

# **LA CIUDAD COMO DESTINO DE COMPRAS**

**Dr. Josep Chias**

[josep@chiasmktg.com](mailto:josep@chiasmktg.com)

**1º CONGRESO INTERNACIONAL DEL  
COMERCIO URBANO**

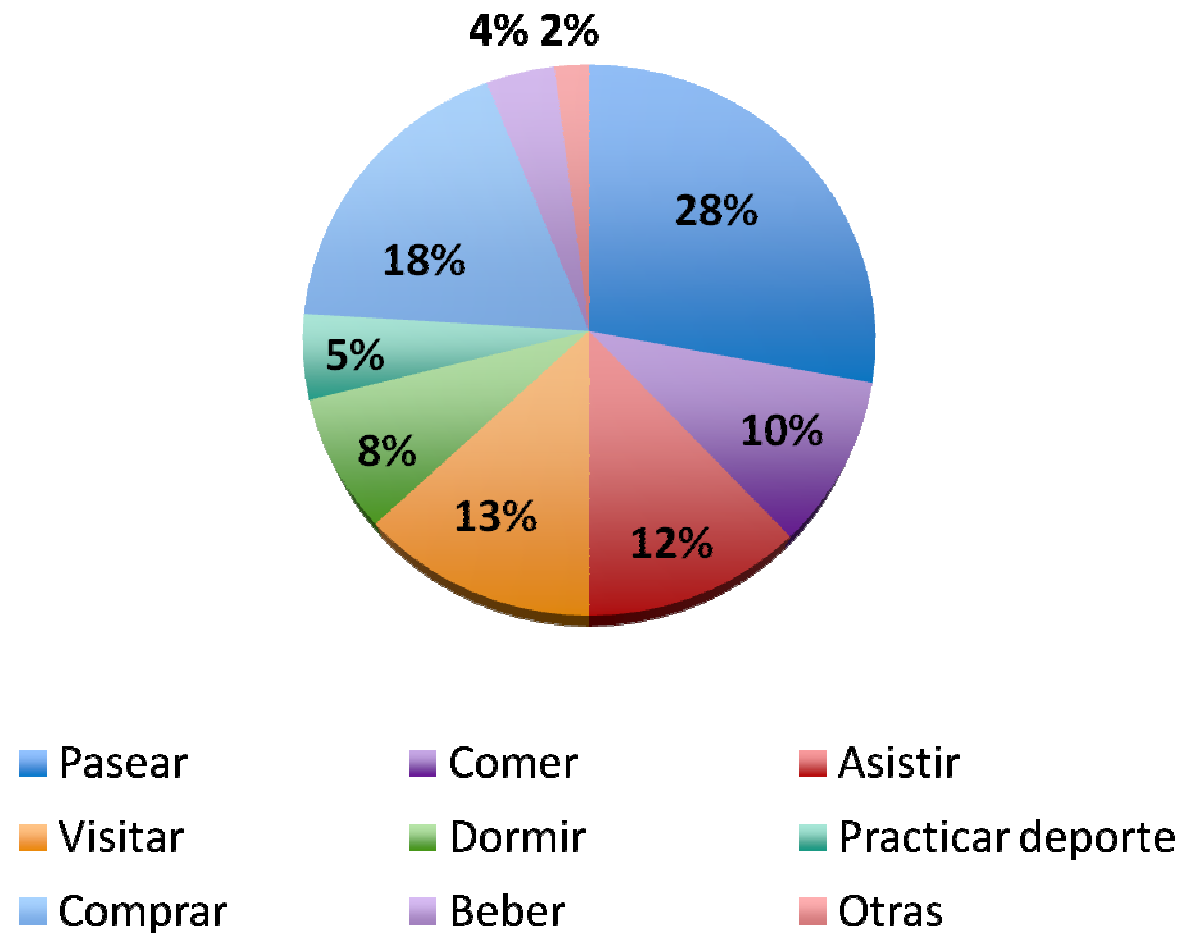
**Málaga – 8 de Mayo 2008**

*LA CIUDAD COMO DESTINO*  
*Visitantes y turistas*

# LOS VISITANTES DE LA CIUDAD

- **LOS VISITANTES DE TRABAJO**
- **LOS EXCURSIONISTAS:**
  - RESIDENTES DE PROXIMIDAD
  - TURISTAS DE PROXIMIDAD
  - CRUCERISTAS
  - CONEXIONES AÉREAS
- **LOS TURISTAS:**
  - "CIUDAD"
  - "CITY BREAKS"
  - "EVENTOS"
  - "REUNIONES Y CONGRESOS"

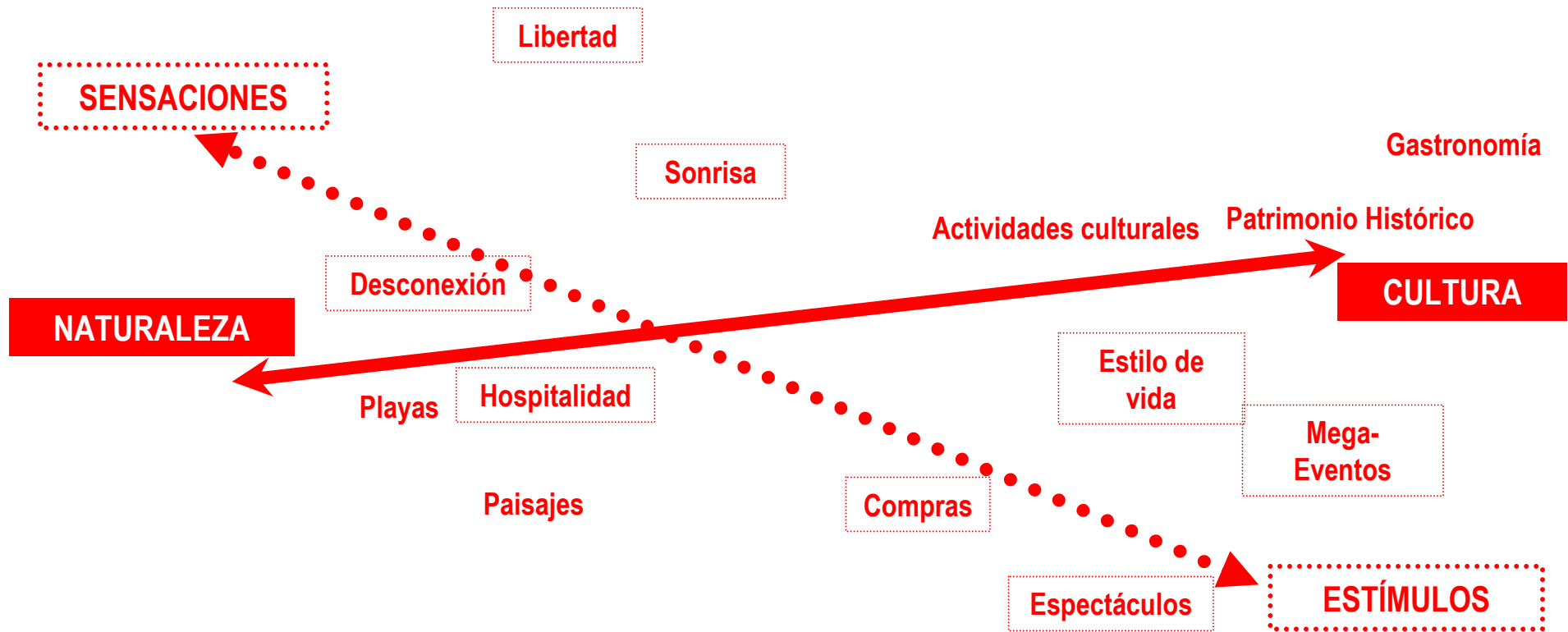
# EL ANÁLISIS DE LAS ACTIVIDADES DE LOS VISITANTES

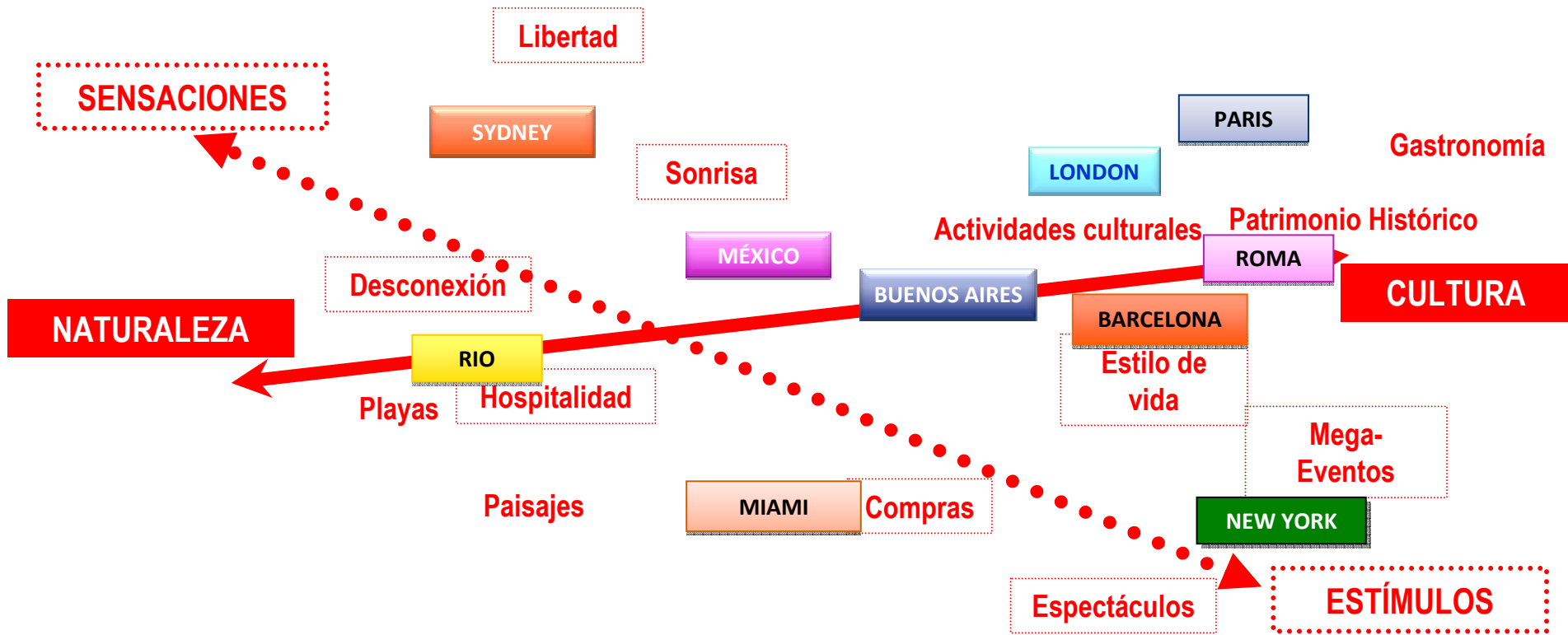


*LA CIUDAD COMO DESTINO*  
*El posicionamiento turístico*

# LOS FACTORES DEL POSICIONAMIENTO

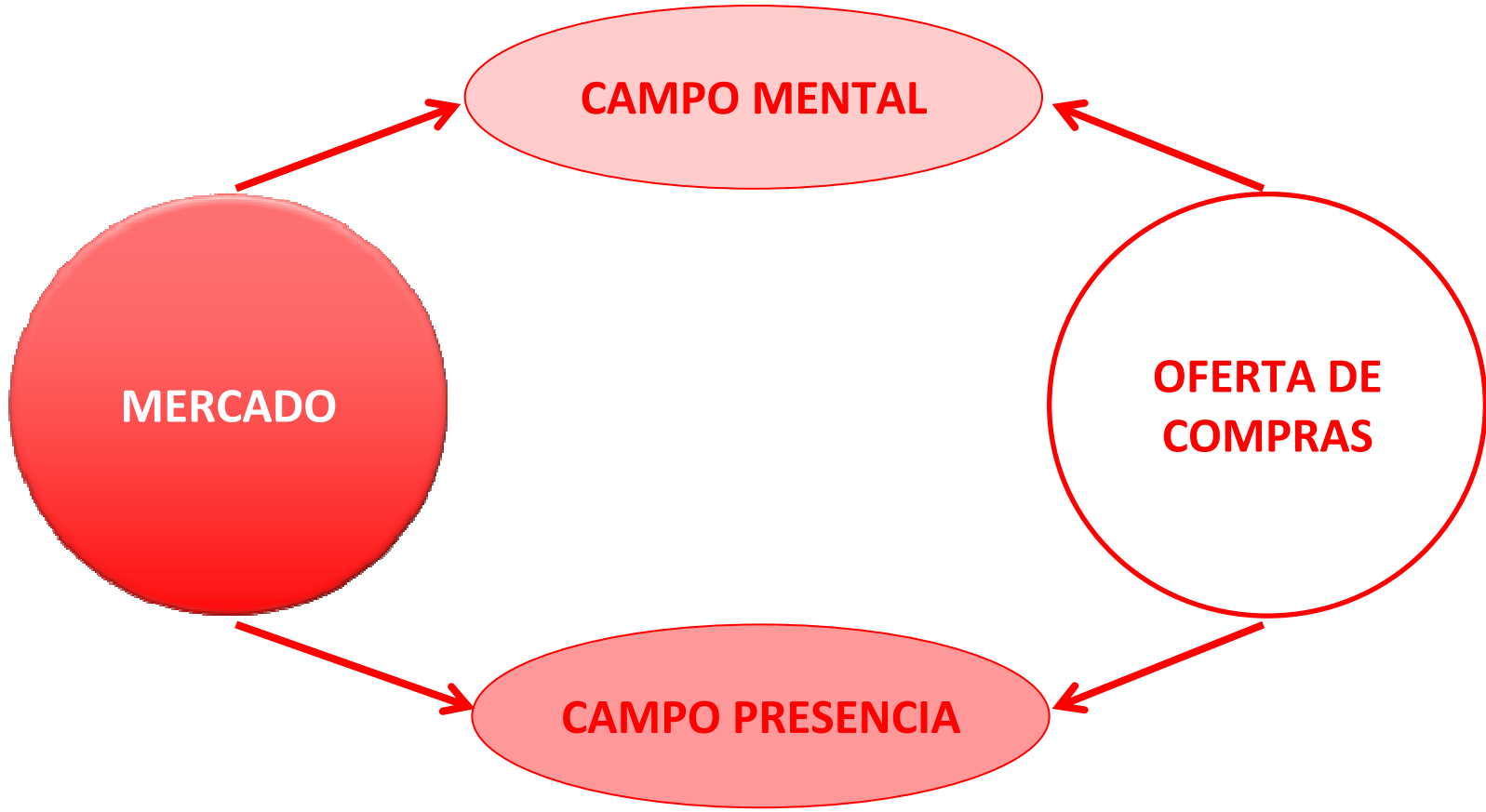
- **NATURALEZA**
- **CULTURA**
- **SENSACIONES**
- **ESTÍMULOS**







*LA CIUDAD COMO  
DESTINO DE COMPRAS  
El posicionamiento específico*



# EL ANÁLISIS DE LA OFERTA COMERCIAL

## VALOR POTENCIAL:

- UNICIDAD
- VALOR INTRÍNSECO
- CARÁCTER LOCAL

## VALOR REAL:

- CONCENTRACIÓN DE OFERTA
- NOTORIEDAD

# *LAS CUATRO “C” DEL TURISMO DE CIUDADES*

CULTURA

COMIDA

COMPRAS

CARÁCTER

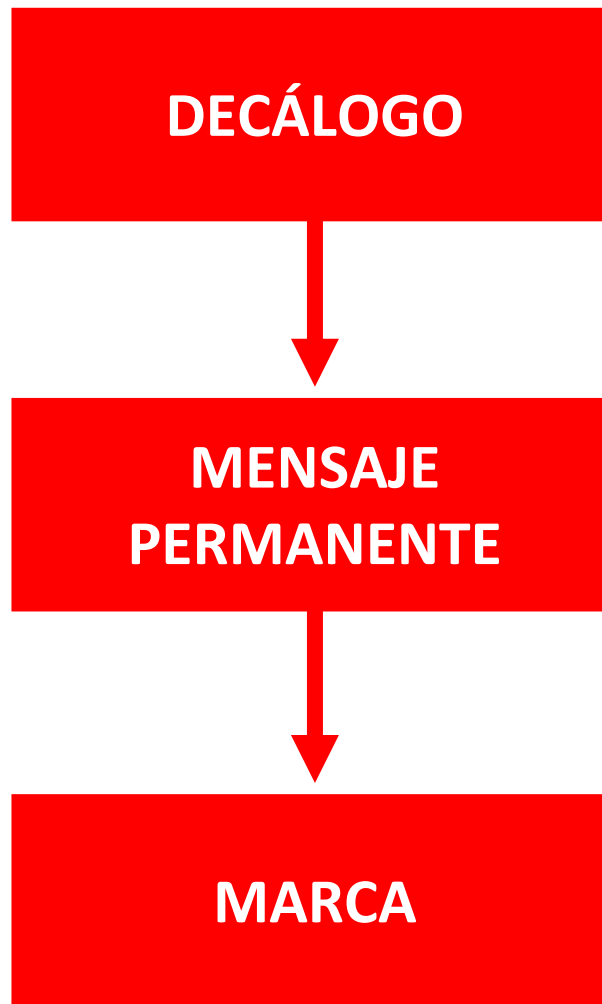


# *LA COMUNICACIÓN TURÍSTICA DE LAS CIUDADES*

# LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

	TODOS LOS PÚBLICOS	TRADE TURÍSTICO	TURISTA POTENCIAL
DESTINO	 Mensaje Global	Mensaje general al Trade	Mensaje general al Turista
PRODUCTOS TURÍSTICOS	Mensaje general de Productos	Mensajes específicos	Mensajes específicos

# EL MENSAJE GLOBAL





# *MARCAS Y MENSAJES: PRÁCTICAS DIFERENTES*



da

tm

Vinculos >>

**Tourism & Con**

NL | FR | News | Home |

### 3 days in Brussels

lay in Brussels isn't enough, and two are barely city's surface, Brussels Tourism is recommending "3 ble tourists to make their own discoveries.

---

**Special Events 2003**

discoveries  
els's strategic  
tic  
ir originality:  
ism, Brussels  
: good living  
all kinds of  
arts, Brussels

This second part presents stays based around selective events. The choice of event has been determined according to when it takes place, its tourist pulling-power and originality.

**Brussels Congres**

- Who we are
- What we do
- Enquiry form
- Let's meet guide
- Calendar of events
- Venues
- Meetings hotels
- Services
- Partners
- Useful links
- Contact

Internet

**¡MADRID!**

Escribà una pregunta

9 | 10 | 11 | 12 |

European cities tourism

ful edinburgh

eneva SWITZERLAND

STOCKHOLM VISITORS BOARD

Escribà una pregunta

9 | 10 | 11 | 12 |

European cities tourism

ful edinburgh

eneva SWITZERLAND

STOCKHOLM



# DOS MENSAJES FINALES

EL MERCADO SON PERSONAS

EL NEGOCIO DE LA FELICIDAD