**Propuesta de servicios de RR. PP. para la promoción de la República Checa en Brasil – 2024/2025**

Desarrollado por Athos Comunicação Ltda

15 de Enero de 2024

# 1.Objectivos

Esta propuesta de servicios tiene como objetivos:

1. Incrementar la exposición de Republica Checa como destino turístico vacacional para brasileros, en todos los segmentos
2. Incrementar el interés por parte de los profesionales del trade turístico con respecto a Republica Checa como destino vacacional y también como destino MICE
3. Ampliar el número final de visitantes brasileros a la Republica Checa

# 2.Publicos

Los públicos contemplados en esta propuesta son:

1. El pasajero final
2. Los actores del trade turístico – agentes de viajes y touroperadores de Brasil.
3. Periodistas y formadores de opinión.

Todos los públicos deben ser impactados a fin de lograr los objetivos del punto 1.

# Estrategia

La estrategia es una mescla de actividades que contemplaran todos los públicos. Sumadas, estas acciones producirán un resultado acumulado, ampliando el total de impacto para más que la simple suma de las acciones individuales.

El balanceo entre acciones para diversos públicos es la clave, y para eso hay diversas tácticas por utilizar.

# Tacticas

Las tácticas, es decir, las acciones efectivas, están divididas de acuerdo con su público.

## – Acciones que involucran PRENSA

**4.1.1 – Asesoría de prensa** – envío regular de comunicados a una base de periodistas calificados, además de ‘pitching’ de noticias para generación de pautas gratuitas. El pitching es especialmente crítico para despertar la atención, por lo que se propone la búsqueda de temas novedosos o curiosos, entre los que están en línea con la promoción del país.

**4.1.2 – Viajes de prensa** – soporte a viajes de prensa con selección e invito de periodistas, acompañamiento se necesario, asistencia antes, durante y después del viaje. Las viajes pueden ser sugeridas por CzechTourism, o buscadas y negociadas directamente por Athos junto con periodistas. Además, se propone una evaluación de los requerimientos que lleguen por parte de periodistas.

**4.1.3 – Encuentros con prensa** – tal como desayunos, comidas o encuentros para pautar los medios y promocionar novedades que pueden generar publicidad gratuita.

**4.1.4 – Redes sociales** – producción de contenido, con herramienta de establecer vínculos con profesionales de prensa

**4.1.5 – Blog** – enlace con periodistas a través del blog oficial de CzechTourism, para que compartan sus artículos y también se enteren de lo que se genera en otros medios.



## – Acciones que involucran TRADE TURISTICO

**4.2.1 – Campañas en pool –** desarrollo y organización de campañas cooperadas con touroperadores de gran calidad en Brasil. Estas campañas pueden incluir publicidad cooperada, campañas online y otras similares.

**4.2.2 – Viajes de familiarización (FAMTRIPS)** – soporte a viajes de familiarización, sea las creadas por CzechTourism y sus socios, sea a partir de demanda del trade en Brasil. Selección de invitados, soporte antes, durante y después del viaje, acompañamiento del grupo se necesario.

**4.2.3 – Seminarios**- presentación de seminarios y entrenamientos sobre Republica Checa, siempre que demandado por profesionales del trade, o como parte de un evento donde Republica Checa esté presente.

**4.2.4 – Ferias y workshops** – asistencia a ferias de turismo donde Republica Checa expone, o como visitante para contactos institucionales.

**4.2.5 – Redes sociales** – producción de posts de Facebook, como fuente de información novedosa o curiosa a respecto del destino.

## – Acciones que involucran EL PASAJERO FINAL

**4.3.1 – Campañas de publicidad –** desarrollo de concepto, plan de medio y implementación de campañas para publico final en medios masivos como TV, Radio, Revistas o periódicos. Pueden ser organizadas solamente por CzechTourism o en cooperación con touroperadores, compañías aéreas y otros socios.

**4.3.2 – Campañas em línea** – los medios em línea son los más importantes y efectivos para impactar el público final. Así, se sugiere, siempre que posible, el desarrollo de una campaña de medios em línea para publico final, involucrando redes sociales.

**4.3.3 – Eventos** – desarrollo e implementación de eventos, cooperados o no, con vistas a promover Republica Checa para el público final. Estos eventos incluyen acciones como promociones em centros comerciales, exposiciones, patrocinios.

**4.3.4 – Redes sociales** – desarrollo e implementación de posts de Facebook y X, con contenido novedoso y/o curioso sobre el destino, para generar interacción y ampliación de la base de seguidores.

**4.3.5 – Blog DestinoTchequia** – desarrollo de artículos y curaduría de material de terceros (periodistas o contenido de la versión española)

## – Acciones que involucran SOCIOS ESTARTEGICOS

**4.4.1 - Relaciones institucionales** - acercamiento y desarrollo de colaboración con socios estratégicos para CzechTourism en Brasil como compañías aéreas, asociaciones, comités, entidades de los gobiernos locales y federales. Mantenimiento de relaciones con la Embajada de la Republica Checa en Brasilia, Consulado General en Sao Paulo y cónsules honorarios.

**4.4.2 – Acciones en el marco de V4** – soporte a las acciones planificadas por CzechTourism en Brasil, cooperadas con los países de V4.

**4.4.2 – Acciones con ETC – European Travel Commission** –

soporte a las acciones planificadas por CzechTourism en Brasil, cooperadas con ETC.

# Conclusion

Athos Comunicação está segura de que el plan arriba será efectivo y logrará atingir los objetivos propuestos para Republica Checa en Brasil, el año 2024 y 2025.

En São Paulo, día 15de Enero de 2024

Director

Athos Comunicação Ltda