



LÍNEAS ESTRATÉGICAS PUERTO DEPORTIVO DE BENALMÁDENA 2016 -2022

MISIÓN

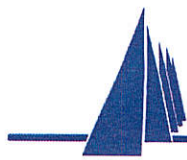
Promoción de la marca Puerto Deportivo de Benalmádena y sus instalaciones como puerto de referencia en el Mediterráneo, tanto en los mercados clásicos como emergentes

VISIÓN

Poniendo al navegante en el centro de todos los procesos, mantener el liderazgo sectorial y posicionar al Puerto Deportivo de Benalmádena a la vanguardia de la promoción náutica.

DAFO

DEBILIDADES	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none"> * Una divisa fuerte que ya no resulta tan rentable al británico * Falta de conocimiento y notoriedad del destino * No explotar el Puerto como entrada de turistas * Costa menos atractiva desde el punto de vista de la navegación * Mayor integración con la ciudad en su política turística * Pocas acciones promocionales * Falta de asociacionismo dentro del segmento y de acciones conjuntas 	<ul style="list-style-type: none"> * Clima calido y soleado, con fácil navegabilidad durante todo el año * Uno de los principales aeropuertos de España a 15 minutos * Conexiones de AVE, principalmente para el turismo nacional * Gran número de puertos cercanos con una oferta mar y tierra muy diferente * Proximidad con los mercados de origen * Rica oferta de restauración y ocio dentro del puerto * Seguridad ciudadana, jurídica y sanitaria * Buenos precios de los atraques
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> * La competencia de otros destinos en Europa que ofrecen seguridad * La presencia de destinos emergentes con una divisa baja y buenos precios * Falta de tráfico y pérdida de vida en el puerto * Tendencia a reducir la estancia media (principalmente por motivos de la crisis) * Descuidar el posible valor de la turoperación * Falta de unidad dentro del segmento * Pérdida del turista nacional * No observar el valor del este segmento como consumidor de oferta turística 	<ul style="list-style-type: none"> * Clientes potenciales a los que llegar a través del turista tradicional * Un destino más económico que los principales países emisores * Potencial desestacionalizador dando a conocer el potencial del clima y navegabilidad * La presencia conjunta del destino para disfrutar del mar y de la tierra * Mejorar la imagen y profesionalización del servicio * Dar a conocer la oferta complementaria y bondades de la zona



OBJETIVOS

Ventas:

- Continuar con el incremento de las ventas en miles de euros / Aumentar la ocupación en número de atraques.
- Incrementar la cuota en embarcaciones de tránsito

Posicionamiento:

- Afianzar la recuperación.
- Seguir incrementando el nivel de notoriedad de la marca.
- Continuar con las mejoras el servicio portuario.
- Expandirnos en nuevos mercados.
- Seguir mejorando la relación con el usuario

Rentabilidad:

- Mantener la estabilidad financiera de la empresa.
- Incremento de la rentabilidad económica.

Los siguientes conceptos que se consideran básicos para sacar adelante los objetivos propuestos.

Diferenciación | Experiencias | Inspiración | Innovación | Adaptabilidad

METAS CUANTIFICABLES

- I. Fortalecimiento de la marca Puerto Deportivo de Benalmádena
- II. Socialización del destino
- III. Búsqueda de la satisfacción del usuario
- IV. Generación de contenido experiencial

ACCIONES

Presencia en las principales ferias náuticas / turísticas nacionales e internacionales.

Patrocinio embarcaciones de regatas / merchandasing

Agenda de eventos náuticos / no náuticos

Colaboraciones

Acciones de refuerzo de la web.

Plan de Redes Sociales.

Continuar con el boletín / Newsletter para usuarios

- a. Presencia / Participación en los blogs náuticos.
- b. Contratar espacios publicitarios en páginas webs, Facebook y revistas especializadas.

Acciones RSC