

LE - 02

ORD. DEL TERRITORIO Y RENOVACION URBANA

Consolidar la estructura urbana del Distrito Nacional de forma progresiva y sostenible. Ejecutando políticas integrales concertadas, que ordenen y regulen de manera efectiva su patrimonio edificado, la densidad y permisos de uso de su suelo en todo el territorio.

p 05 PLAN MERCADEO DE CIUDAD

“Conducir el crecimiento económico de Santo Domingo a través de la realización de oportunidades y el aumento del conocimiento de las ofertas de la ciudad, dando valor a la posición de Santo Domingo como el centro líder regional en Republica Dominicana”.

A dónde queremos ir y cómo llegaremos allá

Conducir el crecimiento económico de Santo Domingo a través de la realización de oportunidades y el aumento del conocimiento de las ofertas de la ciudad

Santo Domingo es reconocido como el centro líder regional en Republica Dominicana

<p>Promover una imagen positiva</p>	<p>Promover la ciudad como el centro de servicios preferido y atraer mayor inversión</p>	<p>Incrementar la inversión a través de eventos y atracciones hacia el mercado turístico clave</p>	<p>Atraer y retener profesionales de excelencia</p>	<p>Promover la colaboración y el compromiso de la industria</p>
<p>Fortalecer la posición única de San Domingo a través de la creación de la marca ciudad</p> <p>Promover la marca ciudad para identificar las audiencias objetivo</p> <p>Asegurar la consistencia de la marca ciudad a lo largo de los puntos de contacto de toda la ciudad</p>	<p>Aumentar la tasa de gastos y capitalizar los viajes múltiples a través de campañas segmentadas con la colaboración de la industria</p> <p>Atraer una mayor inversión en las edificaciones a través de información relevante y material</p>	<p>Maximizar las oportunidades dando acceso a materiales e información relevante y oportuna</p> <p>Entregar esfuerzos de marketing estereos que lleguen a los mercados turísticos claves</p>	<p>Agrupar a la industria local para atraer profesionales claves a través de programas comunales de marketing</p> <p>Identificar oportunidades de instalar negocios en nichos objetivo (nichos de la industria)</p> <p>Introducir, conectar y retener innovaciones</p>	<p>Crear un soporte a través de programas comunales de marketing</p> <p>Promover las ventajas de la imagen ciudad a la industria</p>

ESTRATEGIAS Y ACCIONES



Plataforma Estratégica de Marca Turística de Santo Domingo

Octubre de 2008

OBJETIVOS:

- Desarrollo y promoción de una imagen Ciudad.
- Conseguir que Santo Domingo sea un centro preferido de servicios y mayor atractivo para inversionistas.
- Que Santo Domingo sea atractivo de los principales eventos, conferencias y mercados turísticos claves.
- Atraer y retener a capacitados.
- Mejorar la colaboración de la industria

GESTION:

- Ámbito de actuación: Provincia de Santo Domingo.
- Financiamiento: interno
- Período de ejecución: Estimado de 3 meses , Para la 1era etapa, Nov 3 Dec 8 Enero 12 – 2009.

COLABORADORES:

A. D. N
ARISMENDIKNOX