

Parte 2: Tácticas y planes de
relaciones públicas y marketing

¿Sin imágenes? [haga clic aquí](#)

VISIT SUN VALLEY

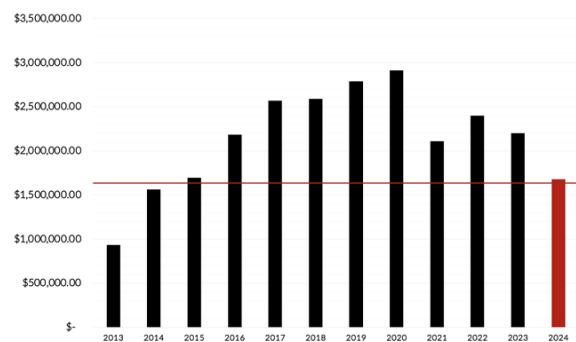


Visite las iniciativas de invierno de Sun Valley

Esta es la **segunda parte** de nuestra serie de boletines especiales de tres partes para mantenerlo informado sobre lo que necesita saber este invierno. Este boletín en particular cubrirá las tácticas de marketing y relaciones públicas que planeamos implementar para la próxima temporada.

Reenviar a un amigo 

VSV FUNDING OVER TIME



- We're currently looking at a similar budget to 2015.
- We no longer ask for city funding
- The Air Service LOT collections moved from 1% to 0.5%

Visite la financiación de Sun Valley.

Desafíos presupuestarios

Como recordatorio de nuestro correo electrónico anterior sobre las perspectivas invernales, actualmente estamos considerando una **reducción presupuestaria del -24 % para el año fiscal 2024** en comparación con el año fiscal 2023. Con este cambio en la financiación, pondremos énfasis en el invierno, ya que es el momento más oportuno para un crecimiento sostenible aquí. Limitaremos nuestro enfoque en quién generamos conciencia tanto en el tipo de audiencia como en los mercados.

VISIT SUN VALLEY

Descripción general de relaciones públicas y marketing

Cómo planificamos

Nuestra estrategia imperecedera es la sostenibilidad en la forma en que crecemos y prosperamos como comunidad.

Para el invierno, continuaremos con nuestro enfoque principal en la sostenibilidad: encontrar la próxima generación de visitantes que amen, respeten y acepten nuestro Valle.

Tenemos algunos temas principales en los que enfatizaremos esta temporada de invierno.

Asociaciones entre IKON y Mountain Collective Pass

- Orientación refinada para pasar a los titulares a través de una variedad de medios publicitarios digitales que incluyen; vídeo, radio, display y asociaciones,

- Asegurarnos de que la gente sepa que estamos en los pases.
- Nuevos visitantes que no han estado aquí antes.
- El esquiador/snowboarder y el viajero mejor alineados comunican los itinerarios de viaje sugeridos
- Ayudar a las empresas a aprovechar la oportunidad

Aumento del servicio aéreo sin escalas

- El mejor servicio aéreo de invierno que hemos tenido hasta la fecha.
- Servicio extendido desde Chicago
- Mantener a Los Ángeles y San Francisco en la mira
- Proyecto de mejora Warm Spring del Sun Valley Resort.
 - Nuevos ascensores en Warm Springs

hacer nieve

- Apertura garantizada de la temporada de esquí del Día de Acción de Gracias*
- Gran experiencia ya sea que nieve o no.

Inmensas oportunidades para practicar esquí de travesía

- Proveedores de turismo: SV Trekking, guías de Sun Valley y guías de Sawtooth Mountain
- Heliesquí Sun Valley

Eventos

- Carrera de esquí nórdico Boulder Mountain I 3 de febrero de 2024
- Festival de Cine de Sun Valley I 28 de febrero – 3 de marzo de 2024
- Nacionales alpinos de EE. UU. I Finales de marzo de 2024

Más allá de la montaña

- Contando las historias más profundas sobre el área que nos presenta como destino a considerar para una visita en cualquier época del año.
- Oportunidades específicas no estacionales, como bienestar, arte y cultura, gastronomía y la Reserva Central Idaho Dark Sky son algunos puntos de contacto.



Relaciones públicas

Medios ganados

Desde una perspectiva de relaciones públicas, nos gustaría buscar clientes potenciales que se alineen con los distintos segmentos. Buscamos ir más allá de las listas de destinos estándar y centrarnos en publicaciones únicas que pueden contar historias más amplias del área de Sun Valley. Las publicaciones que hablan de arte y cultura, comida, innovación, espacios naturales y más son algunas oportunidades potenciales.

- Misión de medios de Chicago | Nos aventuramos a Chicago en octubre para organizar un evento mediático para periodistas de Chicago para hablar sobre todos los acontecimientos en el área de Sun Valley este invierno.
- Alojamiento de periodistas | Tenemos la suerte de poder asociarnos con varias de las propiedades y empresas de alojamiento para ayudar a organizar visitas de periodistas en persona al área.

Tenemos varios periodistas esperando visitas este invierno. Hay un amplio espectro de publicaciones y audiencias con las que hablan.

- Divulgación | Como parte de nuestros continuos esfuerzos de relaciones públicas, monitoreamos de cerca cualquier posible noticia que pueda alinearse con el destino. Además, trabajamos con varios periodistas para atender consultas sobre Sun Valley.



Personas

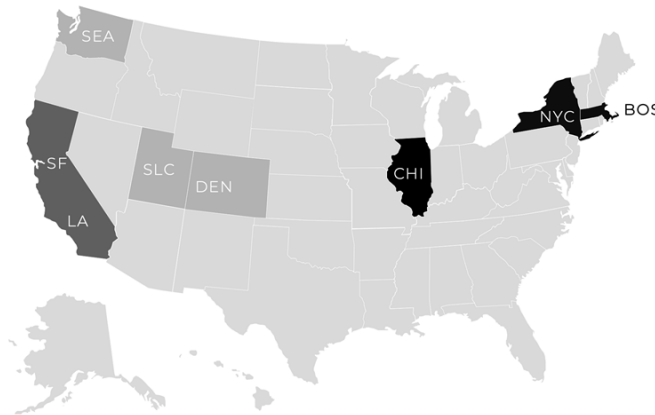
A quién nos dirigimos

Personas: a quién nos dirigimos

Dadas nuestras restricciones presupuestarias, nos centraremos en dos personas principales: participantes activos al aire libre y vagabundos.

- Participantes activos al aire libre
 - Este es nuestro grupo más joven y son entusiastas dedicados de los deportes al aire libre que buscan destinos nuevos y desafiantes.
 - Se sienten atraídos por los lugares por su “carácter épico” y tenemos mucho que ofrecer.
 - Piense en los clásicos aficionados al esquí que han marcado el sentimiento cultural de los pueblos de montaña de todo el mundo.
- Vagabundos

- Se trata de viajeros adinerados apasionados por las actividades al aire libre como esquí, paseos en motos de nieve, pesca y más.
- Se dedican a realizar viajes para realizar esas actividades y les gusta probar nuevos lugares y ser desafiados por nuevas experiencias.
- Las edades oscilan entre 30 y 55 años con un mayor nivel de ingresos.



Objetivo del mercado

Adónde apuntamos

Nuestro principal mercado se centrará en los destinos de vuelos sin escalas. Daremos prioridad a Chicago y los mercados secundarios de la costa este que incluyen Boston y Nueva York. Las ubicaciones secundarias en orden de importancia son San Francisco, Los Ángeles, Denver y Seattle.

Mercados objetivo: dónde nos dirigiremos

- Para el invierno '23-'24 haremos hincapié en Chicago y la costa este (Nueva York y Boston).
- Los mercados secundarios incluirán Los Ángeles, San Francisco.
- La cobertura nacional incluirá Denver, Seattle y Salt Lake City.

AWARENESS	PARTNERSHIPS	REMARKETING
Targeting those who are unfamiliar or those that have not shown intent to travel to Sun Valley, Idaho.	Telling deeper stories through third parties. These pieces will align with our selected personas to dive further into the destination.	Relaying secondary messaging to audiences that have shown interest in our initial advertising.
 ogury   	  Mountain Gazette WHALEBONE	

Medios de comunicación

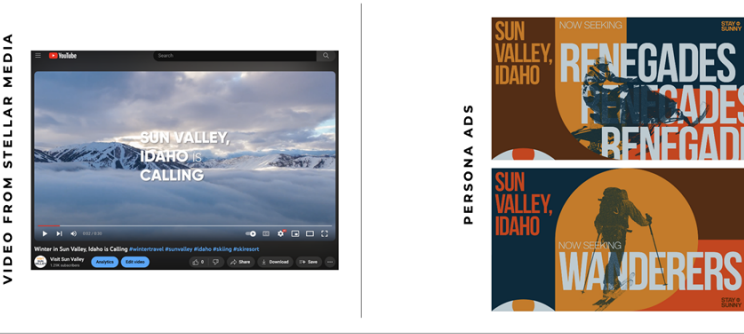
Cómo nos dirigimos

Encontrar la próxima generación de huéspedes que amen y aprecien este lugar.

Medios de comunicación: cómo nos dirigimos

- Nuestra campaña de concientización se dividirá entre ubicaciones y asociaciones de publicidad digital.
 - Colocaciones de publicidad digital | Se trata de una combinación de vídeos, anuncios publicitarios y productos de AdWord para crear conciencia sobre los mercados de destinos y vuelos y fomentar las reservas de viajes durante los períodos de oportunidad. Tendremos una combinación de proveedores que superpondrán información personal y de ubicación para optimizar la orientación. Los proveedores incluyen: Ogury, FlightAware y Performance Max de Google.
 - Asociaciones | Estos vendrán en forma de respaldo de terceros que cuentan historias únicas del área de Sun Valley y su cultura. Las asociaciones incluyen: The Mountain Gazette, Whalebone Magazine, Freemarker Magazine, The Journal of Lost Time y Match Stick Productions.

VISIBILITY
CREATIVE SAMPLES



Anuncios de vídeo y banners

Llamando la atención

Estamos buscando formas de eliminar el desorden.
Disponer de anuncios de vídeo y banners
visualmente estimulantes y diferenciadores impulsa
nuestras iniciativas aquí.

Contenido de vídeo

- Tenemos un nuevo lote de contenido de video inspirador gracias a la gente de Stellar Media.
- Le invitamos a [descargar](#) o insertar estos videos desde nuestro [canal de YouTube](#) .
- Le pedimos que dé crédito a Stellar Media y Visit Sun Valley cuando lo utilice.

	MEDIA	2023								2024													
		NOVEMBER				DECEMBER				JANUARY				FEBRUARY				MARCH					
Google		30	6	13	20	27	4	11	18	25	1	8	15	22	29	5	12	19	26	4	11	18	25
2 Targets / 5 Markets																							
Ogury																							
2 Targets / 5 Markets (CPC = \$0.55, CPV = \$0.05)																							
FlightAware																							
2 Targets / Chicago																							
Programmatic OOH																							
2 Targets / Chicago																							

Momento

Cuando apuntamos

Tradicionalmente, no empezamos a ver lo peor de las
visitas invernales hasta la tercera semana de

diciembre, con una pausa significativa después del inicio del Año Nuevo. Nuestro objetivo es estar al frente de los planificadores de vacaciones de invierno en ese punto ideal justo alrededor del feriado de Acción de Gracias. Continuaremos enviando mensajes hasta finales de marzo para asegurarnos de que estemos "en marcha" durante la mayor parte del servicio aéreo y la mayor parte de la temporada de esquí.

Momento

- Lanzaremos nuestros esfuerzos de campaña a mediados de noviembre.
- Reduciremos las cosas antes y durante las vacaciones.
- En enero sufriremos un duro golpe.
- La campaña de invierno concluirá a finales de marzo.

¿Tiene alguna pregunta o comentario?

Envíenos una nota a info@visitsunvalley.com

Compartir

Pío

Adelante

visitasunvalley.com | 1-800-634-3347

Está recibiendo este boletín porque se suscribió a la lista de correo electrónico de Visit Sun Valley. Si desea darse de baja, haga clic en cancelar suscripción y lo eliminaremos de nuestra lista.

[Preferencias](#) | [Darse de baja](#)