



Pla de comunicació per Relleus

Memòria de Projecte Final de Grau/Màster

Màster Universitari en Aplicacions Multimèdia

Itinerari Professionalitzador

Autor: David Vidal Picas

Consultor: Sergio Schvarstein Liuboschetz

Professor: David García Solórzano

13/06/16

Crèdits/Copyright



Aquesta obra està subjecta a una llicència de Reconeixement-NoComercial-SenseObraDerivada

[3.0 Espanya de Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/)

FITXA DEL TREBALL FINAL

Títol del treball:	<i>Pla de comunicació per a Relleus</i>
Nom de l'autor:	<i>David Vidal Picas</i>
Nom del consultor/a:	<i>Sergio Schvarstein Liuboschetz</i>
Nom del PRA:	<i>David García Solórzano</i>
Data de lliurament (mm/aaaa):	<i>06/2016</i>
Titulació o programa:	<i>Màster Universitari en Aplicacions Multimèdia</i>
Àrea del Treball Final:	<i>Final Màster Professionalitzador</i>
Idioma del treball:	<i>Català</i>
Paraules clau	<i>Comunicació Promoció Xarxes Socials</i>
Resum del Treball :	
<p>El treball consta d'un pla de comunicació específicament dissenyat per a l'empresa d'activitats d'aventura Relleus posant el centre en la promoció a través de les xarxes socials. L'objectiu principal del projecte és aconseguir un augment de clients per a Relleus, per això la metodologia utilitzada és, analitzar el funcionament actual de la promoció d'activitats a Relleus, tant en les xarxes socials com a la web, i definir línies d'actuació per aconseguir més notorietat i amb això més clients. Creiem que seguint aquest Pla Relleus aconseguirà els seus objectius, i si bé hi ha parts del Pla que podrien ser més extenses, a trets generals creiem que és concís i deixa clares les línies d'actuació.</p>	
Abstract :	
<p>The work consists of a communication plan designed specifically for the business of adventure activities Relleus focusing the center in the promotion through social networks. The main objective of the project is to achieve and increase the number of costumers for Relleus, so the methodology used is, analyze the functioning of the current promotion activities of Relleus in the social networks and in the web, and defining lines of action to get more visibility and thus more customers. We believe that by this plan for Relleus, the company achieves its objectives, and although there are parts of the plan that could be more extensive, in general terms we believe it is concise and clearly define the lines of action.</p>	

Agraïments

Gracies als propietaris de Relleus, per la informació proporcionada i el temps invertit en el projecte, així com a totes les persones que d'alguna manera o altre han ajudat a la consecució d'aquest treball.

Abstract

Català

El treball consta d'un pla de comunicació específicament dissenyat per a l'empresa d'activitats d'aventura Relleus posant el centre en la promoció a través de les xarxes socials. L'objectiu principal del projecte és aconseguir un augment de clients per a Relleus, per això la metodologia utilitzada és, analitzar el funcionament actual de la promoció d'activitats a Relleus, tant en les xarxes socials com a la web, i definir línies d'actuació per aconseguir més notorietat i amb això més clients. Creiem que seguint aquest Pla Relleus aconseguirà els seus objectius, i si bé hi ha parts del Pla que podrien ser més extenses, a trets generals creiem que és concís i deixa clares les línies d'actuació.

Anglès

The work consists of a communication plan designed specifically for the business of adventure activities Relleus focusing the center in the promotion through social networks. The main objective of the project is to achieve and increase the number of costumers for Relleus, so the methodology used is, analyze the functioning of the current promotion activities of Relleus in the social networks and in the web, and defining lines of action to get more visibility and thus more customers. We believe that by this plan for Relleus, the company achieves its objectives, and although there are parts of the plan that could be more extensive, in general terms we believe it is concise and clearly define the lines of action.

Paraules clau

Xarxes socials, muntanya, aventura, pla de comunicació, promoció, clients, web, anàlisi, activitats, neu, estiu, bauma, raquetes, piragua, orientació, Internet.

Índex

Capítol 1: Introducció	9
1. Introducció.....	9
2. Descripció/Definició	10
3. Objectius generals	11
4. Metodologia i procés de treball	12
5. Planificació	13
6. Pressupost.....	14
7. Estructura de la resta del document.....	15
7.1 Anàlisi.....	15
7.2 Disseny.....	15
7.3 Conclusions.....	15
Capítol 2: Anàlisi.....	16
1. Estat de l'art	16
2. Abast.....	16
3. Anàlisi de les necessitats/capacitats	16
2.1 Necessitats.....	19
2.2 Riscos	19
2.3 Mitjans.....	22
4. Anàlisi del mercat.....	22
4.1 Sector.....	22
4.2 Competència.....	25
4.3 Oportunitats de negoci.....	22
4.4 Estratègia de màrqueting	25
5. Anàlisi de les activitats.....	22
6. Públic objectiu, perfils d'usuari i missatge	29
Capítol 3: Disseny del pla de comunicació	32
1. Internet, aplicacions mòbils i xarxes socials.....	32
1.1 Internet / Enllaços a webs amigues.....	32
1.2 Xarxes socials	32
1.3 Aplicacions mòbils	34

2. Optimització de la web	36
2.1 Opinions.....	36
2.2 Accessibilitat	36
2.3 Anàlisis.....	37
2.4 Millores	38
3. Potenciar Activitats	39
3.1 Activitats amb més tirada	39
3.2 Activitats amb menys tirada	39
4. Innovació.....	36
4.1 Activitats	41
4.2 Campaments.....	41
4.3 Trets diferencials	41
4.4 Promoció.....	42
5. Formació	43
Capítol 5: Conclusions i línies de futur.....	44
1. Conclusions	44
2. Línies de futur.....	45
Bibliografia.....	46
Annexos	48
Annex A: Preus.....	48
Annex B: Diagrama del pla.....	51
Annex C: Captures de pantalla	52
Annex D: Enquesta Relleus	55

Figures i taules

Índex de figures

Figura 1: Metodologia	¡Error! Marcador no definido.
Figura 2: Mapa zona d'influència	29
Figura 3: Logo de Relleus	30

Índex de taules

Taula 1: Planificació	13
Taula 2: Pressupostos	13

Capítol 1: Introducció

1.Introducció

Aquest treball, consta de l'elaboració d'un pla de comunicació per l'empresa Relleus. Relleus és l'empresa d'uns companys, esta dedicada als esports d'aventura i els esta costant consolidar-se en el sector. Si bé es una empresa de nova creació, estan tenint alguns problemes amb la captació de clients, per tant aquest treball pretén ser una guia d'ajuda per a poder promocionar-se millor per internet.

La idea és aconseguir promocionar-se al menor cost possible, per tant hem dissenyat un pla que sobretot fa ús de les xarxes socials per poder arribar al major nombre de clients.

2. Descripció/Definició

Partim de la situació actual de Relleus, l'empresa té clients, però no són suficients per proporcionar beneficis, per tant la principal necessitat a cobrir és aconseguir que Relleus generi benefici, per tant aconseguir més clients. Actualment Relleus té una web i certa presència en les xarxes socials, l'objectiu del treball serà potenciar la presència on Relleus ja en té i obtenir-ne a nous llocs, usant tantes xarxes socials com siguin possibles i tècniques d'optimització per obtenir una millor web.

Amb tot això, pretenem elaborar un pla de comunicació centrat en la promoció per internet que proporcioni més notorietat a Relleus i aquesta esdevingui una empresa viable.

3. Objectius generals

A continuació presentem uns llistats amb els objectius del projecte, des del punt de vista del producte, pels propietaris de relleus i els objectius personals al elaborar el treball.

3.1 Objectius principals

Objectius del producte:

1. Estudiar casos d'èxit d'empreses del sector.
2. Proporcionar un pla de comunicació i promoció a relleus.
3. El pla ha d'estar enfocat a internet i a recursos gratuïts.
4. Buscar com oferir valor afegit a les activitats. (enllaçant amb allotjaments)
5. Potenciar les activitats que millor funcionen.
6. Buscar com promocionar les activitats que tenen més poca tirada.
7. Formar un mínim el personal perquè pugui fer anar les eines necessàries.
8. SEO, optimitzar la web el millor possible.
9. Buscar eines de promoció mitjançant el mòbil.
10. Tècniques per aconseguir mes seguidors a les xarxes socials.
11. Guanyar clients.

Objectius per al client:

1. Fer viable la seva empresa.
2. Aconseguir notorietat a la xarxa.
3. Captar clients.
4. Aprendre com poden promocionar el seu negoci.
5. Mantenir al dia les xarxes socials.
6. Analitzar que fa la competència.

Objectius personals:

1. Aconseguir un producte útil per a Relleus.
2. Aprendre com elaborar un pla de comunicació.
3. Analitzar noves formes de promocionar-se com són les xarxes socials.
4. Aconseguir augmentar el nombre de seguidors a les xarxes socials de Relleus.
5. Aconseguir que Relleus tingui mes notorietat a internet.
6. Finalitzar el màster.

4. Metodologia i procés de treball

Per portar a terme el treball s'ha decidit crear un producte completament nou i adaptat a la realitat de Relleus, per tant no ens hem basat en cap altre pla de comunicació de cap altre empresa, Relleus té clar que vol promoció gratuïta, i a ser possible per les xarxes socials i això es el que pretenem proporcionar amb aquest pla.

Per aconseguir això hem optat per una metodologia d'anàlisi, analitzant la competència i la situació actual de Relleus per obtenir després unes conclusions sobre les línies d'actuació necessàries per aconseguir els objectius. També hem usat entrevistes, tan als propietaris de Relleus com a possibles clients per saber les seves opinions.

Un cop analitzada la situació i tenir clar el que volem hem dissenyat un pla específic per a relleus.

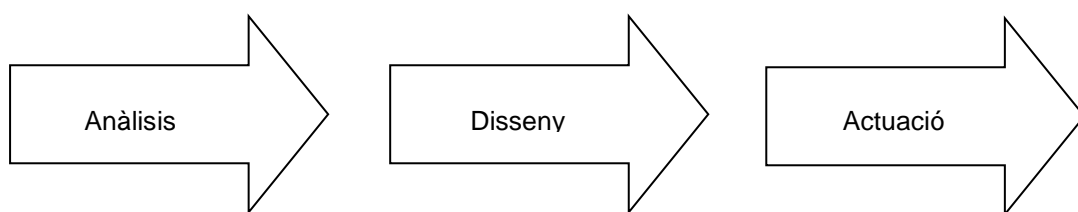


Figura 1: Metodologia

5. Planificació

A continuació presentem la nostre planificació en una taula de fites, en que les fites, són els lliurables estipulats per les PAC i les activitats, són els punts que haurem de completar per assolir aquestes fites.

NOM	DURADA	INICI	FINAL
PAC2 – Mandat del projecte i planificació	14	15/03/16	28/03/16
Recopilació d'informació	4	15/03/16	18/03/16
Estat de l'art	4	19/03/16	22/03/16
Objectius i Abast	4	23/03/16	26/03/16
Planificació	2	27/03/16	28/03/16
PAC3 – Entrega 1 (Anàlisi en el Pla)	29	29/03/16	25/04/16
Recopilació d'informació	5	29/03/16	02/04/16
Anàlisi a fons de necessitats, riscos i mitjans	5	03/04/16	07/04/16
Anàlisi de la competència i el sector	7	08/04/16	14/07/16
Anàlisi de les activitats	7	15/04/16	21/04/16
Esquema	4	21/04/16	25/04/16
PAC4 – Entrega 2 (Pla de Comunicació)	28	26/04/16	23/05/16
Definició del públic objectiu i el missatge	5	26/04/16	30/04/16
Internet, aplicacions mòbils i xarxes socials	11	01/05/16	11/05/16
Optimització de la web	4	12/05/16	15/05/16
Potenciar les activitats	4	16/05/16	19/15/16
Innovació i trets diferencials	4	20/05/16	23/05/16
PAC5 – Tancament	21	24/05/16	13/06/16
Formació	6	24/05/16	29/05/16
Tancament Projecte (revisió)	3	30/05/16	01/06/18
Conclusions	3	02/05/16	04/06/16
Redacció i correcció de la memòria	6	05/06/16	09/06/16
Presentació	3	10/06/16	13/06/16

Taula 2: Planificació

Durant la elaboració del projecte es tindran en compte les dates aquí estipulades, subjectes a possibles modificacions que sorgeixin durant el disseny i la creació, en tot cas una modificació de dates es plasmarà en aquest document, que ens ha de servir com a guia de treball.

7. Pressupost

Com especificuem en el pla de comunicació, aquest treball no té dotació econòmica per portar-lo a terme.

Per tant el cost estimat que podria tenir l'elaboració del pla, són estrictament les hores dedicades a la seva elaboració.

L'estimació de hores de la elaboració del pla és d'unes 92 hores.

Per posar un valor econòmic, purament orientatiu contarem les hores a 15€/h per tant el preu pressupostat contant només el temps dedicat al projecte seria de 1380€.

Estarien dividits en:

Tasca	Pressupost
Inici	210€
Anàlisis	435€
Disseny	420€
Redacció/Tancament	315€

Taula 2: Pressupostos

7. Estructura de la resta del document

Aquesta memòria consta de 3 apartats generals sense contar la introducció, seguidament es descriuen en línies generals.

7.1 Anàlisi

En aquest apartat primerament té lloc la recollida de informació, tan interna de la pròpia empresa, com externa de la competència i del sector en qüestió. Posteriorment, tenim la síntesi d'aquesta informació, on analitzem les necessitats que tenim, els riscos i els mitjans per portar-ho a terme, així com les activitats que ofereix Relleus i el sector i la competència de Relleus.

7.2 Disseny

En aquest apartat es dissenya el pla pròpiament dit, busquem el públic objectiu i creem un pla d'actuació per la web i les xarxes socials, després parlem de com potenciar algunes activitats per acabar parlant d'innovació

7.3 Conclusions

Aquest és l'apartat final del pla, aquí tanquem el pla amb un breu escrit de conclusions i la formació impartida als propietaris de Relleus.

Capítol 2: Anàlisi

1. Estat de l'art

En aquest apartat analitzem casos d'èxit d'empreses del sector, analitzarem les seves webs i buscarem per quins mitjans i com és promocionen. Per tant analitzarem quatre empreses del sector, algunes més diferents altres més semblants, però totes dedicades als esports d'aventura.

FANGAVENTURA

Fangaventura és una empresa molt consolidada en el món dels esports d'aventura, que té diversos premis i una llarga llista d'activitats, veiem que tenen la seva web en diferents idiomes, són molt actius en les xarxes socials, incloent vídeos a youtube. Tenen promocions per escoles, empreses i comiats, així com una xarxa de webs amigues, que els proporciona més punts d'accés a la seva web.

7DAVENTURA

7daventura es una altre empresa molt consolidada en el sector, ubicada al Montseny fa gala d'estar a prop de Barcelona, fan una promoció semblant a fangaventura també tenen una xarxa de webs amigues i un canal de youtube, però en aquest cas notem que no són tan actius en les xarxes socials, tot i que tenen comptes a tot arreu, tenen pocs seguidors i no són molt actius.

INDOMIT

Aquesta empresa esta relativament a prop geogràficament a Relleus, situada al berguedà indòmit és l'empresa d'aventura més consolidada a la comarca, disposen d'una web en diferents idiomes i un canal de facebook per promocionar-se, veiem que ofereixen moltes més activitats que Relleus. Com a tret distintiu, veiem que s'hi pot anar amb diferents marques "d'smartbox".

ENERGYAVENTURA

És una empresa ubicada a la Cerdanya, ofereixen un munt d'activitats, es diferencien de les altres empreses en oferir també moltes activitats d'hivern, com esquí de muntanya o raquetes, i activitats més especialitzades com ara barranquisme, tenen la web en català i castellà, i són bastant actius a les xarxes socials i veiem que també ofereixen pacos per empreses, escoles i esplais.

BMG (British Mountain Guides)

També volia esmentar aquesta iniciativa britànica, és un tema interessant ja que ofereixen guiatges per els esports de muntanya més extrems com alpinisme, escalada i escalada en gel. El mecanisme de funcionament és una mica diferent, tu dius que vols fer, i pots elegir el teu guia, després la web t'ofereix contactar amb ell. Com a experiència internacional i diferent al que acostumem a trobar aquí ens pot servir per aportar idees al projecte.

Hem elegit les 4 primeres empreses perquè són de la zona pròxima on és mou Relleus i també perquè ofereixen productes semblants als que té Relleus, per tant gràcies a això podrem comparar Relleus amb empreses del sector i d'una zona pròxima. L'última iniciativa l'hem elegit perquè és un tret diferenciador que no acostumem a tenir a casa nostra, tu pots triar el teu guia i pactar amb ell que fer, el portal ve a ser una associació de guies de muntanya.

Veient com es promocionen aquestes quatre empreses ja veiem diferències significatives amb Relleus, com és l'oferta de paccs per grups grans, si bé Relleus també ho fa, no ho mostra a la seva web, també notem la falta d'una xarxa de webs amigues, així com una major difusió de les xarxes socials de que disposem.

Com a estat actual, notem que hi ha algunes empreses molt consolidades al sector, totes ofereixen moltes activitats diferents i fan servir diversos canals de distribució per promocionar-se.

Com a conclusió les xarxes socials són importantíssimes avui en dia, i no només és important ser molt actiu, si no també tenir el màxim nombre de seguidors a qui arribar, s'ha notat la importància d'una xarxa de webs amigues que ens poden donar difusió i altres accessos a la web així com mostrar clarament que ofereixes paccs per a diferents grups.

2. Abast

L'abast del nostre projecte rau en proporcionar projecte de comunicació enfocad en l'empresa Relleus, la prioritat es la promoció a traves d'internet i sobretot de forma gratuïta.

Com que tenim un temps i uns recursos limitats l'abast del projecte pivotarà sobre els objectius anteriorment esmentats, tenim 2 mesos i mig per analitzar les necessitats comunicatives de Relleus, analitzar casos d'èxit i solucions possibles i elaborar un pla comunicatiu optimitzat a les necessitats que tenim. Els recursos econòmics dels que disposem són molt limitats, per tant sabent això ja des d'un principi hem de pensar en sistemes de promoció gratuïts i sobretot enfocats a internet.

Així doncs proporcionarem un treball, que enlloc de ser molt extens i inclogui moltes formes de promoció, proporcioni les eines necessàries i adients per el tipus de negoci que es vol promocionar, i tenint com a màxima que es vol aconseguir un cost pròxim a zero.

3. Anàlisi de les necessitats / capacitats

3.1 Necessitats

Hem de començar aquest apartat fent-nos la pregunta que motiva aquest treball, que necessita Relleus?

Relleus necessita obtenir clients i ser una empresa rendible, la resposta és simple, i la nostre missió és proporcionar un pla específic per obtenir aquest clients mitjançant l'ús de les TIC, es a dir fent una planificació amb la que usant les diverses opcions que ens proporciona la tecnologia actual Relleus pugui aconseguir més clients i així ser una empresa rentable. Però no en tenim prou amb arribar a les persones per molts canals diferents, si bé és important, no es l'única necessitat que tenim, ja que això ho hem d'aconseguir amb el menor cost possible, si pot ser per mitjans de promoció gratuïts.

Apart d'això, també hem de saber proporcionar als potencials clients el que busquen, és a dir, hem de crear un paquet d'ofertes interessants per diferents col·lectius, (com poden ser grups escolars, esplais, empreses) així com trets distintius envers la competència, oferint paccs d'activitats, potenciant l'entorn, activitats distintives i úniques, i un bon tracte al client.

També creiem necessari que seria convenient teixir aliances amb empreses de la zona, com podrien ser cases rurals, càmpings, hotels, hostals, restaurants, o empreses del sector que ofereixin activitats diferents, però complementaries a les nostres com podria ser escoles de parapent.

Com estem veient, Relleus té unes necessitats marcades i tipificades, i si bé la nostre feina es centrarà en planificar un pla comunicatiu mitjançant les TIC, (sobretot internet i xarxes socials), també volem fer incís en aconseguir una oferta el més variable possible d'activitats, i trobar el valor afegit i distintiu que faci decantar els clients per Relleus enlloc de la competència.

Aquest pla de comunicació haurà de cobrir les necessitats esmentades i serà la punta de llança per aconseguir millorar la situació de Relleus.

3.2 Riscos

Hem parlat amb els propietaris de relleus i hem definit conjuntament una llista amb els riscos que corre aquest projecte, i els punts més problemàtics que poden portar a un mal desenvolupament d'aquest.

- **Manca de recursos econòmics:** Com hem mencionat anteriorment, Relleus no disposa de recursos econòmics que pugui utilitzar en comunicació, per tant posem molt èmfasi en aquest apartat, ja que les vies que utilitzem en el pla de comunicació han de ser gratuïtes. Ens han comentat que tenen un PC i connexió ADSL, per tant tindran les eines mínimes i necessàries per posar en funcionament el pla de comunicació.

Solució: Per portar a terme el pla de comunicació no fan falta recursos econòmics, i en cas que fossin necessaris podem explorar recorre a ajudes familiars o microcrèdits al banc.

- **Manca de coneixements:** Per molt be que estigui el pla de comunicació, si no tenen coneixements per dur-lo a terme i mantenir al dia la web i les xarxes socials serà molt difícil que s'acabi aplicant el pla.

Solució: Formació, ensenyar als components de Relleus com usar correctament les xarxes socials i a fer un mínim manteniment de la web.

- **Desmotivació:** Aquest és un perill que es considerat el pitjor de tots, tots els altres tenen solució, però aquest és especialment crític, ja que tant per elaborar el projecte com per dur-lo a terme es requereix una implicació i una motivació dels propietaris de relleus. Per tant procurarem tenir els implicats motivats incitant-los a participar de l'elaboració del pla.

Solució: Mantenint els propietaris informats i fent-los partícips de la elaboració del Pla de comunicació aconseguirem mantenir-los motivats.

- **Imprevistos:** Com a tot projecte poden sorgir imprevistos, si bé el seu nom ens indica que no es poden prevenir, si que hem de ser conscients de que aquestes coses poden passar.

Solució: Ser conscients que aquestes coses poden passar i reaccionar el mes ràpid possible davant qualsevol imprevist.

Com veiem hem identificat principalment tres riscos, el finançament, la falta de coneixements, i la implicació o desmotivació, apart dels diversos imprevistos que podrien sorgir. És bo tenir present aquests perills durant l'elaboració del projecte i vetllar per no caure en ells.

3.3 Mitjans

En aquest apartat analitzarem els mitjans dels que disposem, tant materials, com humans, hem d'analitzar el material necessari i del que disposen, així com els coneixements necessaris i dels que disposen els propietaris de Relleus.

Material disponible

Com a material disposem d'un PC de l'empresa i un portàtil d'un dels integrants, no tenim seu física pròpiament dita, ja que la seu és una habitació en la casa d'un dels propietaris. També tenim connexió ADSL. El PC es relativament nou, del 2013, per tant creiem que no tindran problemes per usar les eines necessàries per dur a terme el pla.

També disposem de targetes d'empresa, se'n van fer una tirada de 5.000 de les quals els en queden unes 3.500.

Tenim molt material audiovisual, relleus fa vídeos i fotografies de totes les seves sortides i activitats, hem comprovat que tot el material té molta qualitat, si bé s'hauria de fer una selecció d'imatges i una bona edició amb els vídeos.

Es disposa d'una petita cartera de clients que s'ha generat amb l'any i mig de vida que té l'empresa, per tant tenim el contacte de les persones que han fet activitats amb relleus.

Per acabar tenim la llista d'activitats i els seus preus, punt en el qual entrarem a fons en l'anàlisi de les activitats.

Coneixements actuals

Un dels propietaris de l'empresa, que són els que hauran de posar el pla de comunicació en marxa tenen uns coneixements avançats d'ofimàtica, i té un bon maneig de les xarxes socials, mentre que l'altre propietari, té uns coneixements tirant a bàsics i no es maneja massa bé per internet.

El propietari amb els coneixements més avançats ens menciona que ha fet anar el gestor de continguts Joomla per mantenir alguns aspectes de la web de Relleus.

4. Anàlisi del mercat

Anàlisi de la situació actual del mercat i proposta del model de negoci i de la promoció del producte/servei.

No totes les sub-seccions proposades a continuació són aplicables a tots els tipus de TF, per la qual cosa cal escollir les més apropiades segons cada cas. També es pot modificar els seus títols o resumir segons es consideri convenient.

*Nota: En el cas que el TF sigui un **Estudi de mercat**, aquest s'ha de realitzar en un document separat i no s'ha d'incloure en la Memòria.*

4.1 Sector

Ens movem en un sector petit però a l'alça, sabem que no hi ha moltes empreses d'activitats d'aventura i muntanya, sobretot en el que es refereix a activitats de muntanya si exceptuem activitats a la neu com esquí o raquetes.

Al nostre país no hi ha una cultura de pagar per activitats a la muntanya ens comenta un dels propietaris de relleus, si ve últimament la cosa està canviant, i la recuperació econòmica i el fenomen del running estan ajudant al sector. Esmentem el running perquè sobretot en la seva versió de muntanya, el mountain running està fent que la gent comenci a practicar esport, i molts comencen corrent i després volen provar altres activitats, per tant això està creant un potent nínjol de clients. Fins ara la font de clients més gran del sector eren sortides d'empreses, esplais i cases de colònies, i sobretot enfocades en esports d'aventura, paint ball i circuits d'Aventura, ara però, apart del fenomen anteriorment esmentat, o a causa d'ell, hi ha més famílies i grups d'amics que practiquen aquest tipus de turisme.

Per tant, observem que les expectatives del sector són força favorables, a molta gent l'hi interessa aquest tipus de turisme, i el sector està creixent ràpid, amb empreses molt consolidades que s'adapten bé oferint tot tipus d'activitats diferents i altres de nova creació que busquen la innovació i la proximitat amb el client, en aquest context Relleus ha de trobar el seu lloc i intentar consolidar-se.

4.2 Competència

L'objectiu en analitzar la competència és establir una comparació amb nosaltres i així veure en quins punts flaquegem i en quins som més forts, per després estudiar com potenciar els punts forts i millorar els dèbils.

Fangaventura

- **Punts Forts:**

- Interfície web mes amena i aconseguida gràficament.
- Activitats especialitzades a mode de parc d'aventura.
- Vídeos al Youtube on veure les activitats.
- Mapa de la situació.
- Pacs de comiats de solters, empreses i escoles.
- Diferents idiomes a la web
- Enllaços a les xarxes socials des de la web.
- Secció de webs amigues.

- **Punts Febles:**

- Secció notícies des-actualitzada (ultima del 2014).
- Instagram no actualitzat periòdicament (77 setmanes).
- No fan activitats de muntanya.
- Falten els preus a moltes activitats.

- **Comparativa:**

Comparant Fangaventura amb Relleus, veiem que tot i estar englobades dins el mateix sector, fangaventura competeix amb unes activitats més familiars i menys especialitzades com poden ser el paint ball, quads. Relleus pel seu cantó està més enfocada a l'oci de muntanya no en el sentit de basar tot el negoci en un parc d'aventura. En qüestió de preus no podem comparar res ja que les activitats que coincideixen entre les dues empreses com són el tir amb arc i la orientació no tenen preus especificats a la web.

En relació a les xarxes socials i a la comunicació, veiem que Relleus és molt més actiu a les xarxes socials que Fangaventura, mentre que la interfície i la web en general està més aconseguida per part de Fangaventura.

7daventura

Aquesta empresa ha tancat, el canal de Youtube ha deixat d'existir i ja no surten les activitats ni les ofertes, a la pàgina principal de la web i tenen tancat. En conseqüència deixarà de formar part de les comparatives.

Indomit

- **Punts Forts:**

- Gran diversitat d'activitats.
- Pagament des de la web.
- Mapa sobre com arribar.
- Secció de preguntes freqüents.

- Pacs per grups i empreses
 - Enllaç a xarxes socials
 - Web funcional.
- **Punts Febles:**
 - Secció d'ofertes en que es diu que indòmit no fa ofertes.
 - Només te facebook com a xarxa social.
 - Disseny de la web.
 - **Comparativa:**

Ens interessa especialment aquesta empresa ja que ens movem geogràficament per les mateixes zones, per tant és el competidor més pròxim que tenim i ens anirà bé comparar-nos 'hi per veure quins punts forts i febles tenim en comparació amb ells.

D'Indomit destaca el gran nombre d'activitats que ofereix, tan de muntanya com de parc d'aventures, en comparació amb Relleus tenen les mateixes activitats i moltes més. En quant a les xarxes socials, només tenen facebook, si bé aquest està actualitzat, sobta l'apartat d'ofertes en que una subsecció de l'apartat diu que no es fan ofertes (no té de sentit) i en altres apartats ens trobem que si que fan ofertes. Si mirem les xarxes socials Relleus les veiem més cuidades i actualitzades, això sí en tema activitats indòmit té la partida guanyada.

En les activitats coincidents, veiem que els preus són molt semblants, les variacions són molt petites de 2 o 3 euros en alguns casos a favor de Relleus, en altres a favor d'Indomit, a excepció de les piragües en que Relleus és més barat, per exemple el lloguer d'una piragua individual a Relleus és de 10 €, mentre que a indòmit és de 15 €.

En les piragües mencionem que indòmit ofereix per 100€ el lloguer d'una piragua durant tot l'estiu, una opció interessant a exportar a Relleus.

Amb preus semblants i menys activitats haurem de competir en qualitat, tracte al client, i formes de promoció, apart posant en valor variants de les activitats com Raquetes gourmet o termals, així com Embaume't que són activitats originals i més específiques.

Energyaventura

- **Punts Forts:**
 - Gran varietat d'activitats
 - Web visualment atractiva
 - Activitats més exclusives com, puenting o rafting
 - Enllaça a diverses xarxes socials
 - Activitat recent a les xarxes socials
 - Activitats per a grups, persones individuals i colònies.

- Ubicació en un lloc molt turístic com es la Cerdanya
- **Punts Febles:**
 - Notícies i activitats desactualitzades
 - No tenen preus a les activitats
 - Links d'interès amb una sola web
 - Ofertes per setmana blanca
 - Ofertes d'allotjaments

- **Comparativa:**

Ens trobem amb una empresa consolidada, que ofereix un arc molt gran d'activitats de muntanya i aventura, amb activitats difícils de trobar com ara l'hydrospeed, a part tenen un sortit d'ofertes per grups, tan d'esplais com empreses, així com de colònies i també tenim oferta d'allotjaments.

En comparació amb relleus ens trobem amb una empresa molt consolidada, que ofereix un munt d'activitats que a relleus no es poden ni plantejar en aquest moment. Per competir amb una empresa així ens valdrem de l'etiqueta de proximitat, Relleus és una petita empresa i ha de transmetre una sensació més familiar que EnergyAventura, apart creiem que podríem competir en preus, (s'han demanat d'algunes activitats).

En tema web i xarxes socials ens podríem fixar bastant en EnergyAventura, ja que tenen una web amb aparença actual, visualment atractiva, adaptada a diferents dispositius i enllaçada amb les xarxes socials.

4.3 Oportunitats de negoci

Creiem que una bona promoció per les xarxes socials és una gran oportunitat de negoci, ja que arribarem a un públic menys tradicional i més dinàmic.

Amb això volem dir un públic més acostumat a participar en promocions i ofertes, més predisposat a una comunicació més participativa, que és el que permeten les xarxes socials, a part d'arribar també a més gent.

4.4 Estratègia de màrqueting

L'estratègia de màrqueting que seguirem ens ve donada pel pressupost, al fer una promoció a cost zero l'estratègia és clarament orientada a mitjans gratuïts.

En aquests mitjans l'estratègia serà fer ofertes i concursos per obtenir més seguidors a les xarxes socials i poder arribar a més gent.

5. Anàlisi de les activitats

Relleus com a empresa d'aventura ofereix diverses activitats de muntanya, analitzarem les que ofereixen ara mateix, i les que tenen previst oferir en breus i identificarem les que tenen més tirada i les que en tenen menys per posteriorment buscar els motius i adaptar el pla de comunicació en cada activitat.

Raquetes

Les raquetes de neu són l'activitat estrella de l'hivern, en aquesta estació es sens dubte l'activitat que te més tirada, també es l'activitat en la que s'ofereixen més sub-modalitats diferents.

- **Iniciació:** Pels absolutament principiants o per la canalla, rutes molt simples i sense exigència tècnica.
- **Progressió:** Rutes de dificultat moderada, aptes per gent que ha fet iniciació o per qui vol començar amb un xic més d'exigència però sense gaire dificultat.
- **Ascensions:** La màxima exigència física es en aquesta modalitat que consta de fer un cim amb l'ajuda de les raquetes. Apta per a gent físicament capacitada i amb certa experiència.
- **Nocturnes:** Sortides nocturnes de diferent dificultat, (no ascensions), amb frontals i a la llum de les estrelles, es una activitat diferent que no molts ofereixen.
- **Gurmet:** Aquí tenim una activitat innovadora, una ruta en raquetes acompanyada d'un àpat en una antiga barraca/refugi.
- **Termals:** És un pac de ruta en raquetes i posteriorment una sessió en aigües termals, és una bona activitat pels que busquen fer esport i relax.

Ascensions

Les ascensions consten d'un guiatge per fer diferents pics, es una activitat clarament orientada a la gent que no es coneixen el terreny, relleus ofereix guiatge en diferents pics el Berguedà i el Solsonès, tots amb una dificultat de moderada a baixa.

Espeleologia

Una activitat molt atractiva i diferent, entrar en una cova arrossegant-se per forats estrets i veure el que tenim amagat sota els peus, es una activitat molt indicada per a persones amb esperit aventurer.

Senderisme

L'activitat de senderisme consta en una caminada/ruta per diferents paratges del Solsonès i el Berguedà, es una activitat apta per a tothom, orientada a la gent que li agrada caminar i gaudir dels paisatges.

Tir amb Arc

Es una activitat ideal per les persones que no volen fer gaire esforç físic, però volen gaudir d'una sessió d'esports d'aventura, s'ofereixen diferents circuits i diferents dificultats, i una molt interessant tir amb arc

+ raquetes de neu, amb un nivell d'exigència física mes alt.

Orientació

Aquesta activitat consisteix en trobar unes fites i anar d'un punt a un altre amb l'ajuda d'un mapa, relleus ens presenta dues modalitats

- Autònoma: Relleus posa les fites i t'entrega el mapa perquè tu et faigs la teva ruta per trobar-les i arribar al destí.
- Guiada: Amb una formació mes completa sobre orientació i l'acompanyament d'un guia per fer la ruta i trobar les fites.

Parc d'aventura

Es una activitat sobretot orientada a les famílies, o grups amb nens, consta de 4 circuits de diferents dificultats en els que haurem de sortejar obstacles, passar per un pont de mico, o lliscar amb tirolina.

Piragüisme

Es una activitat estacional com les raquetes però aquesta només s'ofereix a l'estiu, al pantà de la llosa del cavall, es una activitat ideal per a tothom.

Embauma't

Es una activitat que no es troba enlloc més, consta d'una caminada amb sopar + pernoctació en una bauma (una bauma és un forat en la pedra, sense arribar a ser una cova), es una activitat que traslladarà els clients a l'estil de vida que els pastors i els masovers tenien antigament. S'ofereixen diverses modalitats.

- Amics: per fer una escapada diferent amb el grup d'amics.
- Romàntica: El nom ho diu tot, un embauma't per dues persones, nit i sopar a la bauma en parella.
- Mística: El guia du el client a la bauma, prepara el foc i l'hi deixa tot apunt, tot seguit es retira i el client es queda sol, es una escapada perfecte de reflexió.
- Familiar: Es el model per a famílies, amb una ruta mes senzilla d'accés a la bauma si hi ha nens petits.
- Runner: Inclou el sopar i la nit a la bauma però amb rutes indicades per practicar el running abans de l'accés a la bauma.

Formacions

Relleus ofereix dues formacions, una de seguretat en la neu, on ens s'ensenyen a fer servir l'ARVA (es un dispositiu de localització d'excursionistes en cas d'allaus), i un altre d'orientació on s'ensenya a llegir mapes correctament i a orientar-se en la muntanya.

Lloguer de material

Si bé no es una activitat en si, convé esmentar que relleus disposa de servei de lloguer de material, principalment raquetes de neu i piragües. El material que fan servir ells per les activitats, es pot llogar

per anar individualment i sense guies.

Els preus del lloguer de material ens comenten que són bastant assequibles, per les raquetes de neu cobren 5 euros per deixar-les durant un dia amb pals inclosos, les piragües tenen una fiança de 50 euros i ten retornen 20 quan retornes el material, ens comenten que no les lloguen durant els mesos de juliol i agost ja que les tenen al pantà de la llisa del cavall permanentment.

6. Públic objectiu, perfils d'usuari i missatge

A qui va dirigit el missatge?

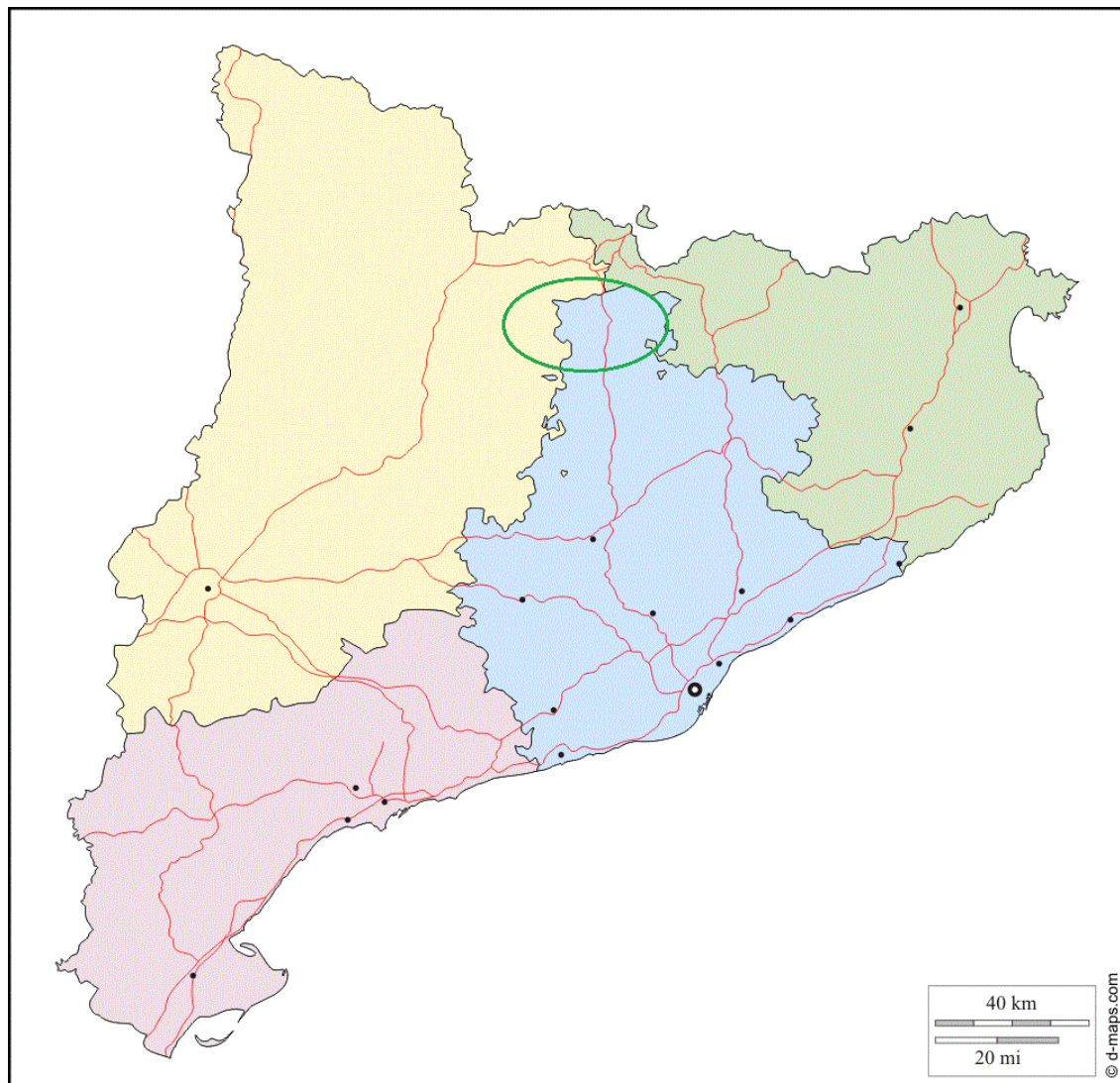


Figura 2: Mapa zona d'influència

En el següent mapa veiem marcat de color verd l'àmbit d'actuació de la major part de les activitats de Relleus, si bé sabem que fins ara hem tingut alguns clients de fora de Catalunya (concretament de Irlanda i de Rússia), el gruix de la clientela de Relleus és de Catalunya, concretament de l'àrea de Barcelona.

Com veiem al mapa la principal carretera per arribar es la que puja de Barcelona, i considerant que a la província de Barcelona viuen 5.529.099 habitants, un 30% d'ells a àrea metropolitana de Barcelona. Tenint en compte les dades anteriors, creiem que seria interessant potenciar la promoció en aquesta zona que ja que actualment és la nostre principal font de clients, apart de ser la que té més fàcil l'accés als llocs on portem a terme les activitats.

A part d'això creiem necessari explorar com han arribat a contactar amb nosaltres els clients d'Irlanda i de Rússia (dades que ara mateix no tenim), per estudiar com podríem captar més clients estrangers.

Perfil dels clients

Parlant amb els propietaris de Relleus sobre els seus clients, ens diuen que els perfils varien molt depenent de les activitats, mentre que per les raquetes solen tenir grups de diverses famílies que fan una excursió, per les ascensions i l'espeleologia solen tenir un perfil de gent més jove i més aventurera i per les piragües i el tir amb arc grups d'esplais i de colònies.

Per tant veient aquesta diversitat de perfils podem adaptar les ofertes de cada activitat al perfil que més us en fa.

Quina idea volem transmetre?

La idea que volen transmetre des de Relleus és la d'una empresa jove, que és mou i és propera als seus clients, volen transmetre frescor, que no són una empresa més dins el sector, que són diferents, que tenen algunes activitats úniques, que són competitiu a nivell de preu i ofereixen més implicació.

L'eslògan de Relleus és, ***gent de muntanya***, aquest eslògan ja transmet que són uns apassionats de la muntanya, que s'estimen aquest ambient, la zona i els paratges, al mateix temps transmet que són coneixedors de la muntanya i els seus perills. Per tant hem de fer arribar el missatge que transmet l'eslògan amb una aparença fresca i que cridi l'atenció.



Figura 3: Logo de Relleus

Com volem transmetre el missatge?

A través d'internet, millorant la web actual, que permeti fer reserves per exemple, però sobretot a través de les xarxes socials, sent molt actius i agressius, fem ofertes a través de les xarxes, a l'estil de sortejar una sortida entre la gent que comparteixi un enllaç, penjant fotos de totes les activitats, obrint un canal de youtube en el que es parlarà d'activitats i de l'entorn, en definitiva usant tot el potencial que ens puguin donar les xarxes socials així com "la internet més tradicional".

Capítol 3: Disseny del pla de comunicació

1. Internet, aplicacions mòbils i xarxes socials

1.1 Internet / Enllaços a Webs amigues

Aquest tema, ja l'havíem comentat anteriorment i creiem que seria interessant incloure a la web un apartat amb 'webs amigues' on els usuaris pugessin contactar amb diferents serveis de la zona, com allotjament, restaurants o empreses que ofereixin altres activitats com poden ser vols en parapent.

Una bona xarxa de webs amigues ens pot proporcionar molts clients, ja que el que crea això és una transferència multidireccional de clients entre unes empreses i les altres, i així una persona que busca una nit en una casa rural del berguedà, pot acabar contractant una activitat a Relleus i una persona que vol fer una activitat podria voler allotjament.

Per tant creiem que és una feina important a dur a terme, ja que apart dels clients que ens pot portar, ens permet oferir una gama de serveis que proporcionen uns tercers però que poden fer decidir els clients a l'hora d'elegir-nos.

1.2 Xarxes socials

Com bé sabem, avui en dia les xarxes socials són molt importants per una empresa, ja que podem fer publicitat, presentar ofertes, i promocionar activitats d'una manera molt simple i amb la possibilitat d'arribar a molta gent, a més a més rebem feedback de la gent que ens segueixi, per tant ens hem d'esforçar perquè aquest feedback sigui positiu ja que de cara a nous usuaris els confirma que estan elegint bé. Per tant l'objectiu d'aquest apartat, és tenir un compte actiu a les diverses xarxes socials, omplir-les de contingut, mantenir-les actualitzades i aconseguir el major nombre de seguidors i de comentaris positius.

Hem seleccionat les principals xarxes socials, així com alguna de mes nova com el vine, i mirarem que ens permet i que podem fer en cada una d'elles en particular.

Facebook

Es la xarxa social més coneguda i utilitzada actualment, a nivell de promocionar es molt útil, ja que les empreses poden crear una pagina en la xarxa social on fer ofertes, penjar fotos de les activitats, en definitiva promocionar-se i demostrar que són actives.

En el cas de Relleus tenim un compte de Facebook amb 706 seguidors, per sobre dels 255 d'Energyaventura, però per sota dels 1520 d'Indòmit o els 1294 de fangaventura, en aquesta xarxa social Relleus és molt actiu, penjant fotos de totes les activitats, demostrant que és una empresa viva que fa moltes coses, (Indòmit i fangaventura també esta molt actiu en aquesta xarxa social).

Veien que en tema actualitzacions ja som actius a uns nivells més que acceptables, ens hauríem de centrar en guanyat seguidors, com més gent vegi la pagina mes gent sabrà el que fem, per tant ens convé tenir mes gent seguim el que fem en aquesta xarxa social. Per dur a terme això, creiem que la millor opció és fer concursos a treves de la pagina de facebook amb alguna de les activitats amb més sortida. Per aplicar-ho immediatament i ara que s'acosta l'estiu hem dissenyat una promoció especifica, dues hores de piragua gratuïta per compartir la noticia al teu mur. Com funcionarà? Doncs des de Relleus es penjarà una noticia que serà, que entre els que comparteixin la noticia al seu mur és sortejaran dues hores de piragua gratuïtes per a dues persones.

Amb això aconseguim que els propis seguidors de Relleus en promocionin la pagina, ja que els interessats en l'activitat ho compartiran al seu mur i així aconseguirem mes gent que ens segueixi. Per tant proposem a Relleus dur a terme activitats d'aquest estil periòdicament amb diferents activitats, normalment les que més es practiquin durant l'estació de l'any en la que ens trobem.

Twitter

Twitter és una xarxa social basada en missatges de text curts (140 caràcters), en aquesta xarxa social Relleus també és molt actiu, penjant les activitats que s'han fet (amb enllaços a facebook on hi ha mes informació), o recomanant rutes.

Tenim 122 seguidors, més que els 39 de Energyaventura i menys que els 187 de Fangaventura (Indomit no té pagina de twitter), per tant l'estratègia a seguir seria semblant a la de facebook, aconseguir seguidors mitjançant concursos així aconseguir retwits i tenir més visibilitat.

Troblem molt adequat el que esta fent Relleus a twitter, que apart de promocionar activitats també dona informació i proposa rutes de forma gratuïta, pensem que apart d'això podríem incloure de tant en tant consells sobre seguretat en la muntanya.

Vista la bona feina que s'està fent aquí només intentarem aconseguir mes visibilitat i seguidors per arribar al màxim de gent possible.

Instagram

Instagram és una xarxa social que ens permet penjar imatges i vídeos curts, es basa en la compartició d'imatges, agrupades per temes anomenats Hashtag, aquí a la gent que et segueix li surten les teves fotos en portada i si no pots buscar per temes.

Relleus torna a ser molt actiu en aquesta xarxa social, penjant fotos i vídeos curts de totes les activitats que es fan, tenim 226 seguidors més del doble que les altres empreses del sector que no actualitzen tan sovint aquesta xarxa social.

Com en el cas de twitter creiem que estem fent una bona feina, amb dues puntualitzacions, com hem dit abans més seguidors significa més gent a la que arribem i ens coneix, no vol dir clients però almenys saben que existim, per tant podem aplicar la mateixa lògica i sortejar activitats entre les persones que posin m'agrada a una foto i ens comencin a seguir a la xarxa social.

Apart dels sortejos aquí també podríem posar més hashtags a les fotografies, ja que a mes hashtags vol dir que apareixen a més temes i mes gent ens pot trobar.

Youtube

Youtube, és una xarxa social de compartició de vídeos, qualsevol persona pot penjar un vídeo en aquest portal i qualsevol altre el pot visionar, youtube permet crear canals, i penjar vídeos en el canal. Relleus no te cap canal en aquesta xarxa social, però veien la gran quantitat de vídeos de les activitats realitzades que posseïm en l'actualitat, creiem que seria adient fer un canal en aquesta xarxa social on poder promocionar-nos mitjançant vídeos.

De les empreses de la competència analitzades, només fangaventura té un canal a youtube, i no és que precisament siguin massa actius, ja que fa temps que no l'actualitzen.

Vine

És una xarxa social relativament nova que consisteix en penjar vídeos curts de 6 segons gravats amb el mòbil.

Pot ser una molt bona idea per promocionar relleus, ja que permet penjar vídeos al moment, per tant podem gravar un vídeo curt d'una activitat i penjar-lo ràpidament, per tant podrem ensenyar al moment l'activitat que estiguem fent.

1.3 Aplicacions mòbils

Apps de promoció i ofertes

Creiem necessari explorar apps / webs com Groupon o Letsbonus, que són empreses que ofereixen diferents productes a preus rebaixats durant un breu període de temps, per exemple permeten l'adquisició d'un producte baixat un 30% duran 24 hores, o una nit d'hotel rebaixada si la compres durant el període que estableixen.

Hauríem de posar-nos en contacte amb aquestes empreses per mirar d'oferir durant un període de temps activitats a un preu més rebaixat, cosa que ens servirà de reclam i per ampliar la cartera de clients.

App Relleus

Hem parlat amb els propietaris de Relleus, i hem descartat la necessitat de fer una aplicació mòbil per a Relleus, creiem que si permetem fer reserves directament des de la web i tenim aquesta ven optimitzada per a dispositius mòbils no ens és necessària una aplicació específica.

Aplicacions de Xarxes Socials

Esmentar també que les anteriors xarxes socials esmentades també disposen de aplicacions per a dispositius mòbils, fet que ens proporciona una facilitat extrema per penjar contingut d'una forma rapida. Per funcionar correctament des de Relleus s'hauria de fer ús d'aquestes eines i aprofitar la seva rapidesa per fer promocions i penjar contingut de les sortides al moment.

2. Optimització de la web

2.1 Opinions

Opinions de persones alienes a relleus.

Home (58 anys, Bomber) Habilitats informàtiques i de navegació del nivell més basic.

La primera impressió de la web li agrada, a la que va navegant diu que esta bé, però que no li agraden els desplegable perquè si mou el ratolí de costat li desapareix el que estava seleccionant. En quant a informació diu que la veu bé.

Dona (50 anys, Professora) Habilitats informàtiques i de navegació de nivell mig.

També troba la web agradable a la vista, diu que és simple i això li agrada, en quan a informació diu que podria ser mes detallada i troba a faltar el preu en algunes activitats, no li agrada gens, el no trobar un boto de reserves dins les activitats.

Dona (26 anys, Aturada) Habilitats informàtiques i de navegació de nivell mig.

Ens diu que la web està bé però que es massa simple, que li falta personalitat, en quant a informació troba a faltar fotografies de les activitats, o algun enllaça a algun vídeo. També reclama que des de la mateixa activitat hi hagi un enllaç a un formulari per reservar-la.

2.2 Accessibilitat

Per avaluar aquest aspecte farem us de tawdis que és una eina que ens aporta una visió sobre l'accessibilitat d'una web, i si esta adaptada per a persones amb alguna discapacitat per poder-se guiar per la web.

Errors a repassar a la web de Relleus.

Tawdis ens detecta els següents 4 errors que hauríem de recisat

Absència de l'element H1

- Hauríem de posar l'element H1 al títol.

Pagina sense títol

- No es detecta el títol de la pagina, amb l'acció anterior es solucionaria

Falta la declaració d'idioma en el document

- Hauríem de declarar en quin idioma esta per defecte el document

Pagina ven formada

- Hauríem de passar un validador de HTML per assegurar que no tenim errors

A part dels 4 errors anteriors Tawdis ens detecta moltes més coses a comprovar, possibles errors no confirmats que haurem de revisar al següent enllaç.

http://www.tawdis.net/system/modules/org.fundacionctic.taw4_wcag_informes_ocms/elements/wcag2

<0/detalle.jsp?url=http%3A%2F%2Fwww.relleus.cat%2F&crc=1&nivel=aa>

2.3 Anàlisis

Per aquesta funció utilitzarem Woorank que és una eina interessant que ens analitza diversos aspectes d'una web i ens ajuda a optimitzar-la, publicitar-la i mesurar diverses dades. (hi ha diverses funcionalitats que són de pagament, per tant només analitzarem les gratuïtes)

Optimització

SEO

- Arreglar les meta descripcions perquè compleixin les condicions de longitud
- Arreglar les etiquetes de capçalera HTML <h1>
- Etiquetar i fer servir correctament les paraules clau i fer un anàlisi de quines serien les més correctes.
- Explorar la funcionalitat de posar l'etiqueta 'Publisher' enllaçant amb google+
- Solucionar problema amb el direccionalment de www.relleus.cat i relleus.cat, haurien de portar a la mateixa pagina des del navegador.
- Crear un fitxer robots.txt per limitar l'accés dels robots dels motors de busca

Dispositius Mòbils

- Optimitzar imatges per a dispositius mòbils
- Revisar el javascript i el CSS de la part superior de la pagina ja que porta problemes.

Usabilitat

- Velocitat de carrega lenta (es mes difícil d'arreglar)

Tecnologies

- Intentar no utilitzar estils en línia dins l'HTML.
- Intentar reduir el nombre de fitxers JavaScript. (en tenim mes de 7).
- Declarar un doctype.
- Corregit errors html amb l'eina **validator.w3.org**
- Explorar l'ús de certificats SSL per millorar la seguretat

Publicitar

Enllaços

- Bastant correcte, però hauríem de mirar de potenciar els enllaços que condueixen a la nostre web, cosa que augmentaria les visites.

Xarxes Socials

- Si bé des de Relleus tenim un enllaç a Facebook, Woorank no el detecta (possiblement per les

etiquetes), seria convenient, apart d'enllaçar també amb Twiter i Instagram, on ja tenim compte, que quedes relacionat, que vull dir amb això? Que relleus quedes relacionat amb les seves pàgines de xarxes socials, aconseguint així que tot quedi interconnectat.

Visites

Tràfic

- Segons Woorank tenim una estimació de tràfic molt baixa, arreglant tots els punts anteriors segur que aconseguim millorar el tràfic, cosa que possiblement és tradueixi en clients.

2.4 Millores

- Constatem que al passar per la pestanya d'activitats se'ns obre un desplegable amb les diferents activitats, però si cliquem sobre activitats sense anar a cap en concret ens retorna a la pàgina d'inici, i això passa amb totes les pestanyes, pensem que seria convenient, o no deixar clicar aquí o anar a una altra pàgina.
- Posar un boto de reserva a les activitats com mencionen algunes opinions no seria complicat i creiem que pot ser oportú.
- Crear un formulari estàndard que ens serveixi per reservar activitats o demanar informació i ens enviï un correu directament, no com ara que tenim penjar el numero de telèfon i la direcció de correu i els usuaris ens l'han d'enviar des del seu correu.
- Es podria explorar la possibilitat de pagar una activitat des de la mateixa web a l'estil de Indomit.
- Es planteja una revisió de la temàtica en la web, posar-hi un estil mes aventurer.
- S'ha de solucionar la falta de contingut, necessitem fotos i vídeos de les activitats perquè el client pugui visionar-los.
- Estudiar i revisar en la mesura que sigui possible els problemes detectats per woorank.
- Estudiar la forma d'enllaçar les diverses xarxes socials, que siguin visibles i accessibles.
- Plantejar crear un compte a youtube on penjar vídeos de les activitats i enllaçar-los a la web.

3. Potenciar Activitats

La idea en aquest apartat és buscar formes de rendibilitzar millor les activitats que ja tenen una tirada més important i buscar la manera de fer que activitats sense tanta sortida aixequin el cap i més clients les vulguin contractar.

3.1 Activitats amb més tirada

Les dues activitats que tenen més tirada, i amb diferència són les piragües a l'estiu i les raquetes de neu a l'hivern.

Piragües

En el cas de les piragües, tenim una activitat fortament estacionaria, que tot i que s'ofereix tot l'any el lloguer, només tenim un embarcador fixe a l'estiu i gairebé tot el volum de negoci que proporciona l'activitat es genera durant els mesos de juliol i agost, per promocionar aquesta activitat hem pensat oferir un abonament de temporada, i que per un preu de 100€ qualsevol persona pugui llogar una piragua per tot l'estiu, de manera que sempre que vulgui aquesta persona podrà venir a l'embarcador i agafar una piragua per voltar pel pantà.

Aquesta modalitat de lloguer ens permet agafar un client estacionari, gent que passen gran part de l'estiu en pobles com Sant Llorenç de Morunys, i que els surt a compte pagar aquesta quantitat per poder fer servir una piragua durant tot l'estiu.

Raquetes

El cas de les raquetes també és fortament estacionari, és l'activitat estrella dels hiverns, en aquest cas per potenciar-la encara més hem pensat que la millor opció seria fidelitzar clients, per aquest motiu creiem que el més adient és oferir un descompte per agafar dues sortides enlloc d'una directament, així propiciem que la gent vulgui repetir i fidelitzem els clients.

3.2 Activitats amb menys tirada

Les dues activitats menys demandades que tenim el parc d'aventura i el tir amb arc.

Creiem que la falta de demanda en aquestes activitats és deguda a que també n'hi ha més competència i al fet de que són activitats més familiars i Relleus sempre ha intentat donar la imatge d'empresa especialitzada en muntanya.

Per atreure clients a aquestes activitats portarem a terme les següents actuacions.

- Promocionar-les entre els usuaris d'altres activitats, oferint-los un descompte per a aquestes activitats.
- Promocionar-les entre grups d'esplai i cases de colònies, ja que són activitats que solen agradar molt als nens.

- Promocionar-les amb l'ajuda de les cases rurals i hotels de la zona, fent tiquets de descompte per la gent que s'estigui en aquests allotjaments.
- Penjar fotos i vídeos a les xarxes socials d'aquestes activitats ja que hem notat que no les promocionem.

4. Innovació

En aquest apartat, s'exposaran les novetats que prepara Relleus, així com els trets diferencials i formes de promoció més innovadores.

4.1 Activitats

Amb ànims de créixer, creiem idoni anar oferint més activitats a mesura que passi el temps. Per tant seguint aquesta tònica és planteja oferir l'activitat de barranquisme properament, sabent que els propietaris de Relleus ho practiquen amb assiduïtat i tenen la titulació necessària per fer-ho, aquesta activitat és la candidata ideal per ser la pròxima activitat a oferir.

És una activitat amb molt potencial, ja que no està ni molt estesa ni es practica a gaires llocs, per tant n'hauré de fer una molt bona promoció, sobretot en format vídeo ja que mostra tota l'espectacularitat d'una activitat d'aquest estil.

4.2 Campaments

Relleus ha arribat amb un acord amb el bisbat de Solsona per la cessió d'uns terrenys en el municipi de Llinars a tocar del pantà de la llosa del cavall al Solsonès, la idea és dotar aquests terrenys de les infraestructures bàsiques per poder muntar campaments de grups d'esplai i escoltes i oferir activitats a bons preus pels grups que vagin a acampar.

És una forma de diversificar el negoci i al mateix temps aconseguir clients nous i d'una forma molt innovadora, ja que cobrarem un tant pels campaments i els podrem oferir activitats.

Aquesta novetat l'hauré de promocionar per totes les xarxes socials així com a la web, tot oferint un formulari per posar-se en contacte amb Relleus i així poder donar tota la informació relacionada amb la zona de campaments als possibles clients.

4.3 Trets diferencials

Relleus és diferència d'altres empreses del sector per ser una empresa molt pròxima als usuaris i que fa servir molt les xarxes socials. En aquest últim aspecte Relleus es diferencia considerablement de la competència per ser molt actius i en poc temps haver aconseguit un volum rellevant de seguidors, i amb les noves xarxes socials en les que Relleus es donarà d'alta serà molt més visible encara.

Per tant amb Relleus tenim una empresa amb un tracte molt proper i informal, de tu a tu que aposta per promocionar-se de formes innovadores i sent totalment transparent, és a dir mostrant exactament el que són les seves activitats, així el client no se sentirà mai enganyat.

4.4 Promoció

Com hem comentat anteriorment centrarem els nostres esforços en la promoció per Internet, la falta de recursos econòmics, i el fet de que Internet sigui un mitja tan accessible ens es un entorn ideal per poder promocionar els nostres productes i aconseguir més clients per a relleus.

Gran part de la innovació en promoció que pensem aplicar és la de sortejar sortides de diferents activitats a la gent que comparteixi la publicació als seus murs de les xarxes socials, que faci un retweet, ens mencioni o posi que l'agrada una fotografia, depenent de la xarxa social serà una cosa o l'altre però la funció és la mateixa, que cada cop ens conegui més gent i per tant el nostre missatge pugui arribar a més persones.

Per altre banda hem trobat molt interessant posar en practica la promoció per l'aplicació Vine, com que ens permet pujar vídeos curts des del mòbil ens ha semblat molt adient per promocionar les nostres activitats amb vídeos divertits de les sortides que fem, així aconseguir seguidors i gent que conegui relleus i usant d'humor com a clau perquè segueixin al dia del que fem i promocionem.

5. Formació

S'ha format un dels propietaris de Relleus en l'ús bàsic de xarxes socials, així com en la gestió de Jomla a nivell bàsic (penjar continguts). Si bé un dels integrants de Relleus ja tenia un alt nivell de domini de les xarxes socials i del gestor de continguts, l'altre integrant no estava habituat a fet res que requereís l'ús d'un ordinador, tableta o dispositiu mòbil.

La formació a constatat de:

- Aprendre a pujar contingut amb Jomla.
- Ús bàsic de la xarxa social Facebook (penjar text, vídeos i imatges i compartir-ho).
- Ús bàsic de la xarxa social Twiter (Pujar un tweet, fer re-tweets).
- Ús bàsic de la xarxa social Instagram (Penjar fotografies).
- Ús bàsic de la xarxa social Youtube (Penjar un vídeo).
- Ús bàsic de la xarxa social Vine (Penjar un vídeo).

Capítol 5: Conclusions i línies de futur

1. Conclusions

Hem acabat el projecte a temps, tot i que amb alguns problemes, que hem acabat superat i adaptant a la planificació. A continuació tenim les conclusions detallades en tres punts.

Conclusions del treball

Aquest treball ens ha permès aprendre com promocionar-nos per les xarxes socials, el fet de buscar una promoció a cost zero ens ha fet buscar vies gratuïtes per aconseguir notorietat a internet i persones que tinguin constància del que fem.

Hem vist que això es factible ja gracies a internet i a les xarxes socials, avui en dia es fàcil tenir una web pròpia i perfils a les diferents xarxes socials, amb aquest treball hem après a usar aquestes eines per a la promoció d'un negoci.

Assoliment d'objectius

L'objectiu principal era promocionar Relleus al menor cost possible i creiem que amb aquest pla de comunicació Relleus podrà aconseguir més clients i notorietat, per tant, considerem que el projecte compleix els objectius.

Sent crítics, esmentar també que ens hauria agradat aprofundir més en alguns temes, però la planificació ha estat exigent i ens ha comportat algun problema que ens ha fet descartar profunditzar ja que no disposàvem del temps suficient.

Planificació i metodologia

Hem fet una mala planificació, no vam comprendre exactament el que es demanava i aquest fet ens ha fet re planificar el projecte un cop avançat, per tant hem introduït canvis, hem descartat temes i n'hem introduït d'altres que al principi havíem descartat, també dir que ens hem adaptat correctament a la nova planificació i hem après a superar els problemes que sens han presentat.

Sobre la metodologia hem seguit el que ens havíem proposat, analitzar i extreure conclusions a partir de l'anàlisi, per tant en aquest apartat tot correcte.

2. Línies de futur

Pel futur, hauríem de tenir presents línies de promoció més convencionals i de pagament.

Quan aconseguim ingressos suficients per poder invertir en promocions creiem que seria convenient posar anuncis en premsa i radio locals per començar, així com explorar la possibilitat de posar anuncis amb Google.

Bibliografia

Nom: Relleus

URL: <http://www.relleus.cat>

Data: 15/03/16

Nom: Ruralmind

URL: <http://www.ruralmind.com>

Data: 20/03/16

Nom: 7daventura

URL: <http://www.7daventura.com>

Data: 20/03/16

Nom: Propostes Oci & Aventures

URL: <http://www.propostes.com>

Data: 20/03/16

Nom: Fangaventura

URL: <http://www.fangaventura.com>

Data: 20/03/16

Nom: Indomit

URL: <http://www.indomit.net>

Data: 20/03/16

Nom: Energyaventura

URL: <http://www.energyaventura.com>

Data: 20/03/16

Nom:

URL: <http://www.bmg.org.uk>

Data: 11/05/16

Nom: Caja de herramientas comunitarias

URL: <http://ctb.ku.edu/es/tabla-de-contenidos/participacion/promover-interes-en-la-comunidad/plan-de-comunicacion/principal>

Data: 16/05/16

Nom: Ivace disseny

URL: <http://disseny.ivace.es/es/comunicacion-e-imagen/empresa-y-comunicacion/el-plan-de-comunicacion.html>

Data: 20/05/16

Nom: Slide Share

URL: <http://es.slideshare.net/rafamartin3/plan-de-comunicacion-11480260>

Data: 20/05/16

Nom: Communicate

URL: <https://communicate.wordpress.com/2007/11/25/como-crear-un-plan-de-comunicacion-ejemplos-practicos-estrategia-tactica-fases-tecnicas-pasos/>

Data: 20/05/16

Nom: Superyuppies

URL: <http://superyuppies.com/2014/07/22/crea-en-10-sencillos-pasos-un-plan-de-comunicacion/>

Data: 20/05/16

Nom: Woorank

URL: <https://www.woorank.com/es>

Data: 20/05/16

Nom: Tawadis

URL: <http://www.tawdis.net>

Data: 20/05/16

Annexos

Annex A: Preus

Raquetes de neu

- Iniciació
 - 2 persones – 36 euros persona
 - de 3 a 4 – 30 euros persona
 - de 5 a 10 – 24 euros persona
- Progressió
 - 2 persones – 42 euros persona
 - de 3 a 4 – 36 euros persona
 - de 5 a 10 – 30 euros persona
- Ascensions
 - 2 persones – 66 euros persona
 - de 3 a 4 – 54 euros persona
 - de 5 a 10 – 47 euros persona

(En cap dels casos s'esmenta si 2 persones es el mínim o es fins a 2 persones).

- Nocturnes
 - Des de 24€ persona en dies especificats a la Web.
- Gourmet
 - 60€ persona

Ens esmenten aquest peu de pagina(Per a combinacions de persones diferents a les proposades, consulteu-nos tarifes). Però el problema es que no ens proposen cap combinació.

- Termals
 - 60€ persona

S'esmenta que per grups consultat ofertes, però no parla ni mínims de persones ni res.

Ascensions

2 persones	–	30 euros persona
3 persones	–	25 euros persona
4 persones	–	23 euros persona
5 o més	–	20 euros persona

Espeleologia

Actualment s'ofereixen 3 coves de diferent dificultat i el preu va en funció de la cova que els vulgui fer.

- Bòfia de Boixadera
 - 2 persones – 42 euros persona
 - de 3 a 4 – 39 euros persona
 - de 5 a 10 – 36 euros persona
- La cova de Rotgers
 - 2 persones – 54 euros persona
 - de 3 a 4 – 45 euros persona
 - de 5 a 10 – 42 euros persona
- L'avenc del Bages
 - 2 persones – 36 euros persona
 - de 3 a 4 – 33 euros persona
 - de 5 a 10 – 30 euros persona

Senderisme

No tenim preus a la web, preus a consultar.

Tir amb arc

Depenent del circuit.

- Sessió de puntaria
 - 2 persones – 18 euros persona
 - de 3 a 4 – 15 euros persona
 - de 5 a 10 – 12 euros persona
- Circuit dinàmic
 - 2 persones – 20euros persona
 - de 3 a 4 – 18 euros persona
 - de 5 a 10 – 15 euros persona
- Perfeccionament de tir amb arc
 - 2 persones – 32 euros persona
 - de 3 a 4 – 30 euros persona
 - de 5 a 10 – 27 euros persona
- Especial hivern! Biatló, raquetes de neu i tir amb arc
 - 2 persones – 48 euros persona
 - de 3 a 4 – 44 euros persona
 - de 5 a 10 – 42 euros persona

Orientació

- Bàsica
 - 2 persones – 15 euros persona
 - de 3 a 4 – 12 euros persona

de 5 a 10 – 10 euros persona

- Avançada (amb guia, mes completa)

2 persones – 60 euros persona

de 3 a 4 – 45 euros persona

de 5 a 10 – 40 euros persona

Parc d'Aventura

A consultar

Piragüisme

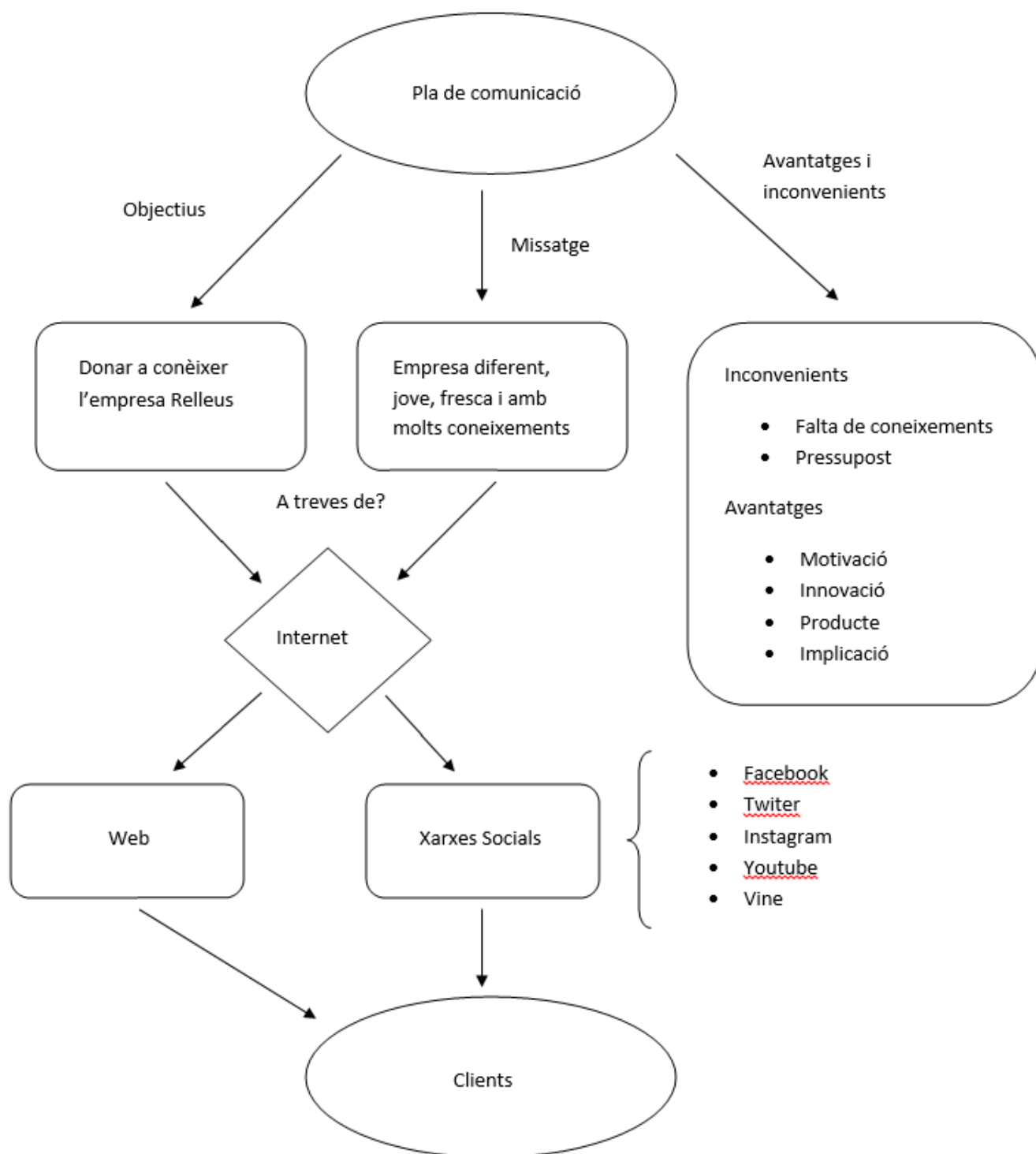
	Individual	2 persones	3 persones
1 h	10 €	17 €	20 €
2 h	17 €	30 €	35 €
½ dia	28 €	45 €	48 €
1 dia	42 €	65 €	72 €

Taula 3: Preus

Formacions

- Curs ARVA 100 € per grup (no es menciona de quan el grup)
- Curs de Curs de refugis de fortuna en terrenys nevats 25€/persona amb un mínim de 2 persones (sense màxim especificat)
- Orientació, preu sense especificar (a consultat)

Annexo B: Diagrama del pla



Annex C: Captures de pantalla

Relleus



7daventura



Fangaventura

FANG aventura DES DE 1989

l'únic camp de paintball de tota Espanya que utilitza boles de competició!

OFF ROAD

Català Español English Français

què oferim

qui som

què oferim

empreses

escoles

comiats solter-a

YouTube vídeos

notícies

webs amigues

situació

NOTA: Totes les activitats comencen amb l'explicació prèvia sobre les normes de seguretat per part dels monitors (tots ells qualificats), ja que aquest és el principal punt d'atenció de Fang Aventura.

Quads

Paintball

Survival day

Rutes quads amb monitor d'1 a 2

Es tracta d'un joc de destresa

Es tracta de diverses activitats en

Indòmit



català | español | english

Esports i activitats d'aventura

Inici Qui som Activitats Enllaços Preguntes freqüents Contacte

Activitats

- Àrea rec. Molí del Cavaller
- Xalet Rasos de Peguera
- Venda de material
- Ofertes - Esdeveniments
- Escoles i estades
- Packs - Grups - Empreses
- Barbacoa
- Barca motor
- Bicicleta Tot Terreny

Benvinguts a Indòmit

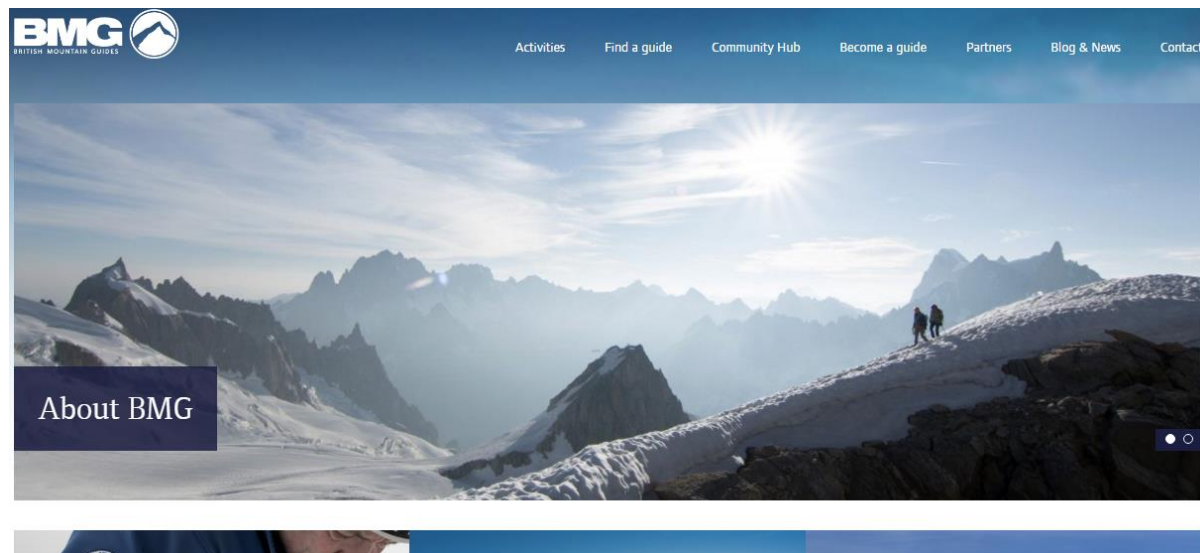
GAUDEIX DEL BON TEMPS
FENT ESPORT I ACTIVITATS
AQUÀTIQUES



Energyaventura



BMG



Annex D: Enquesta Relleus

Per definir els objectius hem passat una petita enquesta al propietari de Relleus, ja que és ell el qui millor ens pot identificar que vol i quin sistema de promoció pot ser el més adient.

Que preteneu aconseguir amb un pla de comunicació?

La idea es guanyar clients, ja que actualment ens surten poques feines, per tant l'objectiu principal seria aconseguir clients.

Quins sistemes de promoció teniu actualment?

Tenim una web, un compte a facebook, a twitter i també un d'instagram, el compte més actiu és del d'instagram, tot i que no tenim gaires seguidors.

Recursos econòmics dels que disposem?

Som una empresa amb un any de vida, ens a costat molt aguantar aquest primer any i feines a no perdre-hi diners, per tant els recursos econòmics enfocats a promocionar-nos són zero.

Predisposició a formar-vos en aspectes de promoció per internet?

Tot el que sigui per guanyar clients serà benvingut, per tant si hem d'aprendre coses noves les aprendrem.