen asociados siempre al segmento de turismo urbano y cultural.

La firma del convenio implica la continuidad de la campaña hasta el 31 diciembre de 2012. Una campaña de promoción en la que el touroperador se compromete a mejorar el posicionamiento de Málaga en sus catálogos incluyendo las novedades del destino.

Se llevarán a cabo acciones online para difundir el destino con las ofertas del momento en la web del operador como la emisión de newsletter tanto a clientes como oficinas para mantener un flujo continuo de información a más de 25.000 receptores.

En cuanto a comunicación off-line, se distribuirán flyers con las ofertas del destino por cada una de la red de agencias de la compañía al tiempo que se estará presente en la cartelería promocional de los escaparates de sus respectivas redes de agencias . Además se realizarán mailings a más de 10.000 receptores con las ofertas y paquetes de Málaga ciudad.

Por último, el Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga invitará en un viaje de familiarización a un total de 8 agentes de viaje de Olimar a conocer de primera mano la capital y así conseguir un mayor grado de prescripción.