

# Premios Eikon

## Bar de viajes

---

Nombre y número de la categoría: Eventos. N° 11.

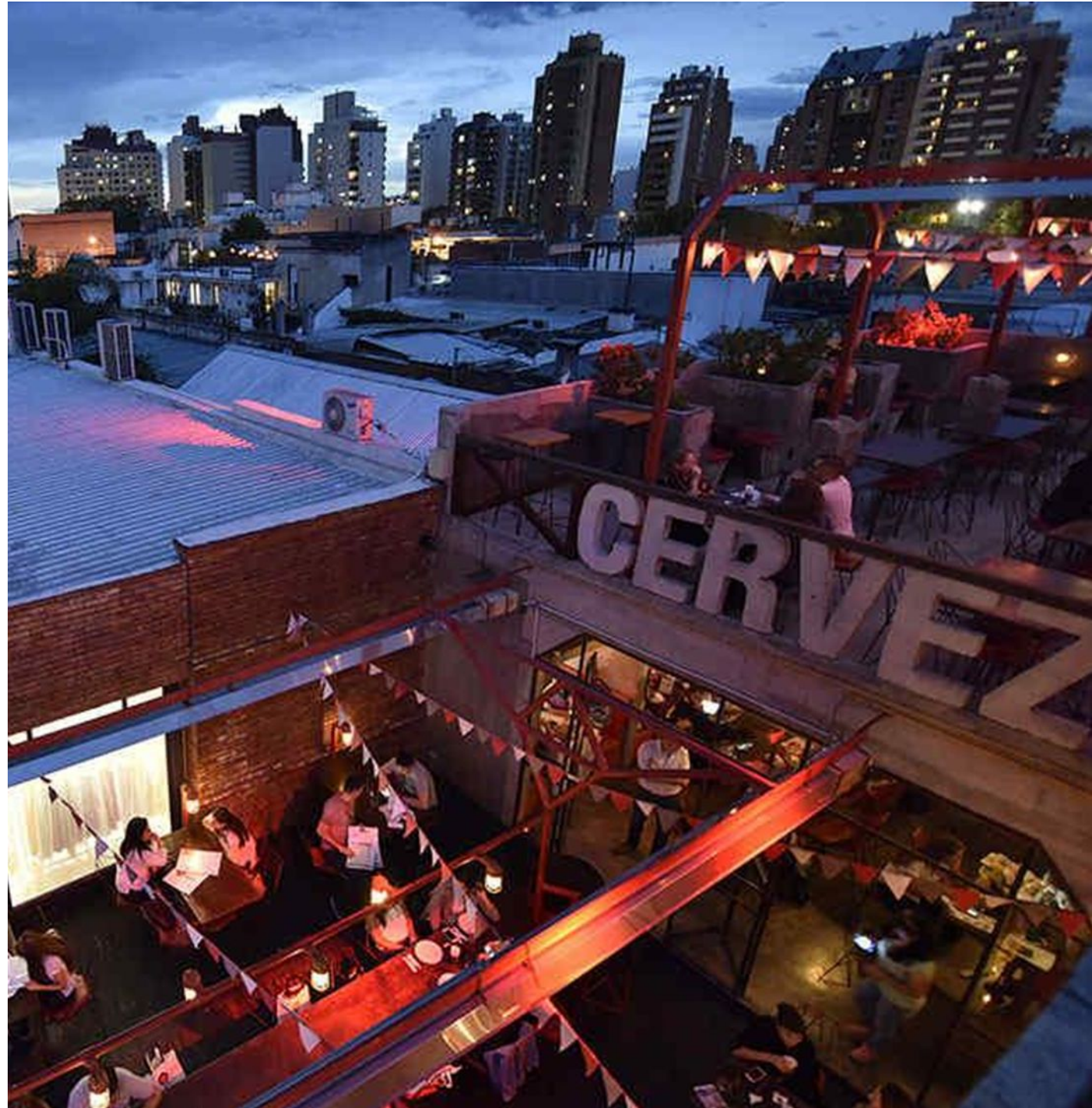
Nombre de la acción: Bar de viajes

Área de desarrollo del plan: Marketing

Responsable del plan de comunicación: Sebastián Lazcano

Nombre de la organización: Diario La Voz del Interior SA

Fecha de campaña: Noviembre 2018





## Contexto

---

El mercado del turismo sufrió grandes transformaciones en las últimas décadas, la aparición de metabuscadores, las OTAs (Online Travel Agencies) y el logrado esfuerzo de las aerolíneas por llegar de forma directa a sus consumidores digitales, pusieron en jaque el rol tradicional del agente de viajes, cada vez más alejado de aquellos viajeros más jóvenes.

# Diagnóstico

---

Ante esta realidad, la Asociación Cordobesa de Agencias de Viajes (ACAV) planteó la necesidad de conectar a sus asociados con audiencias que ya no los eligen, principalmente, personas de entre 20 a 35 años, que desconocen el valor agregado del asesoramiento que puede dar un agente de viajes.

Desde el área de Marketing de La Voz del Interior tomamos ese desafío y a través de nuestra marca Voy de Viaje, invertimos la situación: si este público no visita a una agencia de viajes, por qué no son las agencias quienes se acercan a ellos con una propuesta atractiva.

# Estrategia

---

Fue así que a partir de reuniones periódicas con ACAV, definimos llevar a cabo una acción que tuviera como misión generar conexión emocional entre los potenciales viajeros y los agentes de viaje, que a la vez no fuera invasiva, que generara conversación y que se pudiera comunicar por múltiples formatos y plataformas. Así nació, a fines de noviembre de 2018, “Bar de Viajes”. Una experiencia turística en la que durante dos días invitamos a un recorrido viajero por cinco bares del emblemático Barrio Güemes en la ciudad de Córdoba.

# Propuesta de valor

Elegimos el barrio Güemes que por su diversidad de propuestas culturales y gastronómicas reúne a los jóvenes diariamente.

Allí se intervinieron 5 bares de una misma galería con los principales destinos turísticos que incluían stands con agencias de viajes especializadas.

Cada Bar/Destino contó con música, tragos y actores característicos de regiones y países como Brasil, Caribe, Europa, Estados Unidos y Argentina para que se viva como una experiencia de viaje.

Después de recorrer el mundo en una galería los jóvenes podían imaginar y planear su próximo destino.



**BAR DE VIAJES**

# VENÍ DE BAR, SALÍ DE VIAJE

Una experiencia en 5 bares con **oportunidades únicas para viajar** a EEUU - Argentina - Destinos Exóticos - Brasil y Caribe - Europa y Medio Oriente

**48hs Promociones exclusivas de**

**/ MARTES 27 Y MIÉRCOLES 28 18 A 22 HS.**

**/ ACHÁVAL RODRÍGUEZ 244 GÜEMES.**

**/ Premios y sorteos / Asesoramiento personalizado / Sorpresas y mucho más**

**SPONSOR:** BONINI, COMTUR, GIT, B, CAROLINA, COM, BIA General, BIA General

**ORGANIZA:** ACAV

**INVITA:** Voy, LaVoz



## Activaciones

- 3 influencers de turismo generaron contenido desde sus perfiles de Instagram e interactuaron en las mesas con sus seguidores.
- La escuela de Teatro Minúsculo representó con actores a personajes característicos de los distintos países.
- Habilitamos una cabina fotográfica ambientada con diferentes destinos para interactuar y conseguir amplia repercusión en redes, y a través del hashtag #bardeviajes los asistentes participaron de sorteos por estadias, aéreos y bolsos de viaje.
- Unas promotoras azafatas guiaban a los visitantes por todos los países generando una experiencia diferente en el evento.
- Dispusimos televisores que simulaban el arribo a los destinos mostrando ofertas y promos exclusivas por 48 horas.

# La experiencia

---



# Contenido y difusión

Además de las experiencias generadas en el evento, se incluyeron:

- Contenidos en Voy de viaje: web y papel relacionado al evento y destinos. Entrevistas radiales y televisivas acerca del evento.
- Historias de influencers en Instagram con fuerte alcance en la comunidad de viajeros jóvenes.
- Posteos de la agencia Córdoba Turismo.
- Notas de medios especializados en el trade acerca del evento.
- Campaña integral: spot de radio, publicidad redes sociales, avisos gráficos, PNT y banners digitales con presencia de marcas.

## Así fue la primera jornada de Bar de Viajes

El evento de viajes y turismo sigue este martes de 18 a 22. Hay promociones en paquetes, sorteos y mucha coctelería. [El minuto a minuto del evento en nuestras redes.](#)

Por Redacción Voy de Viaje. 4 de Diciembre de 2018.



#BardeViajes 32 sem

**VENÍ DE BAR, SALÍ DE VIAJE**

BAR DE VIAJES

**OPORTUNIDADES ÚNICAS PARA VIAJAR**

**HOY**

Gratis en @barriogaleria DE 18 A 22

Ver más >

#BardeViajes 32sem

LA IDEA ES JUNTARNOS, CHARLAR UN POCO, TOMAR UNOS TRAGOS, COMPARTIR ALGUNAS ANÉCDOTAS Y DESPEJAR TODA DUDA QUE SURJA A LA HORA DE PREPARAR EL BOLSO Y SALIR PARA ALGUN LADO.

¿NOS VEMOS AHÍ?

LA ENTRADA ES TOTALMENTE LIBRE Y GRATUITA

@gongranja

#BardeViajes 32 sem

LaVoz

**VENÍ DE BAR, SALÍ A EUROPA Y MEDIO ORIENTE**

FRANCIS

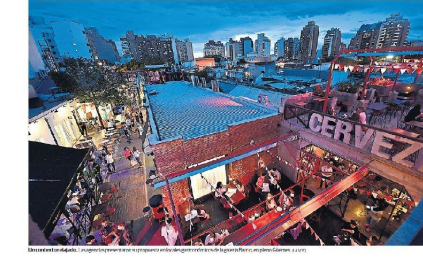
Ver más >

El evento, que surgió por una iniciativa conjunta entre Acay y Voy de Viaje, convocó a empresas del sector para mostrar sus ofertas durante dos días en la galería Barrio, en Guemes. Hubo promociones especiales, premios y muchas sorpresas.

### Bar de Viajes: una vidriera al mundo

El evento, que surgió por una iniciativa conjunta entre Acay y Voy de Viaje, convocó a empresas del sector para mostrar sus ofertas durante dos días en la galería Barrio, en Guemes. Hubo promociones especiales, premios y muchas sorpresas.

El evento, que surgió por una iniciativa conjunta entre Acay y Voy de Viaje, convocó a empresas del sector para mostrar sus ofertas durante dos días en la galería Barrio, en Guemes. Hubo promociones especiales, premios y muchas sorpresas.





# Resultados

---

**+1 millón**

de personas alcanzadas en redes sociales (Facebook e Instagram).

**+2000**

Personas interesadas en la propuesta concurrieron al evento en diferentes días y horarios.

**+20**

MARCAS del sector turismo se sumaron a Bar de Viajes 2018

# Resultados

---

## Comentarios positivos

En las interacciones, usaron más de 200 veces el hastag #bardeviajes. Se obtuvo un alto porcentaje de comentarios positivos en redes y notas.

## Alto impacto en audiencias jóvenes

Millenials y centenials pasearon por los diferentes bares temáticos, conversaron con los agentes de viaje e incluso concretaron ventas.

## Monetizable y Escalable

El evento fue altamente rentable y tiene previsto continuar a lo largo del tiempo e instalarse como una fecha clave en la temporada alta del turismo



**La Voz**