

Plan de Marketing



Proyecto final Hotel Doña María

RESUMEN EJECUTIVO:

El proyecto a desarrollar trata de un plan de marketing de un hotel de 4 estrellas enfocado al turismo, denominado Doña María ubicado en la C/Don Remondo, nº19 (Plaza Virgen de Los Reyes) de la provincia de Sevilla.

El plan se adentrará en todos los ámbitos relevantes en cuanto a las asignaturas estudiadas tomando los conocimientos adquiridos que han sido de utilidad para la realización de este plan de marketing.

El plan está comprendido para realizar un periodo de 1 año, desde el mes de enero de 2018 hasta el mes de diciembre de 2018 para aumentar las reservas y adquirir un beneficio superior al actual del negocio.

Los motivos que llevan a investigar el negocio del “Hotel Doña María” permitirán llevar a cabo las diferentes estrategias de marketing a un beneficio superior al actual. Se intentarán convertir las debilidades en fortalezas y las amenazas en oportunidades. Se ejecutará un plan pudiendo establecer nuevas acciones de marketing con el objetivo de conseguir una mejora para el hotel, captación de clientes y un reconocimiento a nivel nacional e internacional.

Para llevar a cabo este proyecto se ha optado por acceder a distintas fuentes de información de mucha utilidad para la investigación del “Hotel Doña María”.

Como fuentes de información se han usado documentos internos de la empresa, testimonios de personas relevantes al entorno estudiado, información digital del hotel (redes sociales y página web), de revistas turísticas y de algunos canales de televisión.

1. DIMENSIÓN ESTRATÉGICA:

Historia de la empresa:

El Hotel Doña María fue construido en una casa palacio, era originalmente propiedad de Samuel Levy (Hombre de confianza del rey Pedro I (El cruel)).

Para la exposición Iberoamericana de 1929, el arquitecto Juan Talavera Heredia, maestro de Aníbal González y arquitecto de la mundialmente famosa plaza de España de Sevilla, diseña la fachada del Hotel del ensanche de la calle Mateos Gago.

A la muerte de los marqueses De la Peña, su hija Doña María Sasiaín Aguirre, hereda la casa y todas las obras de arte que en ella había.

En 1965, Doña Ángela Huesca Sasiaín, Marquesa de San Joaquín, hereda de su tía Doña María, el edificio y todas sus obras de arte, decidiendo construir un hotel y decorarlo con todas las obras de arte que heredó.

Así se convierte en la primera mujer hotelera de Sevilla. En honor a su tía lo llama Hotel Doña María .

En la actualidad el Hotel es propiedad, de Doña Federica de Valles, Marquesa de San Joaquín e hijos, y siguen conservando el estilo de su madre y abuela, Doña Ángela Huesca.

1- Misión: El Hotel Doña María es un hotel que busca resaltar y potenciar los valores tradicionales de la larga historia de Sevilla, su ubicación en la ciudad junto a la Giralda y la antigüedad y tradición que tiene el establecimiento le hace un sitio idóneo para vivir la experiencia de los huéspedes del siglo pasado.

2- Visión: Pretende ser líder en el sector hotelero de cuatro estrellas para personas que van buscando la excelencia de un trato diferencial y contar con un reconocimiento a nivel nacional e internacional.

3- Valores:

- Tradición: El Hotel refleja unos valores tradicionales típicos de la larga historia de Sevilla.
- Arte: Combina diferentes estilos de la ciudad. Se pueden observar en la multitud de obras de arte expuestas para los clientes, que diferencia al hotel de muchos competidores.
- Cercanía: La buena relación con los clientes es uno de los aspectos con los que se quedan los huéspedes al marcharse.

2. ANÁLISIS DEL ENTORNO:

El entorno es el conjunto de elementos que rodea a la empresa influyendo en esta de forma positiva o negativa.

- **ENTORNO EXTERNO:**

Hace referencia al conjunto de factores externos que afectan a la empresa, pero que no son controlables por esta.

A continuación, explicaremos en distintas categorías los diferentes factores que afectan al Hotel Doña María:

- Factores tecnológicos:

Con la evolución y la aparición de las nuevas tecnologías, han mejorado y evolucionado todos los procesos turísticos facilitando el trámite de reservas, pagos y de obtención de información. De este modo la empresa obtiene más facilidad a la hora de captar clientes.

- Factores económicos:

La Unión Europea gracias a la supresión de fronteras y unificación de monedas ha influido de manera positiva en el sector turístico.

Además, el turismo es una actividad imprescindible que genera un negocio importante para el hotel.

- Factores demográficos:

Con la aparición de la demanda de los productos ecológicos en el sector de la hostelería, cada vez hay más oferta tanto a nivel de hospedaje como a nivel culinario ya que estos productos tienen una mejor calidad y están más elaborados que el resto. A día de hoy, gran parte de clientes demandan estas opciones.

- Factores naturales y ambientales:

Concretamente en la ciudad de Sevilla el factor principal que más afecta al sector turístico es el clima caluroso de la ciudad y es por ello que la demanda de más habitaciones en este sector coincide con la celebración de la semana santa y feria en los meses de abril y mayo.

- MICROAMBIENTE DE OPERACIONES:

1. Cientes:

Teniendo en cuenta que el Hotel Doña María ofrece servicios de alojamiento de una gran calidad, el perfil del cliente es de clase media-alta puesto que es un hotel de lujo y con buena localización, los clientes constituyen perfiles muy variados. El cliente de este hotel va enfocado a una clientela comprendida entre 25 y 65 años.

A continuación, explicaremos los diferentes perfiles de clientes que suelen acudir al Hotel Doña María:

- **Exclusivos y famosos** con un gran conocimiento en el mundo de la cultura comprendiendo de las obras de arte que abundaban en la antigua casa palacio antes de ser rehabilitada para un hotel. Personas que conocen de las historias de antepasados que avivan dentro del Doña María valorando el contenido de ellas.
- **Ciudadanos jóvenes** que acuden a divertirse al bar del hotel queriendo disfrutar de un buen ambiente combinando la bebida con buena música e increíbles vistas. Dichos jóvenes suelen estar contentos con la atención al público por lo que lo difunden entre su círculo de amigos.
- **Parejas** que acuden a la terraza del hotel queriendo disfrutar de buen ambiente y buenas vistas. Este público objetivo suelen ser personas entre 25 y 45 años que pretenden desconectar al lado de buenas vistas junto a la giralda. Este tipo de clientela suele acudir a los conciertos que se dan en la terraza del hotel.
- **Turistas** que pretenden disfrutar de unas vacaciones agradables con sus hijos y que buscan comodidad, elegancia, buen ambiente, buena atención y que desean conocer el casco histórico de la ciudad sevillana.
- **Ejecutivos** que vienen por temas de negocio que pretenden sentirse cómodos en su estancia en la ciudad. Dichos ejecutivos al terminar su jornada laboral lo que desean es descansar y sentirse como en casa.

2. La competencia:

Se entiende por competencia todos aquellos alojamientos del sector turístico que se encuentran próximos en cuanto a ubicación y tienen características similares.

- Competencia directa:

En Sevilla hay varios hoteles de cuatro estrellas situados en el casco histórico, puesto que es la competencia más directa del hotel. Por sus precios, localización y servicios que prestan cada uno de ellos.

Dichos hoteles intentan diferenciarse de una forma excepcional en este sector. Por ejemplo, el Hotel Inglaterra, situado en la Plaza Nueva (centro de Sevilla), con características similares al Doña María como su buena ubicación y sus precios de habitaciones que rondan los 130€. La terraza del Hotel Inglaterra también posee vistas a la Giralda y dispone de un servicio de bebidas con precios similares. A diferencia del Doña María, este hotel obtiene un servicio de restauración que destaca entre los más jóvenes por sus precios económicos y su buena ubicación. Situado en la 1ª planta y el cual tiene una entrada vinculada al hotel. (Restaurante “Seis”).

Por otro lado, también se encuentra como competencia fuerte el Hotel “Los Seises”. Este hotel dispone de un servicio 24 horas el cual los clientes catalogan en su web como excelente. Dispone de un amplio parking gratuito con plazas ilimitadas.

Situado en el “barrio Santa Cruz” y obtiene vistas a la Giralda y Catedral. También posee una piscina en la terraza del hotel, aunque a diferencia del Doña María, pueden acceder a la piscina clientes externos pagando una entrada (35€ todo el tiempo que el cliente quiera quedarse en el hotel incluyendo una bebida, preferencia del consumidor), si paga 25€ podrá quedarse sólo en horario de mañana, 9:00 a 16:00). Sólo podrán acceder si enseñan el ticket en la puerta de la terraza.

Otros Hoteles que afectan directamente al Hotel Doña María son:

- Hotel Alfonso XIII, es un edificio histórico situado en Puerta Jerez (centro de Sevilla). El hotel más emblemático y lujoso de la ciudad. Sus precios de habitación son más altos que los del hotel Doña María y cuenta con un servicio que el Hotel Doña María no posee. Por ejemplo, el servicio de restaurante.
- Hotel EME, es un hotel de lujo situado a 20 metros de la Catedral. Su número de habitaciones es inferior a los del hotel Doña María, pero presta unos servicios muy parecidos a los del Hotel Alfonso XII, como el servicio de habitaciones 24 horas, restauración y recepción 24 horas.
- Gran Meliá Colón, hotel moderno de cinco estrellas situado en el centro de Sevilla. Es miembro del exclusivo “The Leading Hotels of The World”, una de las asociaciones hoteleras más prestigiosas del mundo. A diferencia del Doña María, ofrece un servicio de masajes y tratamiento facial y corporal, recepción y habitación 24 horas, gimnasio incorporado en el hotel y servicio de niñera bajo petición del cliente. Sus precios de habitaciones son mayores que los del Doña

María rondando los 240€ la noche.

- Hotel Palacio de Villapanés, considerado uno de los mejores hoteles de Sevilla que acaba de unirse a la red de hoteles de cinco estrellas. Presta unos servicios exclusivos, mejores que los del Doña María como por ejemplo el servicio gratuito de recogida del aeropuerto San Pablo y la estación de Santa Justa.

Competencia indirecta:

- Hoteles de inferior categoría, como los alquileres de viviendas para estancias cortas. Dichos alquileres, ofrecen también servicio de hospedaje afectando al hotel ya que ponen precios inferiores, haciéndolo más atractivo por el precio a clientes más jóvenes con menos poder adquisitivo por debajo de los del hotel.
- Bares y restaurantes de la zona que ofertan servicios de ocio que suponen un coste de oportunidad para el público objetivo. Por ejemplo, podrían preferir pasar una tarde tapeando y tomando copas en bares, pubs o incluso pasar una tarde en cualquier heladería cercana por el centro que preferir acudir a la terraza del hotel.

3. Los Proveedores:

El Hotel Doña María cuenta con una diversa línea de servicios por lo que necesita una amplia gama de suministros.

Los proveedores más destacados en el sector de esta Hostelería son:

- Coca-Cola European Partners: que es una empresa de bebidas generales conocida mundialmente.
- Albariza: Esta empresa suministra las bebidas alcohólicas que son servidas en el bar del Hotel.
- Ambrosius: Este Hotel posee este proveedor para los alimentos dulces (bollos, piononos, pasteles...) por lo que esta pastelería destaca por sus productos austriacos y artesanales.
- Proquilanz: Está empresa dedicada a la hostelería se dedica al suministro de productos de limpieza para el Hotel.
- La Caixa: Soporte financiero que gestiona los pagos y cobros del Hotel.
- Casa Márquez: Esta empresa suministra al hotel el material eléctrico que le hace falta a la empresa para su día a día.
- Catering Zaldarriaga: Esta empresa suministra los distintos alimentos que se ofrecen los fines de semana en el Doña María (sushi, hamburguesas de retinto, sándwiches, pasta...)

- ENTORNO INTERNO:

1. Departamentos:

A continuación, explicaremos los distintos departamentos en función del cargo más alto al más bajo dentro del ambiente interno de la empresa.

1- Departamento de dirección: es el que marca directrices de las funciones de cada departamento del hotel, tiene que asegurar que se llegue a unos niveles de producción marcados para la propiedad del hotel.

2- Departamento de contabilidad: es el que se encarga de la facturación y esto engloba el pago de facturas a proveedores y el cobro de facturas a agencias de viajes, también se encarga de pagos de nóminas.

3- Departamento de compras: se encarga de hacer los inventarios de los departamentos donde hay un suministro de material como por ejemplo en el departamento de pisos y bares...por tanto, la compra de lo que hace falta.

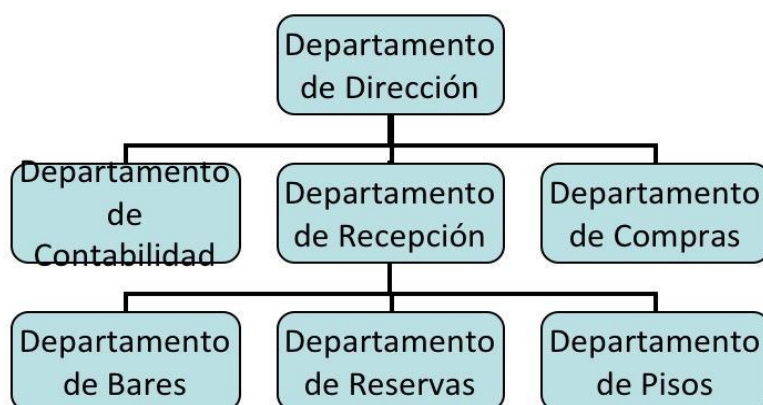
4- Departamento de recepción: se encarga de check in check out, atención al cliente, información turística, cobro de facturas a clientes directos...

5- Departamento de reservas: se encarga de las reservas de todas las habitaciones ya sea a través de turoperadores o clientes directos. También actualiza diariamente las tarifas para publicar los mejores precios según disponibilidad y temporada.

6- Departamento de bares: se encarga de dar el servicio de room service para los clientes alojados en el hotel, servicio de coctelería en la terraza y Pub.

7- Departamento de pisos: es el que se encarga de la limpieza de las habitaciones tanto de salida como de ocupadas, así como de la limpieza de las estancias comunes.

2. Organigrama:



3. Recursos materiales:

Son todos aquellos bienes que posee el hotel. Se pueden distinguir distintos tipos de recursos, tales como las materias primas, instalaciones, maquinarias y el terreno. Gracias a estos bienes tangibles, es posible desarrollar la infraestructura necesaria para prestar sus servicios.

A continuación, explicaremos todos los recursos materiales que utiliza la empresa:

1- Habitaciones: cabeceros, mesitas de noche, armarios, almohadas, juego de sábanas, mantas, cojines, cuadros, espejos, perchas y artículos de decoración.

2- Recepción: mostrador, mesas, sillas, estanterías, cajones, lámparas, alfombras, teléfono.

3- Sala de ocio (a la izquierda de la recepción): Sillas, televisión de pantalla plasma, aire acondicionado, sofás, cuadros, bandejas, tazas.

4- Sala común: alfombra, sillones, mesa, sillas, lámparas, cuadros, armario, jarrones y otros artículos de decoración.

5- Sala de desayunos: Mesas, sillas, bandejas, cubiertos, máquina de café, aparato para de música, utensilios para servir, máquina de zumo, manteles, platos, servilletas de tela, manteles, jarrones, jarras de agua, mini cocina.

6- Bar del hotel: Lámpara, barra, vasos, bebidas, jardín artificial, cabina de dj, mesas, sillas, sofás, sillones, jarrones, jarras, botellero, televisión pantalla plana, aire acondicionado, ordenador para poner música.

7- Terrazas cuarta planta:

- Principal: barra, sillas, mesas, sofás, poyetes, mantas, estufas de terraza, cuencos, posavasos, jarras, cristalera con vistas a la Giralda.
- Eventos: Sillas, botellas, sofás, mesas, lámpara, cristalera con vistas a la catedral.
- Piscina: Hamacas, sillas, mesas, toallas, sofás, piscina en frente de la Giralda, figuras, fuente.

8- Sala de congresos: Sillas, altavoces, mesas, microfonía, proyector, alumbrado, escaleras.

9- Baños: bañera, lavabo, WC, toallas, jabón, espejo, cuadros, cortinas, lámparas, papelería, puertas, secador, lámpara.

4. Políticas del marketing mix ya implementadas:

- PRODUCTO/SERVICIO:

Nos encontramos ante un tipo de empresa hotelera la cual va dirigida a ofrecer a sus clientes sólo y exclusivamente servicios.

Ofrece una diversa gama, de los cuales explicaremos cada uno de ellos detalladamente.

Servicios de hostelería, ofreciendo al cliente un hotel de 4 estrellas de 64 habitaciones, (un ejemplo es la habitación más destacada y lujosa que ofrece (“doble uso individual”), la cual ha sido creada pensando en los viajeros que quieren absoluta intimidad y tranquilidad durante su estancia en Sevilla), también ofrece servicios de bar y desayunos, este último, va incluido en el precio de la estancia del cliente en el hotel.

Además, contiene en todas las habitaciones wifi con la contraseña incorporada y posee algunas habitaciones con vistas a la Giralda y otras con vistas al Alcázar.

Ofrece habitaciones como la doble estándar o la doble uso individual, así como la habitación triple o la doble con salón, esta última, obtiene un espacio con un ambiente íntimo y al mismo tiempo diferenciado, dichas habitaciones, son ideales para parejas románticas.

Como hemos dicho anteriormente, al cliente se le brindará un servicio de desayunos incluido en su estancia en el hotel el cual dispone de todo tipo de alimentos de diferentes países (huevos, bacon, bollería, todo tipo de frutas, zumos, cafés, té...) con la intención de darle la mayor comodidad posible. También se le ofrecerá una invitación pudiendo asistir los 5 primeros días de manera gratuita invitando a un acompañante que no esté alojado con el hotel).

- El servicio de bares está dividido en diferentes partes, las cuales vamos a explicar a continuación:

Posee en la cuarta planta 4 pequeñas terrazas situadas en un sólo establecimiento. Todas están conectadas con el mismo servicio de bar.

- La Terraza Giralda, es la principal, en ella, se encuentra situado el servicio del bar. El cliente podrá disfrutar de una maravillosa bebida junto a sus familiares y amigos acompañando unas vistas increíbles.
- A la izquierda de esta, se encuentra otra más pequeña cuyo nombre es “Terraza Giralda Eventos”, la cual es dedicada a todos los eventos a realizar. (Comuniones, bodas, pedidas, bautizos...). Esta terraza está un poco más apartada del resto para que así los clientes puedan estar en un lugar más íntimo).
- Por último, se encuentra la “Terraza Giralda Piscina” a la que el cliente podrá acceder a cualquier hora del día para disfrutar de cualquier bebida junto a sus seres queridos. El horario de la piscina es distinto puesto que de lunes a viernes a las 19:30 h finaliza, los fines de semana el horario se prolonga una

hora y media más.

- Además de lo indicado anteriormente, también se ofrecen mantas a todos los clientes por todas las terrazas para no pasar frío durante el invierno (suelen ofrecerse más por las noches, aunque si el cliente lo desea durante el día también podrá disponer de ello).

Por último, el cliente podrá disponer los fines de semana de una gran variedad de alimentos realizados por un catering externo (sushi, hamburguesas, alitas de pollo, pasta y algunas tapas más). Entre semana lo único que se ofrece son platos de jamón, queso, caña de lomo y algunos snacks.

Por otro lado, el Hotel Doña María ofrece en la primera planta un servicio de bares diferente ("Bar DiezYSiete"), ya que este es más económico y dispone de una entrada vinculada con el hotel. Al acceder al bar, el cliente tiene la oportunidad de disfrutar de una amplia gama de bebidas a un precio más económico (mojitos, copas, cervezas, tintos, bebidas sin alcohol...) y a 2x1 en consumiciones todos los jueves.

Algunos fines de semanas (incluyendo los jueves), acude un dj para animar el ambiente poniendo música para los más jóvenes. También se festejan martes y fines de semana conciertos para padres.

Se ofrece también un servicio de parking gratuito para coches pequeños con plazas limitadas para todos los clientes alojados en el hotel, esto, es una ventaja competitiva para el Doña María, ya que la competencia no suele incluir este servicio en la estancia de alojamiento para el cliente.

Además de lo dicho anteriormente, Doña María dispone de una recepción de 24 horas. Esto, es un aspecto positivo ya que, si un cliente necesita algo a altas horas de la noche o a cualquier hora del día, siempre habrá alguien en la recepción para poder resolver el problema del cliente.

Por último, dispone de una sala 24 horas donde se realizan congresos, exposiciones y demás. Siendo esto también un incentivo de valor para el mundo de los negocios.

- PRECIO:

A continuación, explicaremos algunos ejemplos de los diferentes servicios que se ofrecen en el hotel indicando el precio que conlleva cada uno de ellos (habitaciones, servicio bar DiezySiete, servicio de desayunos, terrazas, productos que se ofrecen en el bar y en las terrazas).

1. Habitación doble uso individual:

Destaca por su particular encanto.

Tiene 15 m² de espacios cuidados, distribuidos en un completo dormitorio con cama doble, baño con bañera, ducha, secador, aire acondicionado para los fuertes días de calor y algunos complementos más.



El baño de la habitación contiene un amplio espacio con buenas comodidades. En temporada baja se ofrece por unos 130€ la noche, con desayuno incluido (dependiendo la época del año), en temporada alta suele subirse el precio unos 20 o 25€ rondando entre los 150-155€, ya que en esta época (Semana Santa y Feria) es donde mayor beneficio saca el hotel.



2. Habitación Doble Estándar:

Esta habitación, es la combinación perfecta de elegancia, calidez y tranquilidad en pleno centro de Sevilla.

Tiene 24 m² de espacios diseñados a medida, conservando el encanto propio de la casa palacio en la que se ubica el hotel.

Estas habitaciones ofrecen capacidad para 1 o 2 personas, una cama doble o 2 individuales en el dormitorio, baño completo con ducha, bañera, secador y otros complementos. Posee un colorido especial.



Esta habitación, tiene unas agradables vistas al patio andaluz. Su precio oscila entre 135€ la noche con su respectivo desayuno cuando es temporada baja, cuando la temporada es alta, su precio sube unos 20 o 30€.

3. Habitación triple:

Esta habitación triple del Hotel Doña María, posee 27 m² y 3 cómodas camas individuales para compartir y disfrutar con todo el confort.

Tiene un dormitorio completo, un sofá, baño privado con bañera, ducha, secador y un amplio y llamativo espacio.



Esta habitación suele ser ofertada a un precio más bajo, ya que si el cliente escoge la opción “pago triple”. Al ser una habitación de tres personas se invierte más dinero.

Al aplicarle un 45% de descuento a esta habitación su precio por noche para 3 personas oscila entre 345€.

4. Habitación Doble Superior:

Esta habitación ofrece ese plus para relajarse cuando uno viaja.

Tiene casi 30 m², cómodos y espacios distribuidos en un gran dormitorio con cama doble o 2 individuales, baño completo con todo lo necesario: toallas, kit de aseo, ducha, bañera, secador y todos los servicios deseados.

Dormitorio con vistas a la Giralda.

A continuación, mostramos, algunas imágenes enfocadas con distintas perspectivas donde se puede apreciar bien la habitación.



Se puede apreciar la antigüedad y el encanto particular que tiene esta habitación.

La decoración está hecha con mucho cuidado, dando un aspecto más elegante y mimado que hace que su valor supere a las anteriores.

Su precio por noche para dos personas ronda los 245€ en temporada baja, en temporada alta se eleva 25€ más, rondando los 270€.

5. Habitación Doble Con Salón:

Para los que quieren un extra de espacio y ambientes diferenciados, la habitación “doble con salón” del Hotel Doña María es la mejor opción.

Posee 32 m² además de un amplio dormitorio con cama doble o 2 individuales.

Esta habitación, ofrece una sala de estar con sofá cama que le permite alojar hasta 4 personas con total comodidad y sin renunciar al mejor servicio.



Destaca el dormitorio de esta habitación, la cual posee 3 cuadros antiguos con mucho valor en la pared, 2 enchufes a los lados para poder utilizar dispositivos electrónicos y una amplia y elegante cama.

Al añadir un salón eleva y diferencia el servicio que ofrece.

Esta habitación es difícil de reservar, al ser la más exclusiva. Su precio es de 160€ en temporada baja, cuando la temporada es alta su precio se eleva 40€, rondando los 200€ por noche. A diferencia de las demás el precio de esta habitación es un poco más elevado ya que es la mejor.

Una vez explicado el apartado de las diferentes habitaciones con sus respectivos precios, nos adentraremos a explicar el resto de servicios que ofrece el hotel. Empezando por bares y terrazas y terminando con la sala de congresos:

1. Terraza Bar:

“Terraza Bar”, cuenta con un servicio en frente de la Giralda, los clientes podrán combinar el sentarse, con disfrutar de estas increíbles vistas. Además, cuenta con un público objetivo de personas entre 25 a 65 años, la gran mayoría de ellas extranjeras. Este tipo de clientela viene al hotel para poder disfrutar de unas vacaciones y poder desconectar de la rutina descubriendo la gran ciudad sevillana.

A menudo, se organizan pequeños conciertos, algunos son de música jazz, otros de música clásica e incluso hay días que dan lugar a la música más lenta.

Estos conciertos, suelen ser de personas conocidas que dan al hotel un aspecto más atractivo, tranquilo y juvenil. Esta terraza es la combinación perfecta ya dispone de vistas a la Giralda y a la Catedral.

Cuenta con unos sofás pegados a la pared, mesas con sillas de color negro y calefactores gigantes para los días más fríos.

En el establecimiento de esta terraza es donde se guardan las mantas que se reparten cuando el cliente lo desea.



Tiene horario de 12:00 h a 3:00/3:30 h normalmente, aunque también varía según la época y temporada del año. Si es temporada alta suelen quedarse más tiempo. En verano su horario suele ser de 12:00 h a 20:00 h ya que es una época en la que hay muy pocos clientes.

2. Terraza Giralda Piscina:

Dispone de una piscina con vistas a la Giralda, la cual tiene 18 m², 20 mesas medianas con sillas de paja, 10 tumbonas y 8 sofás cercanos a la piscina.

Tiene un encanto peculiar para poder sentarse y estar a gusto.

El cliente podrá disfrutar tomando una bebida con sus familiares y amigos en horario de 11:00 a 21:00 h.



Cuenta con un servicio el cual dispone de piscina en frente de la Giralda. Esto, es ideal para los extranjeros ya que pueden disfrutar de un clima agradable junto con unas vistas exclusivas añadiendo muchísimo valor. De este servicio, sólo pueden disfrutar las personas alojadas en el hotel y su horario es de lunes a viernes de 11:00 h a 19:30 h, los fines de semana el horario se prolonga hasta las 21:00 h.

Servicio disponible durante todas las épocas del año ya que, al ser también piscina climatizada, el cliente podrá disfrutar de ella siempre que lo desee.

Es un pilar fundamental para los clientes, y gran ventaja competitiva para el hotel, sobre todo en épocas veraniegas ya que es un lujo tener una piscina en frente de la Giralda y poder disponer de este atractivo servicio cuando se desee.

Algunos deportistas y futbolistas conocidos, acuden para hacerse reportajes fotográficos en todas y cada una de nuestras terrazas. Posteriormente, los medios masas lo publican en revistas y redes sociales, haciendo uso de una publicidad gratuita (Publicity).

3. Terraza Eventos:

“Terraza Giralda Eventos” es una terraza con especial encanto y en ella se realizan gran variedad de eventos (bodas, comuniones, pedidas, bautizos...)



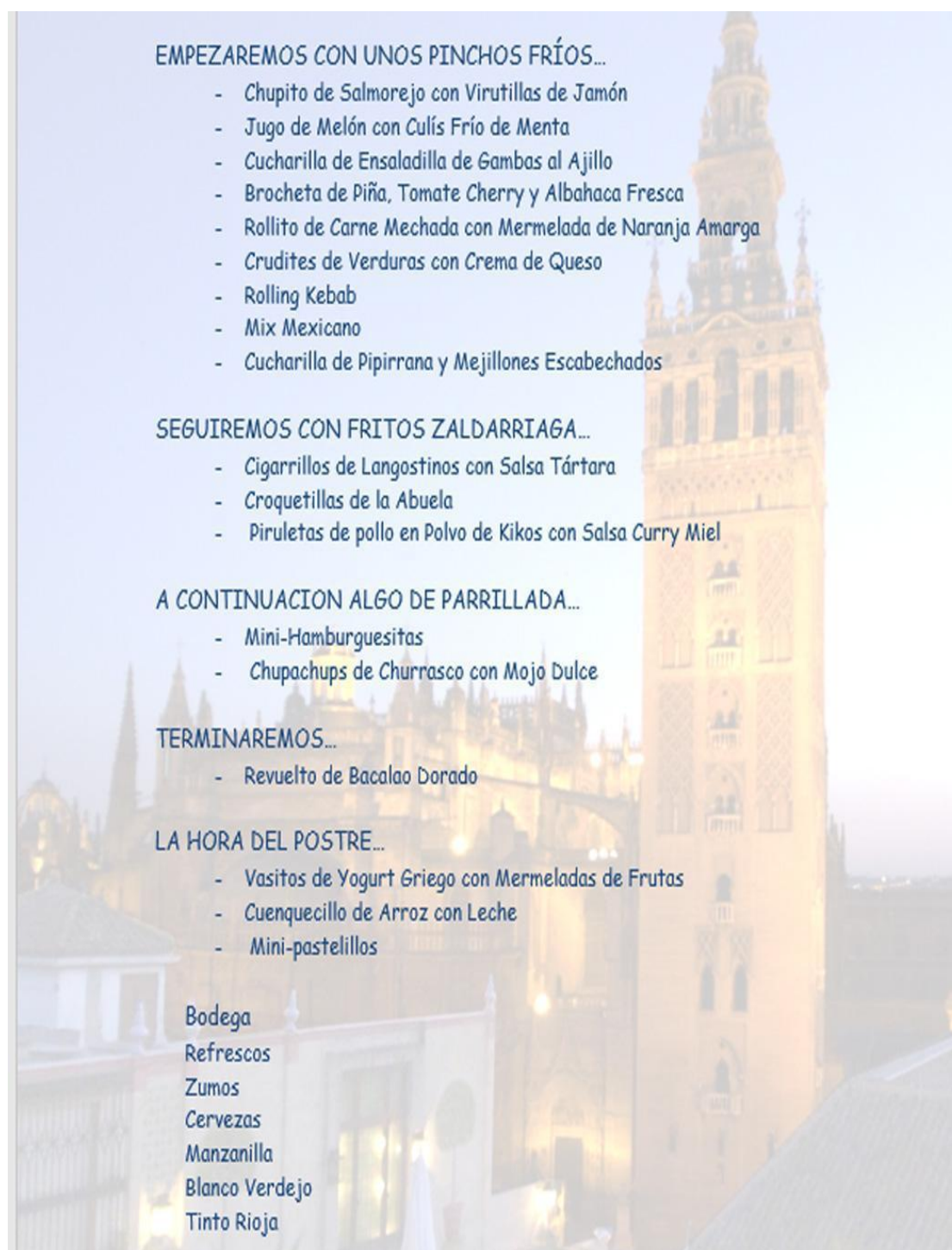
El precio para reservar el espacio para dar lugar a dichos eventos dependerá del servicio que el cliente desee añadir:

- Reservar para bautizos o comuniones suele rondar entre los 500 o 600€.
- Las bodas y eventos tienen un precio un poco más caro (700 o 800€), dependerá de lo que el cliente elija.
- El coste de los menús dependerá de la opción que escoja el cliente. Esta terraza tiene aspectos muy positivos ya que es un lugar agradable y más apartado del resto. Si se quiere estar en privado, se puede disponer de ello.

Dispone de sofás muy grandes que permiten al cliente obtener total comodidad y cuenta con una bonita vista con la que los clientes quedarán boquiabiertos. Obtiene un servicio especial para cócteles ya que en su equipo se encuentran grandes profesionales que se dedican sólo y exclusivamente a prepararlo todo.

Los cócteles se consumen en todo el recinto del local, incluyendo el bar. Su precio en terrazas suele ser más caro que en el bar ya que las vistas añaden muchísimo valor.

A continuación, mostraremos en una fotografía un prototipo de menú diseñado por el Hotel Doña María. Este menú es para bautizos y comuniones, su precio es de 40€ por persona.



También, mostraremos una fotografía del producto más consumido por los clientes en terrazas:

- Mojitos:



Estos, cuestan 11€ ya que los clientes consumen esta bebida con vistas a la Giralda, esta es la causa por la que es un precio un poco caro, sobre todo para la gente joven. Los mojitos son ideales para la época de verano.

Cuando el Hotel Doña María considera que un cliente es fiel, se le regala el segundo mojito.

Hay muchos sabores de mojitos, principalmente, este que vemos en la imagen, al que llamamos “mojito general” que es el que más destaca por su sabor, pero también existen otros tales como: mojitos de fresa, fruta de la pasión, de arándanos, sandía, melón...

Otro muy destacado entre todos estos es el “mojito tropicaliente”, que es un mojito de frutas tropicales al cual le añaden un toque de ginebra y vodka además de calentar el fondo y ponerle encima hielo frío. Este mojito está teniendo mucha popularidad entre los más jóvenes, ya que es un mojito peculiar y destaca mucho, aunque también pueden consumirlo personas de todas las edades exceptuando a los niños.

Todos los mojitos, tienen un precio similar al mojito tradicional menos el “Tropicaliente” que su precio tiene un valor de 16€ ya que es un producto más difícil de elaborar y es el nº1 entre los demás.

Otros productos estrella son las copas de balón, que rondan los 8€ o 9€ en terrazas, dependerá de la marca que escoja el cliente. El precio de cerveza y tinto es de 5€.

4. Bar DiezySiete:

Situado en la 1ª planta, este bar es muy popular entre los más jóvenes ya que tiene un precio más asequible que el de las terrazas del hotel. Su puerta principal da a la calle y tiene un ascensor dentro del propio bar el cual se encuentra vinculado con las terrazas y todo el interior del hotel.

Además, dispone de varios porteros dedicados a atender a los clientes, vigilar el establecimiento y acompañarlos a la cuarta planta.

Ofrece a la clientela un espacio diferente ya que dispone de un jardín natural y vertical pegado a la pared haciendo que tenga un diseño único. Su barra iluminada hace que el bar sea aún más atractivo.

Dispone de todo tipo de bebidas: cócteles, copas y demás. Su precio variará en función del producto y la marca que escoja el cliente rondando los 6€ o 7€ los cócteles y los 4 o 5€ las copas. La cerveza y tintos están disponibles por 2,50€.

Se ofertan promociones de 2X1 los miércoles en copas de 19:30 a 21:30.). Esta, es una buena forma de atraer a los clientes, sobre todo a personas jóvenes. También, en ese mismo día viene un dj con el mismo horario para animar el ambiente y atraer a los jóvenes.

Puerta principal:



Interior del establecimiento:



Ejemplo de producto que suele ser consumido en el interior del bar:



Aquí mostramos algunos ejemplos de los cócteles más famosos del DieySiete. El más destacado es el de "Fruta De La Pasión" el cual observamos dentro del vaso más largo de la imagen y cuesta 7€. Los otros dos también son cócteles destacados y su precio es similar al anteriormente dicho. Suele consumirse en el interior del bar, aunque si el cliente lo prefiere, puede consumirlo en terrazas.

5. Servicios de desayunos:



Otro servicio esencial para los clientes es el del desayuno.

Cuenta con una sala que ofrece al cliente alimentos como huevos, bacon, bollerías, zumos, cafés, té...) y un pase gratuito para un acompañante con duración de 5 días con la intención de dar al cliente la mayor comodidad posible.



En esta imagen, mostramos los distintos tipos de desayunos consumidos en el hotel:

- Quesos
- Chacinas
- Jamones

Además de lo mostrado en la imagen y lo dicho anteriormente, este hotel dispone de una variedad de frutas y yogures.

6. Recepción 24 horas:

Se caracteriza por el trato y cercanía que tiene con su clientela.



Abundan las obras de arte de artistas importantes y las historias de grandes antepasados que se alojaban en la antigua casa palacio.

Los clientes suelen ser atraídos al ser un hotel de lujo moderno y con un toque de antigüedad.

Dispone de figuras de antepasados y mosaicos de color negro esparcidos por todo el suelo.



Posee 40 m², además de una sala de estar para los clientes donde estos, podrán asistir y disfrutarla en tiempos de ocio. Dicha sala posee una televisión con pantalla plasma y aire acondicionado incorporado. También podrán disfrutar los clientes de un café con variedad de snacks.

7. Sala de congresos y celebraciones:



Esta bonita sala de 35 m², dispone de un elegante y amplio espacio en el cual se realizan congresos y exposiciones.

Es alquilada por empresas para eventos privados.

Se permiten sugerencias para poder mejorar en prestaciones y servicios del hotel.



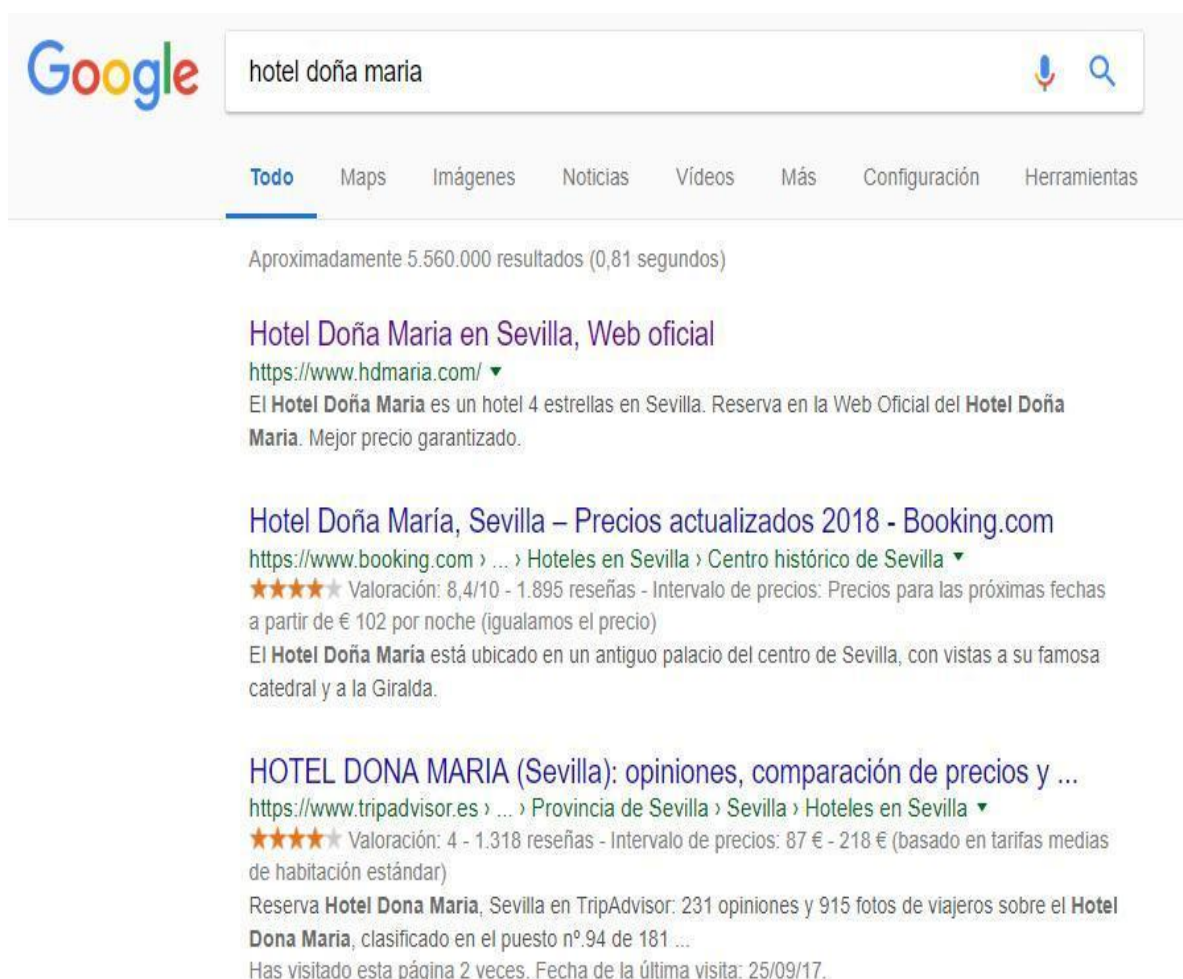
Tiene una salida la cual da al famoso Patio Andaluz de Sevilla.

- COMUNICACIÓN/PROMOCIÓN

El Hotel Doña María cuenta con numerosas herramientas de comunicación online y offline para darse a conocer, la primera y más eficaz es utilizando el posicionamiento **SEO/SEM**, esta actividad la realiza un consultor el cual contrata el hotel asegurándose de aparecer entre los primeros resultados de búsqueda. Esto, aumenta las posibilidades de visita a la web y con ello la posibilidad de convertir visitas en clientes.

Además, si un cliente accede a la web del hotel podrá valorar si quedarse o no guiándose por las opiniones externas de otras personas.

También, si el cliente reserva a través de la web obtendrá un 18% de descuento en el alojamiento y no tendrá pérdida a la hora de llegar al hotel ya que puede utilizar Google Maps.



El hotel, también se encuentra en **plataformas líderes mundiales en el Sector Turístico** como por ejemplo Booking. El objetivo principal de estas herramientas es atraer la atención del Público Objetivo, consiguiendo que la clientela contrate y conozca sus servicios. Así, podrá obtener rápidas respuestas por parte de sus clientes.

Booking, destaca al Doña María poniendo de los primeros a este y llevándose una comisión del 23% por cada venta realizada a través de su página web.

Sevilla: 434 alojamientos encontrados - ¡Incluidas 64 ofertas estrella!

Las 3 razones para visitar este lugar: **hacer turismo, bares y gente amable**



[Nuestras recomendaciones](#) [Distancia desde...](#) [Precio más bajo](#) [Puntuación y precio](#) [Estrellas](#) [Más valorados](#)



Hotel Doña María ★★★★★

Centro histórico de Sevilla, Sevilla – [Mostrar en el mapa](#) (a 450 m del centro)

Hay 2 personas mirando en este momento

¡Muy solicitado! Reservado 7 veces en las últimas 24 horas

Habitación Doble - 1 o 2 camas

¡Solo quedan 4 habitaciones en nuestra web!

Muy bien 8,4
1.895 comentarios
Ubicación 9,6

~~€ 197~~ **€ 135**

[Ver nuestras últimas habitaciones disponibles >](#)

10 **"Muy bueno!"**

La ubicación extraordinaria, la piscina en la terraza para apaciguar los 42 grados del verano sevillano.

Otros métodos que esta empresa hotelera utiliza para **dar a conocer sus terrazas** es organizar todos los miércoles conciertos de personajes famosos. Para su difusión se ayudan de algunas redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram.

Hotel Doña María ha compartido una publicación.
5 de septiembre a las 13:14 · 🌐

Concierto|| Esta noche, como todos los miércoles, tenemos #concierto en Terraza Doña María con 🎸Lara Monroe & Boogie Slaves🎸
~21.30h~
¡Llega pronto para coger el mejor sitio!
Va a hacer noche de cine 🍿
#hoteldofamaria #terrazadofamaria



Hotel Doña María ha compartido una publicación.
15 de agosto · 🌐

Como todos los miércoles, no te pierdas el #concierto de esta noche: ~Mar Rodríguez y Álvaro Gil a la guitarra~
A las 22h ¡y con entrada libre hasta completar aforo!
#hoteldofamaria #terrazadofamaria

SUMMER ROOFTOP CONCERTS
TERRAZA DOÑA MARÍA
BY HOTEL DOÑA MARÍA

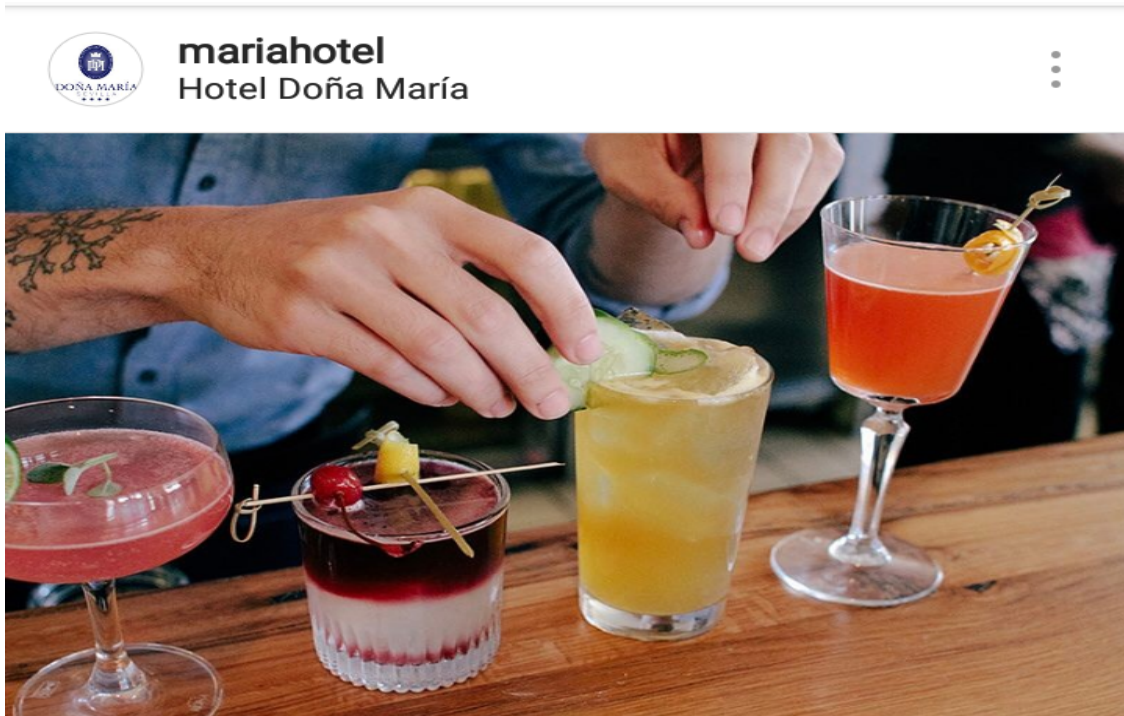


La finalidad de estas herramientas es atraer la atención del público con el objetivo de que el cliente invierta dinero y conozca las terrazas pasando un rato agradable. En estos sitios web los usuarios pueden compartir fotos, opiniones y valorar el lugar bajo una puntuación.

La temporada baja de este hotel es en verano, ya que la gran mayoría de clientes están de vacaciones y lo que más desean es irse a lugares en donde puedan sentirse a gusto y tener una playa o una temperatura agradable.

Es lógico que la gran mayoría de clientes no quiera acudir a esta ciudad en verano ya que Sevilla es popularmente conocida como la ciudad más calurosa de Andalucía. Por ello suelen realizar algunas promociones y descuentos en habitaciones de hasta un 30% para llamar la atención de sus clientes regalando una copa de bienvenida en la terraza del hotel. Si se bajan los precios en esta época se podrá conseguir que se aloje al menos la mitad o gran parte de la clientela.

Realizan promociones a través de su cuenta de Instagram invitando a eventos como catas de vino, cócteles o cafés en la terraza a los 10 primeros que den me gusta a la publicación, comenten y la suban a su historia compartiéndola con sus seguidores. Esta herramienta es muy potente ya que se consigue mucha clientela, es una forma atractiva de llamar la atención del Público Objetivo. El Hotel Doña María ofrece al



Le gusta a **jkruiz98**, **victoriaruizbe** y **46 personas más mariahotel**  ¿Quieres venirte mañana a una cata de [@chivasregal](#) ?  Una cata exclusiva para los diez primeros que le den a me gusta a la publicación y escriban un comentario.

La cata será a partir de las 20.00 H en la [#terrazadoñamaría](#)    
[#catas](#) [#sevilla](#) [#terrazas](#) [#chivasregal](#)

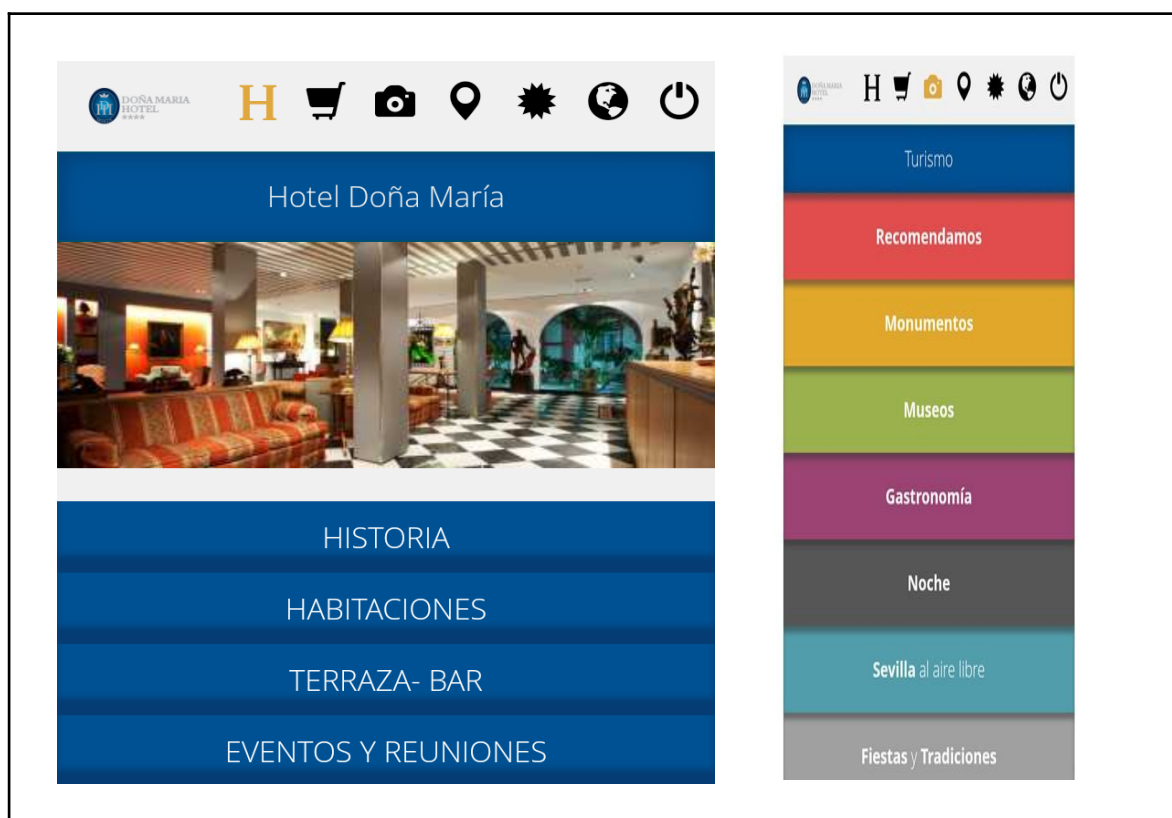
Ofrece al público una App/ guía turística donde se encuentra información de los puntos de interés de la localidad (monumentos, restaurantes, bares, lugares de ocio...). Incluye galería fotográfica, mapa con sistema de geolocalización, información de fiestas y eventos populares de la ciudad.

Le brinda al cliente toda la información que necesite acerca del hotel (historia, fotografías del mismo, habitaciones...)

Esta aplicación está disponible tanto para sistemas Android como IOS.

Va dirigida principalmente a los turistas, aunque también podrán descargarla todos los usuarios que lo deseen.

- Utilizaron dos técnicas de marketing diferente segmentando la población en grupos distintos:
 - Anunciación del lanzamiento de la App por Facebook dirigiéndose a una audiencia más específica de personas de la propia comunidad sevillana.
 - Creación de una Newsletter en la página web de Booking informando el lanzamiento de la nueva aplicación dirigida para turistas. Booking se llevó una comisión del 30% de esta acción.



Otra manera de publicitarse es a través de la comunicación oral, conocida como “boca oreja” ya que la opinión y comentarios de los clientes influyen mucho en su círculo de familiares y amigos. Por otro lado, se publicita en algunos canales locales de TV como por ejemplo Ondaluz, Andalucía TV y Ocho TV. Estos canales suelen anunciar en algunas ocasiones a diferentes hoteles de cuatro o cinco estrellas situados en el centro de Sevilla, con la intención de que los extranjeros conozcan los lugares más profundos de la ciudad.

Suele publicitarse de manera constante (una vez cada 15 días) en la revista Escaparate. Realizan entrevistas a Federica de Valles, hija de marqueses y propietaria del hotel y las publican. Además de esto, son publicadas algunas imágenes de la terraza del hotel, así como lugares internos del mismo (sala de congresos o desayunos).

- DISTRIBUCIÓN:

El Hotel Doña María, cuenta con unos intermediarios (distribuidores) llamados “turoperadores”, los cuáles son los que aumentan los beneficios del hotel, estos, venden al hotel, los promocionan en su página web y hacen difusión en sus medios de comunicación para que se le reconozca bien en el mercado hotelero.

La disposición de los turoperadores es sólo y exclusivamente a nivel de ventas ya que estamos ante un servicio hotelero.

Como nº1 en turoperador nos encontramos con Booking, este es el que más vende al hotel. Si un cliente que entra en esta página quiere buscar un alojamiento en Sevilla para una estancia corta y no sabe dónde alojarse, el Hotel Doña María saldrá de los primeros en la web de este turoperador. Es una gran oportunidad para que el Doña María crezca cada vez más. A cambio de esto, Booking se lleva una comisión del 23% por cada venta realizada en su web para el hotel.

Por otro lado, en segunda posición se encuentra TripAdvisor, que es el segundo que más vende al hotel ya que tiene muchos medios de difusión y clientela. Este, se lleva una comisión del 18%.

Por último y en tercera posición encontramos a Tui. Se encarga de gestionar los paquetes de viajes para el hotel y lo promociona en sus redes sociales, aunque tiene menos posibilidad de conseguir que el hotel sea reconocido en su página web lo cual se lleva una comisión menor que la del resto (12%).

DAFO

- Debilidades

- Es difícil llegar hasta el hotel en coche, debido a que está situado en zona peatonal.
- Carencia de servicio de restaurante.
- Plazas de parking limitadas y solo para coches pequeños.
- No posee habitaciones familiares.
- Ausencia de actividades infantiles, haciendo que el público familiar elija otros hoteles.
- No posee servicio 24 horas.

- Amenazas:

- Reforma de los hoteles del centro que son competencia directa del nuestro.
- Alquileres de viviendas, ya que estos poseen precios más bajos y tienen ubicación cercana al hotel.
- Alojamientos turísticos de inferior categoría, como por ejemplo los hostales.
- Bajada de precios en otros hoteles.
- Bares y terrazas de alrededor que ofrecen el mismo servicio.

- Fortalezas:

- Posesión de muchas antigüedades al ser catalogada como casa palacio incrementa mucho su valor y diferencia del resto de hoteles de la ciudad.
- Las vistas que ofrece el Hotel en general, haciéndolo único.
- Amplias y personalizadas habitaciones.
- Recepción 24 horas con un servicio impecable.
- Piscina habilitada en la terraza y climatizada para los fuertes días de calor.
- El punto geográfico.
- Realización de eventos en su multitud de espacios disponibles.

- Debilidades

- Semana Santa y feria.
- Congresos celebrados en la ciudad de Sevilla.
- Comarcas cercanas de playas.
- Eventos en ciudad
- Demanda de bares de copas.

OBJETIVOS Y PLAN DE MARKETING

- Semana Santa y feria, ya que vienen muchos extranjeros y ciudadanos de otros lugares fuera de Sevilla.
- Congresos celebrados en la ciudad, esto hace un aumento masivo en las ventas del hotel.
- Comarcas cercanas de playas. Esto. atrae más a la clientela. Si el cliente desea ir a la playa no tendrá problema puesto que el hotel está muy cerca.
- Eventos deportivos en la zona.
- Creciente demanda de los bares de copas.

<u>D</u> - Difícil acceso por zona peatonal. - No posee restaurante. - Parking limitado para coches pequeños. - No posee habitaciones familiares. - Ausencia de actividades infantiles. - No posee servicio 24 horas.	<u>A</u> - Reforma de hoteles de misma categoría. - Alquileres de viviendas. - Alojamientos turísticos de inferior categoría. - Bajada de precios en otros hoteles. - Bares y terrazas de alrededor.
<u>E</u> - Casa Palacio con abundantes obras de antigüedad. - Vistas de todo el Hotel. - Piscina en la terraza. - Realización de eventos. - Recepción 24 horas.	<u>O</u> - Semana Santa y feria. - Congresos celebrados en la ciudad. - Comarcas cercanas de playas. - Eventos deportivos en la ciudad. - Demanda de bares de copas.

Los objetivos del plan de marketing para el Hotel Doña María son los siguientes:

- 1- Conseguir mayor nº de seguidores en redes sociales (Twitter, Facebook, Instagram) consiguiendo subir un mínimo de 150 seguidores por mes. (objetivo a medio plazo).
- 2- Incrementar en un día la estancia del huésped medio consiguiendo con ello incrementar la facturación anual. La estancia media del huésped del Doña María son 3 noches y queremos conseguir que se queden una noche más. (objetivo a corto plazo).
- 3- Incrementar las ventas un 10% anual en temporada baja (enero-febrero) con respecto al año anterior. (Objetivo a largo plazo).
- 4- Mejorar los servicios del hotel para subir la tarifa media. (Objetivo a largo plazo).
- 5- Lograr mayor número de eventos y celebraciones multitudinarias. (Objetivo a medio plazo.).

ESTRATEGIAS DE MARKETING

1. Estrategia de penetración de mercado:

- El Hotel Doña María incrementará un 10% anual en las ventas realizando promociones de descuento en algunas de sus habitaciones en temporada baja ya que, si se realiza esta estrategia el hotel podrá llegar al objetivo deseado. (Objetivo a largo plazo).
- Mantener la continuidad de atención especializada para el cliente.
- Creación de una campaña digital mediante acciones realizadas para la captación de clientes.
- Se quiere aumentar la ocupación de alojamiento y restauración en temporada baja. Si se consigue mayor nº de clientela, se conseguirá un beneficio más grande para el hotel. (Objetivo a largo plazo).

2. Estrategia de desarrollo de servicio

- Lograr mayor nº de eventos y celebraciones multitudinarias a la que acude nuestro público objetivo. (objetivo a medio plazo).
- Ampliación del parking gratuito del hotel, ya que de este modo atraerá un mayor nº de clientes consiguiendo un beneficio mayor al actual. (Permiso de ayuntamiento gratuito).

3. Estrategia de fidelización de cliente:

- Dentro de la campaña digital que se llevará a cabo, se realizarán una serie de acciones con el objetivo de fidelizar a los clientes ofreciéndoles una promoción y creando tarjetas de socios.

ACCIONES DE MARKETING

- CREACIÓN DE UNA CAMPAÑA DIGITAL:

- 1. Fidelización de clientes:

Para conseguir la estrategia de **fidelización de cliente**, el Hotel Doña María llevará a cabo las acciones indicadas anteriormente de la siguiente manera:

- **Ofreciendo una promoción** que consiste en pagar cuatro noches de estancia en lugar de tres. Se le regalará al cliente una cena de gala para dos personas en la terraza del hotel con botella de vino a elegir (preferencia del consumidor). Realizaremos un cartel en Facebook anunciando la promoción y diseñaremos el menú de la cena de gala que ofrecerá el hotel. La elaboración de este menú no tendrá ningún tipo de coste puesto que será diseñado de manera gratuita por un familiar de la dueña del hotel con productos procedentes de su casa. Dicha promoción se realizará en noviembre y durará dos fines de semana (del 16-18 y del 23-25), son los dos fines de semana donde el hotel debe hacer más hincapié ya que la temporada empieza a bajar. (Doc.1)
- **Creación de una tarjeta de socio.** Si el cliente reserva a través de la web del Doña María, se le ofrecerá acceder al uso de tarjeta de socio con la que podrá ir acumulando puntos pudiendo conseguir una serie de descuentos o beneficios acumulados. La promoción de las tarjetas es de larga duración por lo que la realizaremos de lunes a viernes durante todo el año exceptuando en Semana Santa y Feria ya que son las temporadas más fuertes del hotel y no compensa realizarlas en estas épocas. El coste de la tarjeta individual es de 0,05 cent, realizaremos 30 tarjetas diarias dentro del check in del cliente con un gasto de 1,50€ por día y un total de 45€ al mes. (Doc.2)

2. Captación de nuevos clientes:

Se llevará a cabo una estrategia para conseguir una mayor clientela para el hotel de la siguiente manera:

- **Realización de eventos privados en la terraza del hotel:** Asistirán personajes famosos y clientes exclusivos. Dichos clientes, asistirán con la condición de publicar una fotografía en sus redes sociales, contarán el evento al que han asistido y lo bien que se lo han pasado con los siguientes hashtags: #EventosPrivados #Hotelhdm #Sevilla #QueBienLopasamos y lo difundirán en sus redes sociales.

El evento consistirá en las siguientes partes: la primera, acudirá un mago que realizará 3 trucos de magia, el primero consistirá en sacar algunos clientes y los sentarán en una silla para realizar trucos con ellos. También se necesitarán para las actuaciones bombillas de diferentes colores ya que el mago encenderá y apagará las bombillas mezclando los diferentes colores de cada una de ellas y el tercer truco será una preferencia del mago. Este, realizará 8 actuaciones anuales en horario de 20:45 h a 21:45 h cobrando 150€ al día con un total de 1.200€ al año. **(150€ una hora al día x 8 actuaciones=1.200€ al año).**

En la segunda parte del evento, cantará 1 personaje famoso en la terraza dando lugar a la música más lenta.

El horario del cantante será de 21:45h a 00:45h cobrando 55€ por hora (3 horas), 165€ al día con un total de 1.320€ al año. **(55€ X 3 h X 8 actuaciones).**

Por otra parte, habrá una cena donde pasarán bandejas con distintos aperitivos y bebidas: (Precios en presupuesto).

- Surtido de quesos.
- Variado de canapés.
- Variado de embutidos.
- Variado de patés.
- Variado de sushi.
- Variado de sándwiches.
- Bandejas de chocolate.
- Bandejas de pastelitos.
- Vinos.
- Cervezas.

Por último y no menos importante, asistirá un dj a cada evento cuando todo el mundo esté con la primera copa. El horario del dj será de 1:00h a 4:00 h, cobrando 55€ la hora, 165€ por día con un total de 1.320€ al año. **(55€/hora X 3 h X 8 actuaciones= 1.320€/año).** La música será un mix entre canciones de los 80 y actuales.

Los eventos serán realizados durante **6 meses (8 actuaciones de eventos al año).**
(Primer fin de semana del mes de enero, febrero, marzo y mayo).

En julio y agosto se realizará durante dos fines de semana ya que al ser fechas veraniegas la temporada es baja y de esta manera se atrae más al público. (Julio: fin de semana del 13-15 y del 20-22, agosto del 17-19 y del 24-26). El total de personas en los eventos privados será de 30 participantes por noche, 13 de ellos serán personajes famosos, algunos realizarán una serie de actividades en la terraza (mago, cantante y dj) y el resto serán clientes exclusivos del hotel.

- **Contratación de un consultor para publicidad y posicionamiento SEO/SEM** con el objetivo de conseguir seguidores en redes sociales y una buena imagen digital:

1- Para que la reputación del Hotel Doña María siga siendo efectiva y eficaz se va a llevar a cabo una investigación de marketing basada en SEO/SEM y publicidad por lo que seguiremos contratando al consultor para que realice toda la tarea.

Una de las tareas que el consultor realizará serán sorteos a través de Instagram. Los requisitos del sorteo son los siguientes: seguir a la cuenta del hotel, mencionar a 3 amigos y subir una captura de pantalla de la publicación a la historia de Instagram. Al ganador se le obsequiara con una noche gratis en el hotel pudiendo asistir con un acompañante y una copa de champagne. Los sorteos serán realizados el segundo fin de semana de cada mes durante todo el año.

Este, cobrará 1.100€ al mes. Trabajará durante todo el año 3 días a la semana (martes, miércoles y jueves), desde el mes de enero hasta el mes de diciembre cobrando un total de 13.200€ al año.

Al ser reconocidos en el mercado y en los motores de búsqueda será más fácil ganar seguidores al mismo tiempo en las redes sociales.

Además, utilizará la herramienta de google Adwords donde se indicará qué palabras claves son las que hay que introducir en la página web del hotel para que su posicionamiento en google sea mejor.

Dará un lavado de cara a los textos y fotos de la web, mejorándolos para el posicionamiento SEO, haciendo que la página sea mucho más óptima, atractiva y con mayor tráfico.

También realizará un texto más atractivo y llamativo en aquellas plataformas en las que el hotel este anunciado, como Booking.

Todo esto sumado a el mantenimiento de Facebook, Instagram y Twitter con publicaciones más cuidadas y en horarios donde su público objetivo esté activo, harán que la reputación online del Doña María sea aún mejor que la actual.

ANEXO
PIEZAS DE COMUNICACIÓN:

Cartel Promocional de Facebook cena de gala:



doc. 1

Menú cena de gala en la terraza:



MENU CENA DE GALA

Copa de Champagne Pommery Rossé

Aperitivos

Ostras con sopa de coliflor
Bombón de foie trufado
Variado de bogavante

Ensalada de cangrejo real, coco y gambas

Turbot con espárrago blanco, tomate y especias

Lasaña de txangurro con vieiras

Copa de mandarina y fresas

Pasteles de chocolate con crema de cacao

Cerezas salteadas con vainilla, crema de yogurt y queso

Bodega

Vinos blanco o tinto
Cafés o infusiones
Dos consumiciones de bebida alcohólicas

doc.2

Sorteo Instagram noche gratis para dos personas:



hotelhdm



hotelhdm Amigos, como todos nuestros seguidores sois tan importantes para nosotros hemos decidido **SORTEAR una NOCHE CON COPA DE CHAMPAGNE INCLUIDA** para que podáis disfrutar de manera inolvidable con vuestra pareja o acompañante.

Para participar debéis seguir los siguientes requisitos:

1. Seguir a la cuenta @hotelhdm
2. Mencionar a 3 amigos
3. Subir captura de pantalla de la publicación a tu stories ¡MUCHA SUERTE A TODOS, EL VIERNES ANUNCIAREMOS EL GANADOR/A!

doc. 3

Tarjeta de socio del Hotel Doña María:



doc.4
TIMING

ENERO							FEBRERO							MARZO							ABRIL							MAYO							JUNIO							JULIO							AGOSTO							SEPTIEMBRE							OCTUBRE							NOVIEMBRE							DICIEMBRE						
lu	ma	mi	ju	vi	sá	do	lu	ma	mi	ju	vi	sá	do	lu	ma	mi	ju	vi	sá	do	lu	ma	mi	ju	vi	sá	do	lu	ma	mi	ju	vi	sá	do	lu	ma	mi	ju	vi	sá	do	lu	ma	mi	ju	vi	sá	do	lu	ma	mi	ju	vi	sá	do																												
1	2	3	4	5	6	7	29	30	31	1	2	3	4	26	27	28	1	2	3	4	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31																										
8	9	10	11	12	13	14	5	6	7	8	9	10	11	5	6	7	8	9	10	11	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31																																	
15	16	17	18	19	20	21	12	13	14	15	16	17	18	12	13	14	15	16	17	18	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31																																								
22	23	24	25	26	27	28	19	20	21	22	23	24	25	19	20	21	22	23	24	25	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31																																															
29	30	31	1	2	3	4	26	27	28	1	2	3	4	26	27	28	29	30	31	1	23	24	25	26	27	28	29	30	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31																								
5	6	7	8	9	10	11	5	6	7	8	9	10	11	2	3	4	5	6	7	8	30	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31																															
MAYO							JUNIO							JULIO							AGOSTO							SEPTIEMBRE							OCTUBRE							NOVIEMBRE							DICIEMBRE																																		
lu	ma	mi	ju	vi	sá	do	lu	ma	mi	ju	vi	sá	do	lu	ma	mi	ju	vi	sá	do	lu	ma	mi	ju	vi	sá	do	lu	ma	mi	ju	vi	sá	do	lu	ma	mi	ju	vi	sá	do	lu	ma	mi	ju	vi	sá	do	lu	ma	mi	ju	vi	sá	do																												
30	1	2	3	4	5	6	28	29	30	31	1	2	3	25	26	27	28	29	30	1	30	31	1	2	3	4	5	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31																							
7	8	9	10	11	12	13	4	5	6	7	8	9	10	2	3	4	5	6	7	8	6	7	8	9	10	11	12	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31																														
14	15	16	17	18	19	20	11	12	13	14	15	16	17	9	10	11	12	13	14	15	13	14	15	16	17	18	19	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31																																					
21	22	23	24	25	26	27	18	19	20	21	22	23	24	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	23	24	25	26	27	28	29	30	31																																															
28	29	30	31	1	2	3	25	26	27	28	29	30	1	23	24	25	26	27	28	29	27	28	29	30	31	1	2	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31																				
4	5	6	7	8	9	10	2	3	4	5	6	7	8	30	31	1	2	3	4	5	3	4	5	6	7	8	9	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31																											
MAYO							JUNIO							JULIO							AGOSTO							SEPTIEMBRE							OCTUBRE							NOVIEMBRE							DICIEMBRE																																		
lu	ma	mi	ju	vi	sá	do	lu	ma	mi	ju	vi	sá	do	lu	ma	mi	ju	vi	sá	do	lu	ma	mi	ju	vi	sá	do	lu	ma	mi	ju	vi	sá	do	lu	ma	mi	ju	vi	sá	do	lu	ma	mi	ju	vi	sá	do	lu	ma	mi	ju	vi	sá	do																												
27	28	29	30	31	1	2	1	2	3	4	5	6	7	29	30	31	1	2	3	4	26	27	28	29	30	1	2	26	27	28	29	30	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31																				
3	4	5	6	7	8	9	8	9	10	11	12	13	14	5	6	7	8	9	10	11	3	4	5	6	7	8	9	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31																											
10	11	12	13	14	15	16	15	16	17	18	19	20	21	12	13	14	15	16	17	18	10	11	12	13	14	15	16	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31																																		
17	18	19	20	21	22	23	22	23	24	25	26	27	28	19	20	21	22	23	24	25	17	18	19	20	21	22	23	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31																																									
24	25	26	27	28	29	30	29	30	31	1	2	3	4	26	27	28	29	30	1	2	24	25	26	27	28	29	30	24	25	26	27	28	29	30	31																																																
1	2	3	4	5	6	7	5	6	7	8	9	10	11	3	4	5	6	7	8	9	31	1	2	3	4	5	6	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31																								

LEYENDA

Promoción cena de gala

Promoción tarjeta socio

Eventos privados en la terraza del hotel

Consultor de SEO/SEM y publicidad

Realización de sorteos a través de Instagram

PRESUPUESTO:

RECURSOS	DETALLE	PRECIO	TOTAL
AYUNTAMIENTO/PERMISO PARA REFORMA PARKING	Gratuito		0 €
PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES/POSICIONAMIENTO SEO/SEM	1 consultor (12 meses) y gana 1.100€/mes	1.100 X 12	13.200 €
BOMBILLAS/DECORACIÓN	310 bombillas/año a 5€/cada una	310 X 5	1.550 €
SILLAS-MESAS/DECORACIÓN	Sillas y mesas= 225€/cada pack	225 X 15	3.375 €
VASOS/PLATOS	Vasos y platos= 40€/cada pack	40 X 35	1.400 €
COSTE TARJETAS DE SOCIO	0,05€ (1 tarjeta) por 30 tarjetas/diarias= 1,50€ al día	1,50€/día x 21 días al mes= 31,50€, (31,50 X 12 meses=378€-10 días (378-15)	363 €
COSTE POR PERSONAJE FAMOSO (EVENTOS PRIVADOS)	8 actuaciones, 3 horas al día a 55€/hora= 165€ /día	165 X 8	1.320 €
COSTE POR MAGO (EVENTOS PRIVADOS)	8 actuaciones de una hora al día=150€/hora	150 X 8	1.200 €
COSTE POR DJ (EVENTOS PRIVADOS)	8 actuaciones, 3 horas al día a 55€ la hora=165€/día	165 X 8	1.320 €
COSTE POR PROVEEDORES (EVENTOS PRIVADOS)	7 proveedores= 1.800€/día entre todos	1.800 X 8	14.400 €
PRODUCTOS (MATERIAS PRIMAS)			
	COMIDA EVENTOS PRIVADOS TERRAZA		
	Surtido de Quesos	27€ cada bandeja X 20	540 €
	Variado de canapés	27€ cada bandeja X 18	486 €
	Variado de embutidos	24€ cada bandeja X 18	432 €
	Variado de patés	24€ cada bandeja x 10	240 €
	Variado de sushi	20€ cada bandeja X 3	60 €
	Variado de sandwiches	6€ cada bandeja X 15	90 €
	Bandejas chocolate	38€ cada bandeja X 5	190 €
	Bandejas pastelitos	24€ cada bandeja X 3	72 €
	Vinos	15€ cada botella X 20	300 €
	Cervezas	12€ cada pack cerveza X 25	300 €
		TOTAL	40.838 €

WEBGRAFÍA:

1. El Hotel Doña María. Sitio web oficial. Link. <https://www.hdmaria.com/>
2. Booking. Link. <https://booki.ng/2Rn2TLd>
3. Tripadvisor. Link. <https://bit.ly/2vZkAWr>
4. Hotel Inglaterra. Sitio web oficial. Link. <https://www.hotelinglaterra.es/>
5. Hotel los Seises. Sitio web oficial. Link. <https://bit.ly/2NmK07Y>
6. Hotel EME. Sitio web oficial, Link. <https://www.emecatedralhotel.com/>
7. Hotel Palacio Villapanés. Sitio web oficial. Link. <https://bit.ly/2RnZ4FC>
8. Hotel Gran Meliá Colón. Sitio web oficial. Link. <https://bit.ly/2RnZ4FC>
9. Destinia. Link. <https://bit.ly/2P9OVL4>
10. Trivago. Link. <https://bit.ly/2DWmuPC>
11. HotelsCombined. Link. <https://bit.ly/2ycnx89>
12. La revista escaparate. Sitio web oficial. <http://www.revistaescaparate.es/>