



31.2.2 - La promoció i la comunicació turístiques

Tenir una oferta i un producte atractius a uns preus competitiu constitueix un factor d'èxit per al desenvolupament turístic de la destinació, **sempre que el client potencial s'assabenti que existeix**.

És a dir, s'han de fer accions de promoció dirigides a incrementar el coneixement de la destinació i del conjunt de la seva oferta turística, amb l'objectiu de generar riquesa per al territori.

Un error que cometem molts municipis que decideixen desenvolupar l'activitat turística és **començar per les accions de comunicació**: fent un fullet per promocionar la destinació; però sense haver fet una feina de planificació prèvia que és necessària.

No podem començar a planificar la comunicació de la destinació i els seus productes fins que no haguem arribat a aquest punt en el procés de construcció del pla d'acció.

A l'hora de posar-nos a treballar en la definició de l'estratègia de comunicació i promoció per a la nostra destinació i els seus productes, **haurem de tenir en compte**:

- Els **destinataris** de les accions de comunicació i promoció.
- Els **objectius** que volem aconseguir amb l'estratègia de comunicació i promoció.
- Què volem comunicar (**missatge**).
- **Qui s'encarrega** de comunicar-ho.
- Com s'ha de comunicar (**suports i mitjans**).
- El **seguiment i el control** de les accions de comunicació i promoció per poder comprovar-ne l'eficàcia.