

**IndiGo**  
los expertos en India

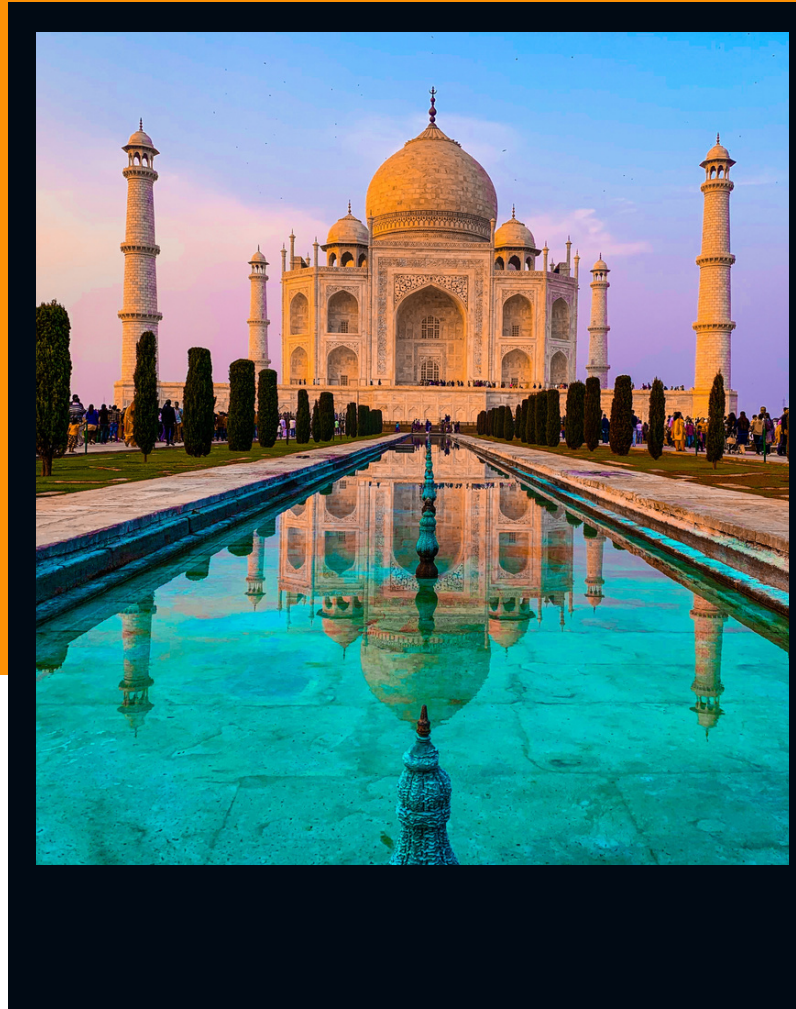
Garantiza

**ENTRADA, COBERTURA Y ÉXITO**

**EN INDIA**



# Sobre Nosotros



**Somos sus expertos en India en Relaciones Públicas, Marketing y Turismo**

IndiJo es una agencia líder en India que ofrece servicios especializados en Representación de Ventas, Marketing, Relaciones Públicas, Gestión de Eventos, Digitalización y Creatividad. Con una comprensión del mercado y relaciones adecuadas, combinamos conocimientos globales con locales para representar a su negocio en el segundo mercado más grande del mundo. En IndiJo, estamos comprometidos a ser su socio estratégico para impulsar su presencia y éxito en India.



## Visión

Inspira e influi en 1.410 millones de indios para viajar al extranjero.



## Misión

- Ser la agencia de marketing y relaciones públicas más indicada para todo lo relacionado con viajes y turismo
- Proporcionar los mejores servicios de marketing turístico, relaciones públicas, gestión digital y de eventos para nuestros clientes
- Utilizar eficazmente tecnologías de vanguardia, innovación y creatividad para ayudar a nuestros clientes a destacar
- Contar con un equipo bien remunerado y motivado: los mejores profesionales en la industria.



## Valores

- INTELIGENCIA: Es lo que 'impulsa todas nuestras acciones' para asegurarnos de obtener los mejores resultados con todo lo que hacemos.
- ACCIÓN: Trabajando con "presencia física en el terreno" para ejecutar planes bien concebidos.
- INNOVACIÓN: Nos apasionan el pensamiento y la ejecución disruptivos para generar "Impactos pioneros".
- ASOCIACIONES: Que sean divertidas, sinérgicas y desarrollen oportunidades de "Win-Win".
- CUIDADO: Por el medio ambiente y todas las personas que lideran un "bajo impacto de carbono y felicidad".
- IGUALDAD: 'Respeto por todos' sin discriminación por motivos de raza, género u orientación sexual.
- RENTABLE: Suficiente para ser sostenible, pagar bien a nuestro equipo y 'retornar a la sociedad'.

# DIVISIONES CON VALOR AÑADIDO

Somos una agencia totalmente integrada, que ofrece relaciones públicas, ventas, marketing, gestión de eventos, digital y creatividad a través de nuestras divisiones especializadas:

**Relaciones públicas - Representación de viajes y turismo - Branding y diseño - Marketing digital y en redes sociales - Desarrollo de sitios web - Gestión de medios y eventos.**





**CLIENTES  
REPRESENTADOS**

# REPRESENTANDO

## A LOS MEJORES

*y se nota.*



# REPRESENTANDO

## A LOS MEJORES

*y se nota.*

visit  
**MONACO**

**QATAR**  
المجلس الوطني للسياحة  
National Tourism Council

 **DAVOS'  
KLOSTERS**

 **VISIT  
BRUSSELS**

  
**Maldives**  
...the sunny side of life

  
HUNGARIAN  
TOURISM AGENCY

TOURISM  
**TORONTO.**

 *St. Moritz.*  
ENGADIN MOUNTAINS

**MIAMI**  
GREATER MIAMI AND THE BEACHES

Visit  
**Orlando**

**TRAVEL  
SOUTH  
USA**

 **THE OC**  
California

# REPRESENTANDO

# A LOS MEJORES *y se nota.*





# REPRESENTANDO

## A LOS MEJORES

*y se nota.*

Connect TRAVEL  
MARKETPLACE

  
sinbad

DÊRTOUR

HARBOUR CITY  
海港城

مؤسسة دبي  
لتنمية الصادرات  
DUBAI EXPORTS



  
Disney  
CRUISE LINE

  
THE BICESTER VILLAGE  
SHOPPING COLLECTION

 Rhätische Bahn

  
Disneyland  
PARIS

  
Disneyland  
HONG KONG

  
Walt Disney World®  
*Where dreams come true*

NŌ  
ŌE  
Maldives Kunaavashi



**TESTIMONIOS DE CLIENTES**

# NO NOS CREAS A NOSOTROS

*Solo escucha lo que dicen nuestros clientes.*



LIFE  
**UTAH**  
ELEVATED™

"IndiJo led with innovation and creativity; a leader in industry relationship-building tactics. I enjoyed my time working with Joe and I am honored to extend a glowing recommendation!"

## RACHEL BREMER

Director de mercados globales

Oficina de turismo de Utah.

"IndiJo lideró con innovación y creatividad; es un líder en tácticas de construcción de relaciones en la industria. Disfruté mi tiempo trabajando con Joe y me honra hacer una recomendación brillante".



# NO NOS CREAS A NOSOTROS

*Solo escucha lo que dicen nuestros clientes.*



Connect TRAVEL  
**MARKETPLACE**

"The IndiJo team is extremely well connected within the Indian travel industry and have done an excellent job in establishing and promoting the Connect Travel brand in India. The team has been very responsive to our needs and have consistently provided Connect Travel with professional service and insights."

**SHARI BAILEY**

Vicepresidenta de Connect Travel & GM Connect Travel Events  
**Connect Travel Marketplace**

"El equipo de IndiJo está extremadamente bien conectado dentro de la industria del turismo en India y ha hecho un excelente trabajo estableciendo y promoviendo la marca Connect Travel en India. El equipo ha sido muy receptivo a nuestras necesidades y ha proporcionado consistentemente a Connect Travel un servicio y conocimientos profesionales."

Connect TRAVEL

Shari Bailey  
Connect Travel  
15 Technology Parkway, Ste. 250  
Norcross, GA 30092

May 1, 2021

To Whom it May Concern:

Connect Travel is please to recommend IndiJo Consulting.

Connect Travel is a B2B tourism marketing and sales company that produces ten live B2B events annually and six online travel and tourism industry facing webinar series, podcasts, newsletters, and planning tools. We have had the pleasure of working with IndiJo Consulting since its inception.

India is an important source market to the USA, and our relationship with IndiJo has been invaluable in bringing the top Indian tour operators to attend the 'Connect Travel Marketplace' events. IndiJo also provides workshops, general sessions, and strategic insight into market strategies that have been vital to our ongoing education platforms for our clients.

The IndiJo team is extremely well connected and within the Indian travel industry and have done an excellent job in establishing and promoting the Connect Travel brand in India. The team has been very responsive to our needs and have consistently provided Connect Travel with professional service and insight.

We highly recommend IndiJo Consulting.

Sincerely,

*Shari Bailey*

Shari Bailey  
Vice President, Connect Travel  
General Manager, Connect Travel Events  
Phone: +1 813-486-4277

CONNECTTRAVEL.COM | 15 TECHNOLOGY PKWY, SUITE 270 | NORCROSS, GA 30092 | PHONE: 770.582.9700 | FAX: 770.582.9800

# NO NOS CREAS A NOSOTROS

*Solo escucha lo que dicen nuestros clientes.*



**VISITFLORIDA**<sup>®</sup>

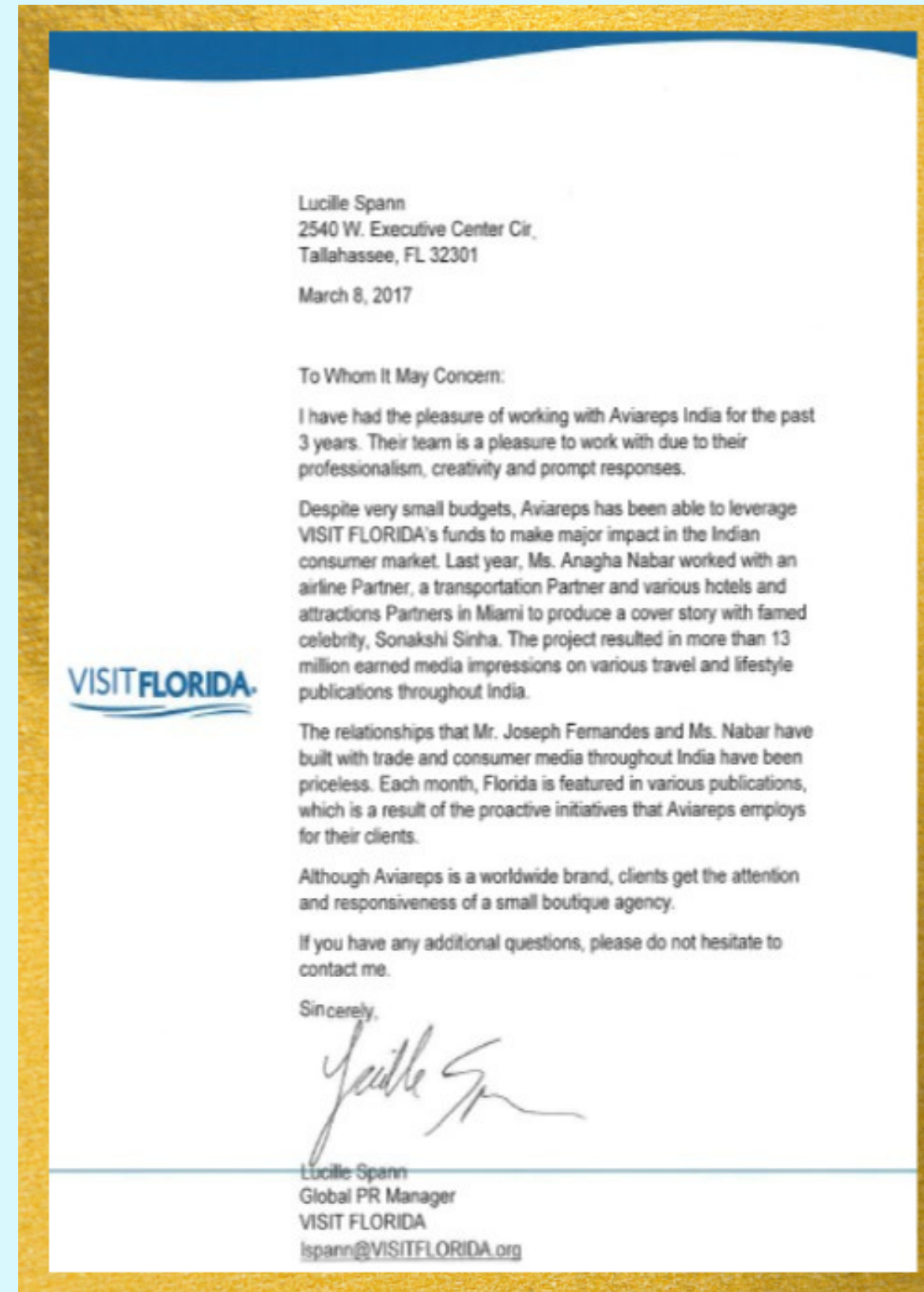
"The relationship Mr. Joseph Fernandes and Ms. Nabar with trade and consumer media in throughout India is priceless. Each month Florida is featured in various publication which is a result of thier proactive initiatives"

**LUCILLE SPANN**

**Gerente Global de Relaciones Públicas**

**Visit Florida**

"La relación del Sr. Joseph Fernandes y la Sra. Nabar con los medios comerciales y de consumo en toda India es inestimable. Cada mes, Florida es presentada en varias publicaciones como resultado de sus iniciativas proactivas".



# NO NOS CREAS A NOSOTROS

*Solo escucha lo que dicen nuestros clientes.*

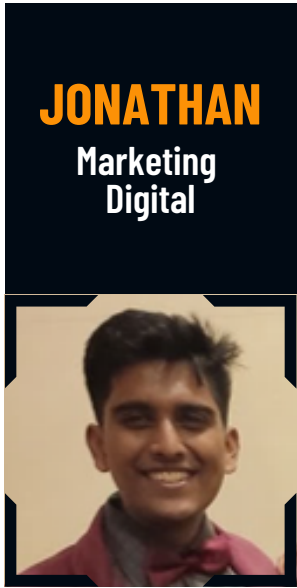
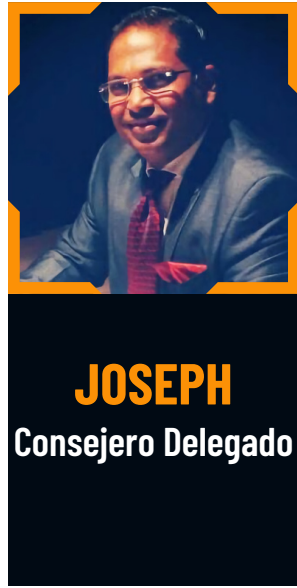


"IndiJo is a professional sales and marketing organization with a hardworking team able to provide Knowledgeable information and services"

**KRISTÓF MÁTÉ**  
Consejero Delegado  
**Sinbad Europe**

IndiJo es una organización profesional de ventas y marketing con un equipo trabajador, capaz de proporcionar información y servicios expertos.





Curriculum Vitae



# JOSEPH FERNANDES

Consejero Delegado



- Joseph es un experto en la industria de la aviación y el turismo, habiendo pasado 31 años en el negocio. Ha representado con éxito a un gran número de clientes globales de turismo y aviación en India, utilizando su experiencia y amplio conocimiento del mercado indio.
- Joseph es graduado en comercio de la Universidad de Mumbai y tiene un MBA en Marketing de la Universidad de Newport en California. Él es multilingüe.
- Joseph fundó AVIAREPS-India en 2004 y dirigió la compañía durante 16 años, durante los cuales estuvo involucrado en el proceso de toma de decisiones estratégicas para el lanzamiento y la representación de marketing / PR de varios clientes globales de aerolíneas y turismo, como... DFW Airport, NYC & Company; Disney Parks, Visit Florida, Utah-office of Tourism, Qatar National Tourism Council, Small Luxury Hotels of the World, Venetian Macau , Rbh Railways , Budget-Rent-a-Car etc.







## **VINITA VASU : JEFA DE VENTAS Y MARKETING**

- **29 años** de experiencia activa en ventas y marketing de viajes y turismo.
- Trabajó en AVIAREPS como gerente de ventas y marketing
- Anteriormente trabajó en Kenya Airways
- Graduado en artes por la Universidad de Mumbai.



## **ANAGHA NABAR: CONSULTOR DE RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN**

- **15 años** de experiencia activa en relaciones públicas y comunicación de marketing
- Fue la jefa de relaciones públicas en AVIAREPS-India.
- Anteriormente trabajó con agencias líderes de relaciones públicas en India como PR Pundit and Perfect Relations
- Gestionó clientes como Tourism Australia, Viacom18, Moet Hennessy India (LVMH), Guess, Nautica, Fossil
- Tiene un posgrado en Relaciones Públicas y Comunicaciones Masivas.



## **THOMAS T : CONSULTOR DE RELACIONES PÚBLICAS**

- Especialista en comunicaciones de viajes con más de **dos décadas** de experiencia en periodismo y turismo.
- Bien versado en el panorama de los medios y ha manejado proyectos independientemente de su dominio de los viajes.
- Jefa Global de Comunicaciones Corporativas y Responsabilidad Social Empresarial de Cox & Kings Ltd.
- Fue Editor Gerente de Travel Trends Today.
- Tiene una Maestría en Historia.

*Administración  
Reanudar*



# Caso de éxito

## Connect TRAVEL MARKETPLACE

**Antecedentes:** Connect Travels - Business events, es el principal organizador de eventos comerciales y reuniones de viajes comerciales en América. Connect Travel está representado en India por IndiJo.

**Objetivo:** Lograr que los principales operadores turísticos indios asistan a los eventos de Connect Travel Marketplace cada año y facilitar contratos con proveedores estadounidenses que participen en la feria.

**Resultados:** Un total de 56 destacados operadores turísticos indios de 12 ciudades de la India asistieron a los eventos de Connect Travel Marketplace en 2018, 2019 y 2020



12 tour operadores asistieron al evento B2B de 2018



16 tour operadores asistieron al evento B2B de 2019



28 tour operadores asistieron al evento B2B de 2020



# Caso de éxito

**Objetivos:** Promocionar Florida como un destino de lujo para vacaciones entre los viajeros indios adinerados. Aprovechando el atractivo de 'Sonakshi Sinha', una destacada estrella de Bollywood, al traerla al destino.

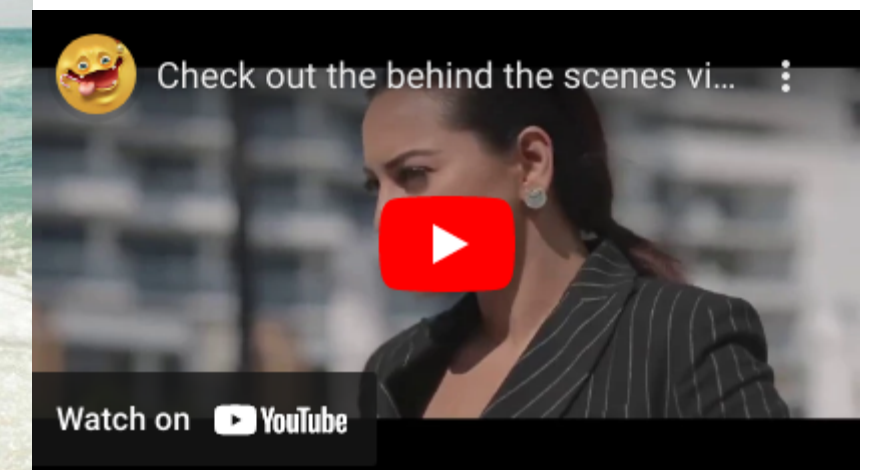
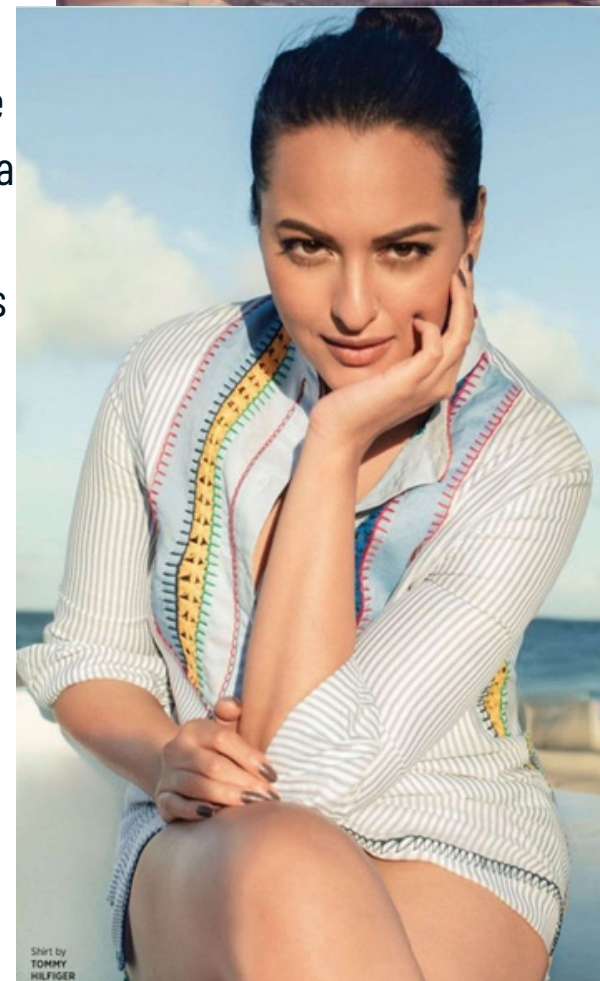


**Acciones:** Asociación con la revista Man's World para una sesión de fotos en portada con Sonakshi.

- Acuerdo con Sonakshi para publicaciones en tiempo real en todas sus redes sociales, donde todas las publicaciones incluirán los hashtags #SoMiami y #LoveFL.
- Solo se incurrieron en los costos de alojamiento por parte de Visit Florida / Miami CVB.
- Se negociaron y aseguraron billetes de avión gratuitos para el equipo en Turkish Airlines.

**Resultados:** Historia de portada:

- Un artículo de 15 páginas en la revista Man's World, con 3 páginas dedicadas al hotel anfitrión. También se publicó en el sitio web de Man's World.
- Publicaciones de Sonakshi en las redes sociales: En Instagram, generó más de 70,000 Me gusta y más de 300 comentarios. Las publicaciones también se compartieron en Facebook y Snapchat.

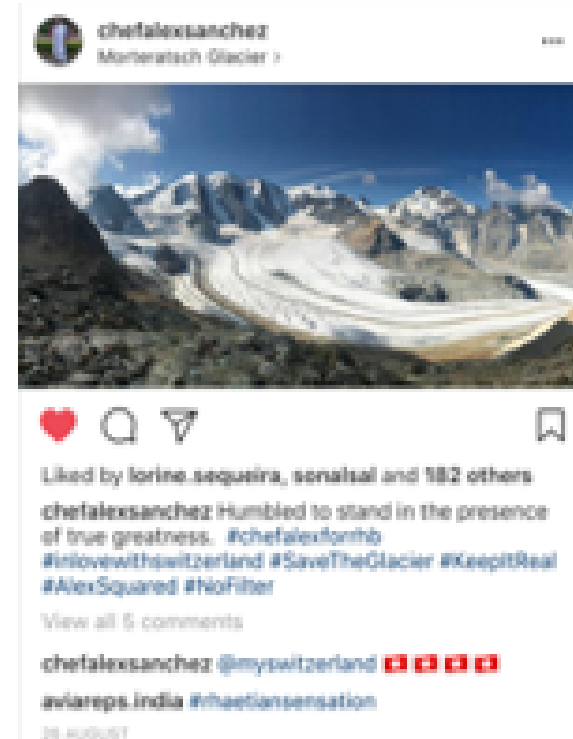


# Caso de éxito

**Objetivos:** Promover el Ferrocarril Rhaetian (RhB) y la ruta culinaria a lo largo de las paradas en la línea ferroviaria, y aumentar la conciencia sobre el tren panorámico y sus ofertas turísticas. Además, integrar un componente de comercio de viajes en la promoción.

## Acciones:

- Se contactó al famoso chef Alex Sánchez para realizar una ruta culinaria a lo largo del Bernina Express.
- CNBC TV se involucró para cubrir la ruta del chef Alex, quien visitó Davos, St. Moritz y Poschiavo, donde exploró pequeñas ciudades, visitó fábricas de chocolate y queso familiares e interactuó con chefs locales.
- El itinerario fue una combinación de experiencias culinarias y de lujo.
- A su regreso, el chef Alex creó una comida especial para el comercio de viajes en un almuerzo organizado por Rhb en su restaurante, 'The Table'.



## Resultados:

- CNBC presentó publicaciones en vivo en Facebook y un episodio de TV de 30 minutos.
- El chef Alex publicó en su ampliamente seguido perfil de redes sociales con el hashtag #ChefAlexforRhB
- Se reprodujo un video del viaje en el evento comercial.

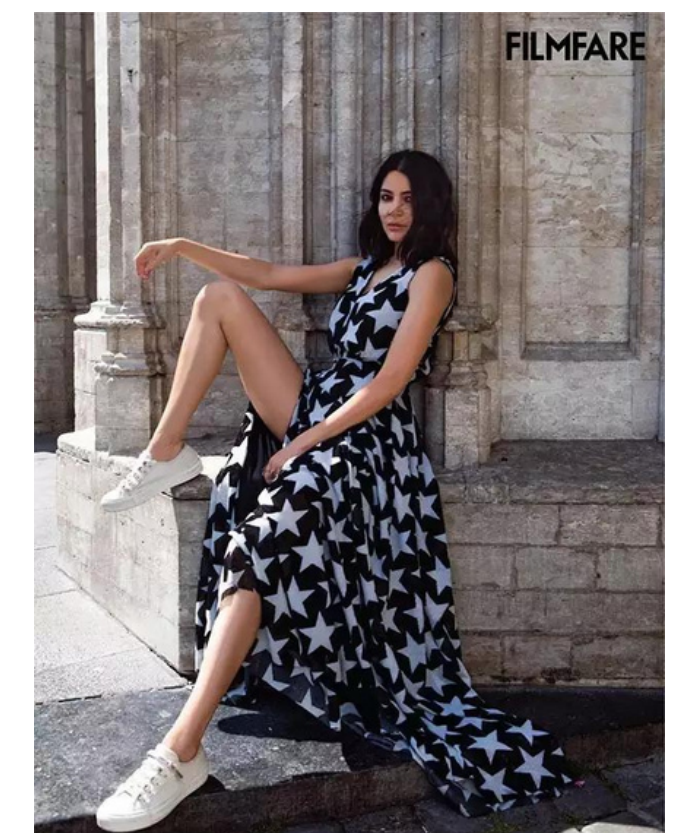
# Caso de éxito



**Objetivo:** Promover Bruselas como un destino imprescindible en Europa al mostrar y aprovechar el viaje de la destacada estrella de Bollywood Anushka Sharma a Europa junto con la revista Filmfare.

## Acciones:

- Nos pusimos en contacto con la revista "Filmfare", quienes estaban interesados en realizar una sesión de portada con Anushka en Europa, y logramos que lo hicieran en Bruselas.
- Acordamos llevar a Anushka en avión desde Londres a Bruselas y regreso (ella se encontraba en Londres para la Copa Mundial de Críquet).
- Llegamos a un acuerdo con la revista para publicar en sus redes sociales, cobertura editorial y la creación de un video "Detrás de las escenas".



## Resultados:

- La historia de portada de Bruselas se presentó en la edición de agosto de 2019 de Filmfare.
- Se realizaron varias publicaciones sobre el destino en las redes sociales de Filmfare, las cuales fueron compartidas, retuiteadas y reposteadas por otras revistas como Femina, Lonely Planet, Hello! y Top Gear.
- El "video de realización" de la sesión fotográfica se subió a YouTube por Filmfare. Este video también fue utilizado por el consulado y la embajada de Bélgica para su evento del Día del Rey con más de 2000 asistentes.

# Caso de éxito

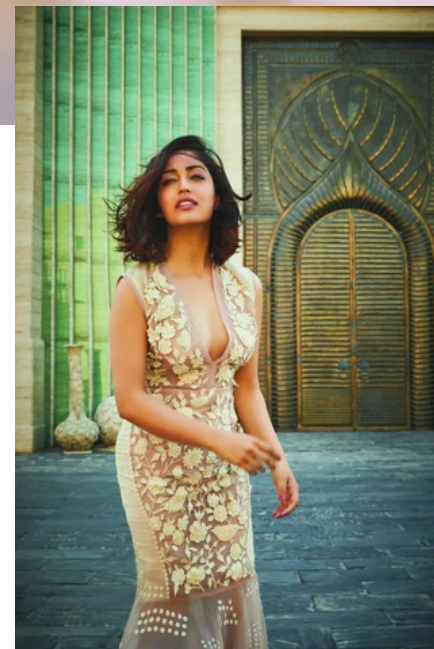


**Objetivo:** Promover a Qatar como un destino de lujo de primer nivel para las personas adineradas y famosas, aprovechando la industria de Bollywood.



## Acciones:

- Nos pusimos en contacto con la revista "Global Spa", una destacada revista de bienestar y estilo de vida de lujo en India, para traer a una destacada estrella de Bollywood a Qatar.
- "Global Spa" aceptó hacer una sesión de fotos con Yami Gautam, una destacada estrella de Bollywood en Qatar para su portada, con un acuerdo previo para el desarrollo de contenido y publicaciones por parte de la estrella y la revista.



## Resultados:

- Se desarrollaron y presentaron 8 páginas de contenido en la revista "Global Spa".
- Se realizaron varias publicaciones promocionales sobre el destino en "Global Spa" y en las redes sociales de Yami Gautam. Esto fue recogido y amplificado en medios impresos y en línea.
- Se generó un Valor Publicitario Equivalente (AVE) total de más de \$150,000 a través de esta promoción.

**INDIA**

**La OPORTUNIDAD**



# INDIA

La

## Oportunidad



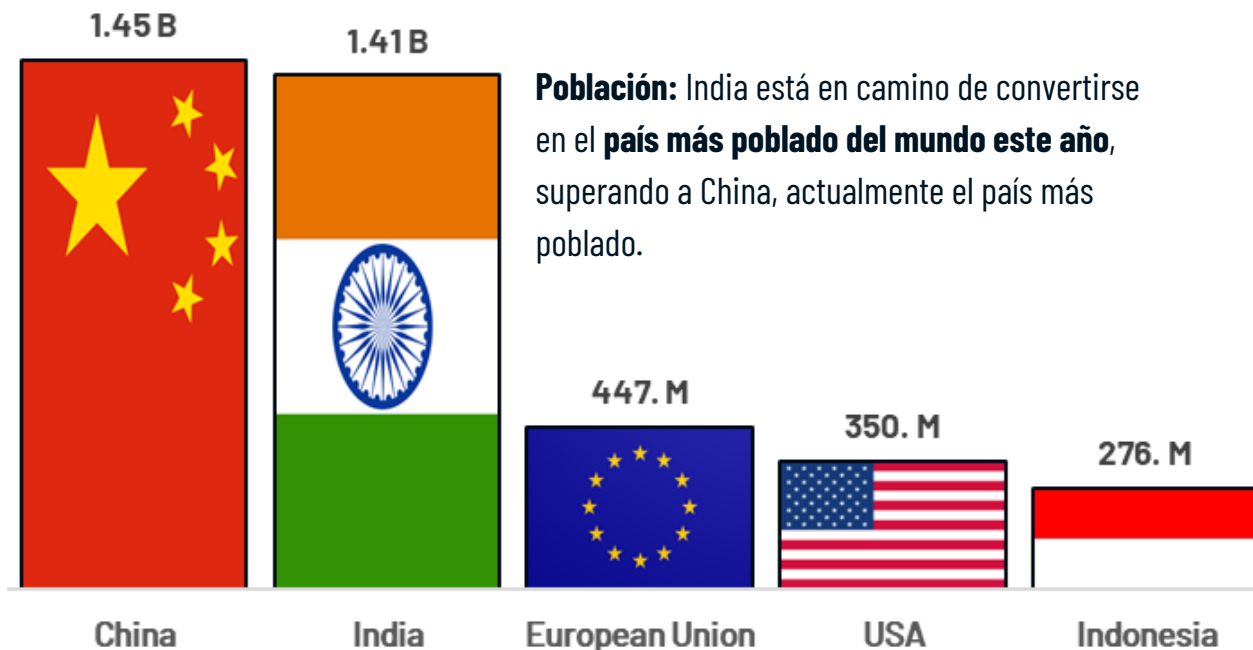
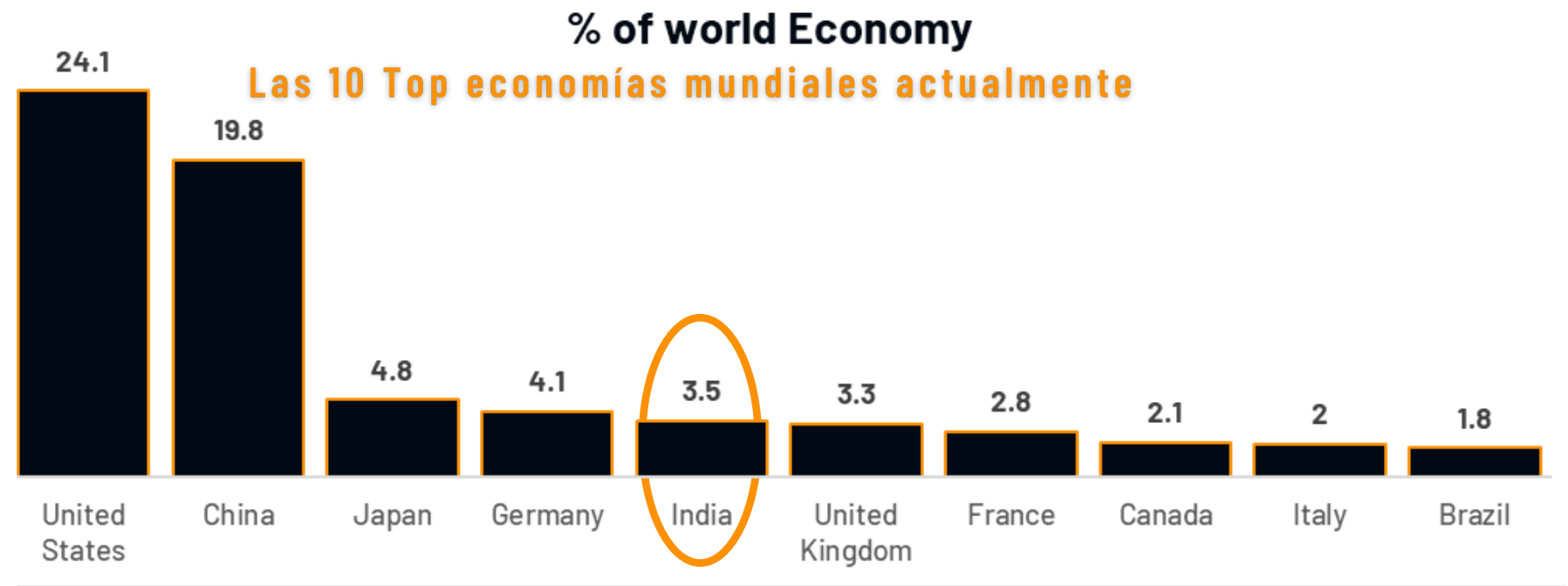
# Perspectivas SocioEconómicas

India está en camino de convertirse en **la tercera economía más grande del mundo para el año 2028**, con una población en rápido crecimiento, creciente urbanización y una clase media en ascenso. La economía india ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años y, con las políticas y las inversiones adecuadas, tiene el potencial de mantener esta tendencia y convertirse en un actor importante a nivel global.

### Economía:

- Según el Fondo Monetario Internacional (FMI), India será la **economía más grande de crecimiento más rápido en el mundo en 2022-23** y lo será durante muchas décadas más.
- Recientemente, India superó al Reino Unido para convertirse en la **quinta economía más grande del mundo**.

Para el año 2030, la población activa de la India será la más joven del mundo en comparación con China, Estados Unidos y otros países..



**Población:** India está en camino de convertirse en el **país más poblado del mundo este año**, superando a China, actualmente el país más poblado.

## Factores que impulsan el crecimiento económico en India

**Cambios demográficos:** Uno de los impulsores clave del crecimiento económico de India es su población en rápido crecimiento. Se proyecta que la población de India alcance los 1.700 millones para 2028, y se espera que su población en edad de trabajar crezca en más de 200 millones de personas en la próxima década. Se espera que esta fuerza laboral en crecimiento impulse el crecimiento económico y aumente la productividad.

**Urbanización:** A medida que más y más personas se mudan a las ciudades en busca de empleo y mejores oportunidades, se espera que la economía urbana crezca y contribuya significativamente al crecimiento general de la economía india. También se espera que las áreas urbanas impulsen la innovación y el desarrollo tecnológico.

**Clase media en crecimiento:** Se espera que la creciente clase media de India también desempeñe un papel importante en su crecimiento económico. Se proyecta que la clase media crezca a más de 500 millones de personas para 2028, y se espera que esta creciente población de consumidores impulse la demanda de bienes y servicios, estimulando el crecimiento económico y creando nuevas oportunidades laborales.



# INDIA

La

## Oportunidad



# Tendencias de viaje

A medida que el mercado global de viajes se recupera a los niveles previos a la pandemia, el mercado indio de viajes al extranjero es tan prometedor que espera superar a muchos otros países, creciendo más rápido que casi cualquier mercado en Occidente. Incluso dentro de la región de Asia-Pacífico, se proyecta que sea uno de los mercados de mayor crecimiento. Hasta febrero de 2023, India sigue siendo el mercado emisor más grande de Asia-Pacífico en términos de capacidad de asientos, ya que China aún no ha recuperado su puesto líder, debido a su incipiente recuperación internacional tras su reapertura en enero. La capacidad de asientos salientes de India ha aumentado del 6% al 10%.



El turismo en India está "floreciendo" y el país estará entre los tres primeros a nivel mundial en términos de viajes al extranjero en los próximos años.

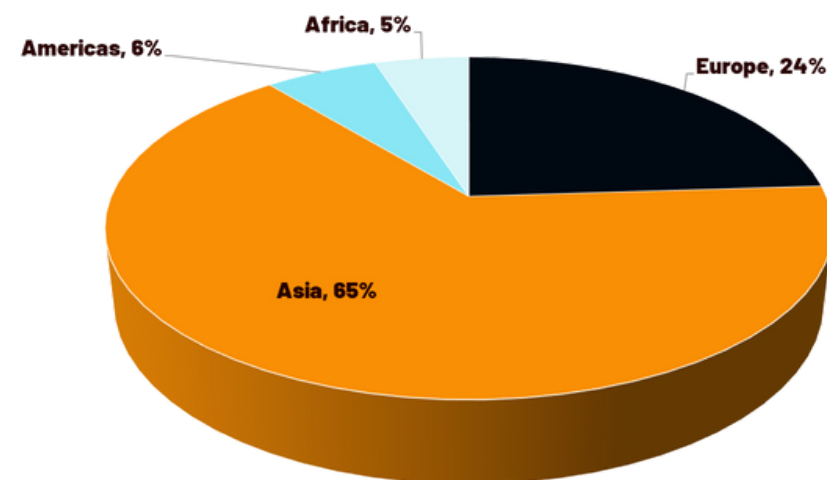
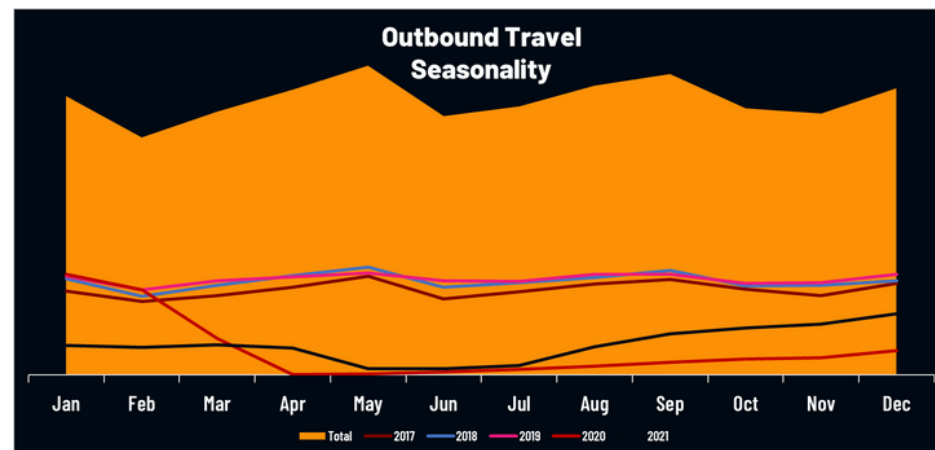
agoda



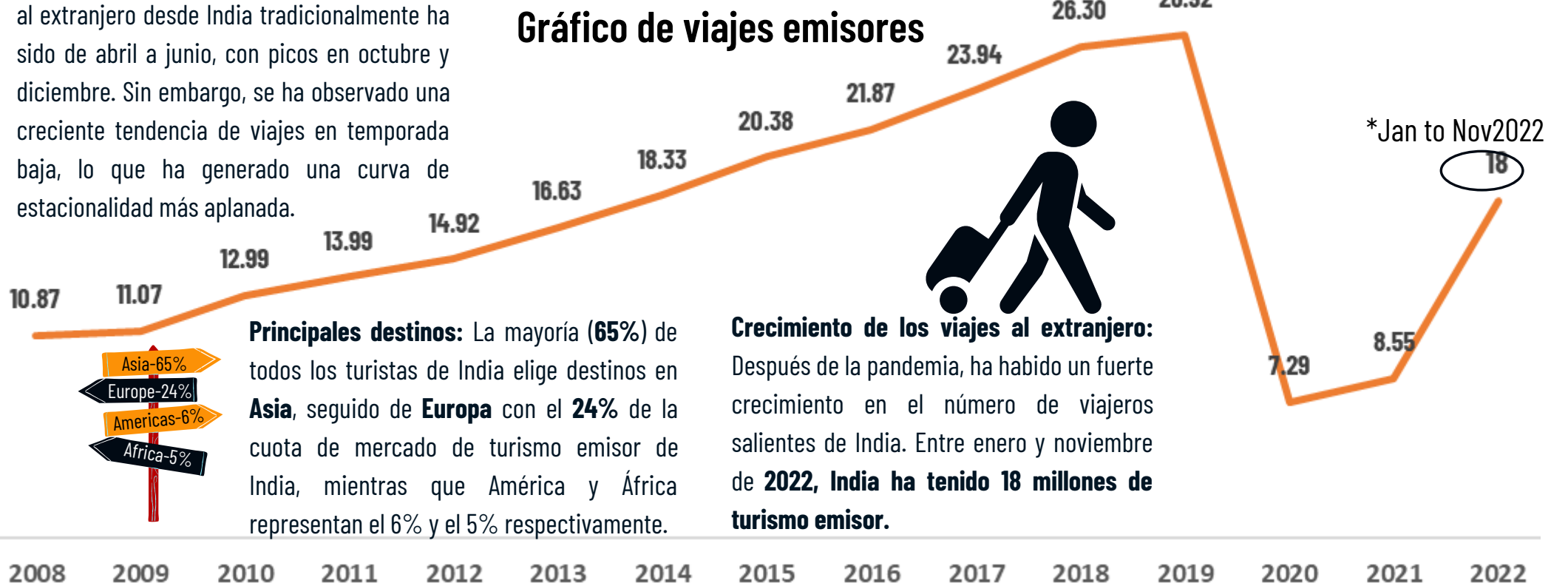
**Omri Morgenshtern**

CEO

**La investigación del Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC: 2018) pronostica que entre 2016 y 2026, el país con más rápido crecimiento en gasto en viajes de ocio será India.**



**Estacionalidad:** La temporada alta de viajes al extranjero desde India tradicionalmente ha sido de abril a junio, con picos en octubre y diciembre. Sin embargo, se ha observado una creciente tendencia de viajes en temporada baja, lo que ha generado una curva de estacionalidad más aplanada.



**Principales destinos:** La mayoría (65%) de todos los turistas de India elige destinos en Asia, seguido de Europa con el 24% de la cuota de mercado de turismo emisor de India, mientras que América y África representan el 6% y el 5% respectivamente.

**Crecimiento de los viajes al extranjero:** Después de la pandemia, ha habido un fuerte crecimiento en el número de viajeros salientes de India. Entre enero y noviembre de 2022, India ha tenido 18 millones de turismo emisor.



**ENFOQUE**  
ESTRATÉGICO

# Nuestro enfoque estratégico



# Nuestro Enfoque Estratégico

## Investigación de Mercado

El primer paso para crear un sólido plan de ventas, marketing y relaciones públicas en India sería llevar a cabo una investigación de mercado. Esto ayudaría a enfocar la estrategia en India a los segmentos comerciales y de consumidores adecuados, con el fin de obtener resultados tanto inmediatos como duraderos. Esta investigación de mercado serviría de base para un Plan Operativo Anual (POA) que IndiJo desarrollaría.



01

### Encuestas rápidas sectoriales

Esta encuesta rápida ayudaría a identificar la posición del producto en el mercado de India, la conciencia comercial sobre el producto y sus ofertas, y las principales ferias sectoriales

02

### Auditoría de Folletos

Las auditorías de folletos ayudan a identificar los productos que ya se ofrecen en India y los que no. También ayudan a identificar las oportunidades disponibles para desarrollar y distribuir productos.

03

### Estudio de Mercado

Esto ayuda a identificar los mercados a los que dirigirse en función de varios parámetros como el tamaño y la madurez del mercado, el nivel socioeconómico, la disponibilidad de canales de distribución, la conectividad aérea, la distancia y las características.

04

### Análisis de acceso aéreo

Análisis del acceso aéreo disponible y potencial al destino, tarifas promedio, capacidad, frecuencia, y otras opciones de transporte aéreo y de viaje.

05

### Encuestas de medios de comunicación, relaciones públicas y medios digitales

Esto ayudaría a identificar los medios de comunicación relevantes, los calendarios temáticos, los enfoques preferidos y los segmentos de medios, ayudando a desarrollar mensajes clave que ayuden a construir la marca en India

06

### Análisis de la competencia

Análisis detallado de la competencia en términos de posicionamiento en el mercado, visibilidad, asociaciones, tráfico, productos, participación comercial y capacitación, iniciativas de consumidores, medios y digitales.

# Nuestro Enfoque Estratégico

01

## Interactuar con DMC y proveedores en el destino

Interacción con los principales DMC y proveedores que ya trabajan con el mercado indio y aquellos que tienen potencial para hacerlo. Establecer reuniones individuales para proporcionarles información que les ayude a adaptar sus productos para India.

02

## OTA

Interactuar con las OTAs globales que operan en India para destacar productos que sean relevantes en India. Además, desarrollar ideas de colaboración y marketing conjunto con estas OTAs para que desarrollen productos especiales para India.

03

## TT00 B2B del mercado local

Las pequeñas agencias minoristas dependen principalmente de los operadores B2B en el mercado local, por lo tanto, se debe establecer contratos y brindar apoyo a estos operadores B2B para desarrollar productos, invirtiendo para ello los recursos necesarios.

04

## Acuerdos con compañías aéreas

Acuerdos de colaboración con aerolíneas clave que actualmente vuelan hacia tu destino y aquellas que tienen el potencial de volar hacia el mismo en el futuro. Los dos objetivos de esto son: 1) Estimulación del tráfico y 2) Desarrollo del transporte aéreo.

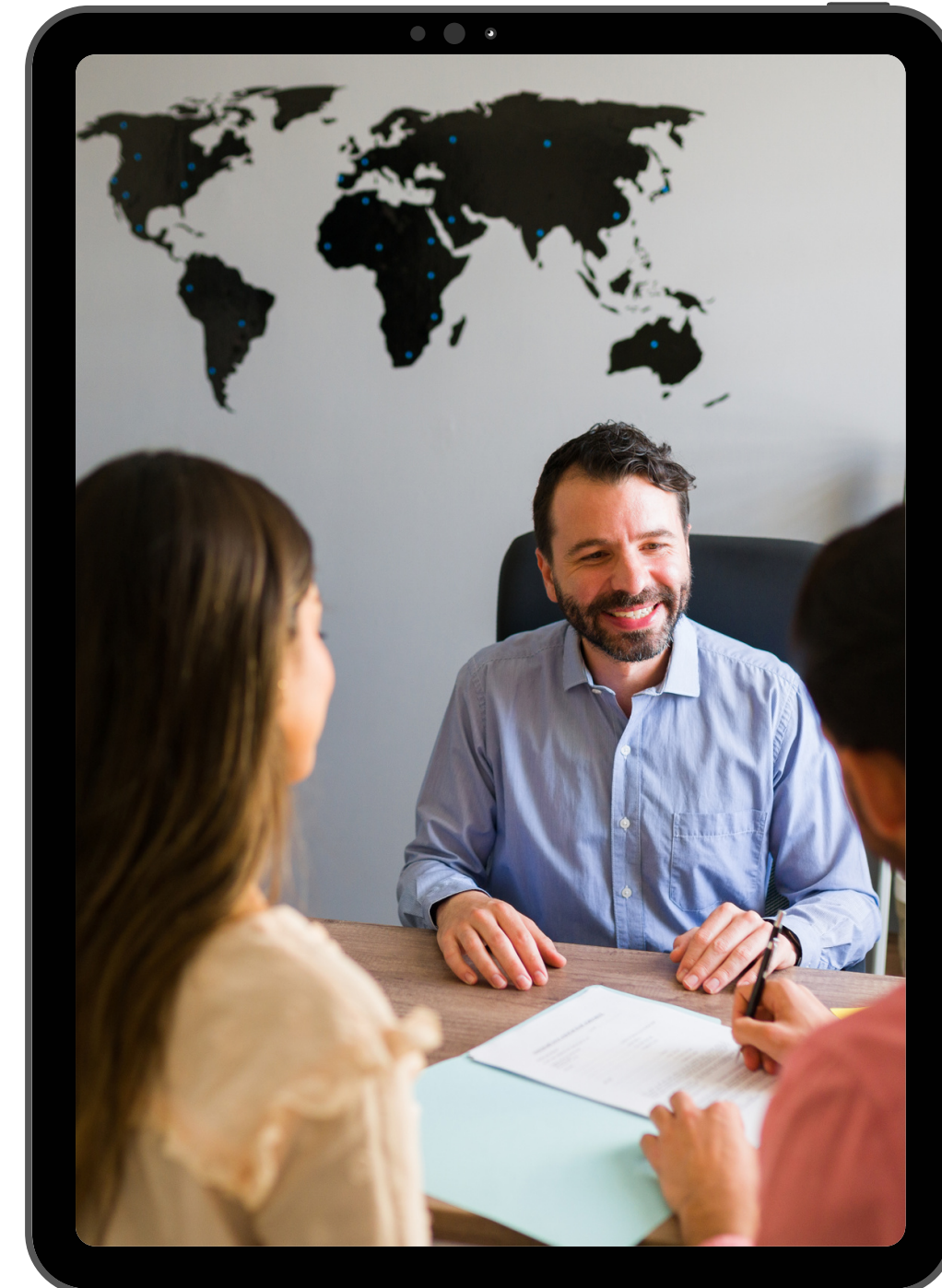
05

## Apoyo de las AAVV minoristas

Acuerdos de ventas con AAVV minoristas para apoyar la distribución del producto turístico. Esto incluiría proporcionar una variedad de contactos para DMC y proveedores locales, itinerarios recomendados, así como servicios de consultoría.

## Desarrollo de Producto

Un gran número de operadores turísticos indios obtienen sus paquetes turísticos a través de DMCs (Destination Management Companies). También hay un número creciente que crea paquetes trabajando directamente con proveedores. Por lo tanto, es de suma importancia apoyar el desarrollo de productos para promocionar cualquier producto turístico en India.



# Nuestro enfoque estratégico

## Distribución

India es un país geográficamente enorme, con una red de más de 40,000 agencias de viajes. Desarrollar las capacidades de esta amplia red para promocionar y vender su producto directamente al consumidor (B2C) es fundamental para el éxito en India. El objetivo principal de establecer una sólida red de distribución de mayoristas (B2B) y minoristas (B2C) es tener su producto disponible para la venta a cada cliente potencial.



01

### Organizar Work-shops entre compradores y vendedores

Organizar reuniones periódicas entre compradores y vendedores en mercados clave para facilitar la contratación B2B y una distribución más amplia.

02

### Centro de recursos sectoriales

Actuar como centro de recursos comerciales y centro de conocimiento de productos en India, brindando información, materiales y otros apoyos. Establecer un repositorio en línea de recursos para la fácil distribución de información sobre productos, imágenes aprobadas, y videos para uso

03

### Formación sectorial

Desarrollar un calendario de formación que incluya seminarios de capacitación, viajes de familiarización (FAM trips), formaciones individuales, webinars, programas de certificación de formación on line

04

### Ferias Turísticas / Workshows

Participar en ferias comerciales y workshows para llegar a una amplia audiencia de operadores turísticos y agentes de viajes en toda India.

05

### Newsletters Sectoriales & Medios turísticos

Distribuir newsletters de productos al sector. Además, iniciar una activa participación de relaciones públicas con los medios turísticos para garantizar que los productos de nuestros clientes estén en la mente de todos los segmentos del sector de viajes.

06

### Relaciones sectoriales

Utilizando nuestro CRM para gestionar bases de datos y participar activamente con todos los segmentos turísticos incluyendo a los principales tour operadores, agentes de viajes, aerolíneas, operadores MICE, organizadores de bodas, DMCs y mayoristas, para impulsar acciones comerciales y

# Nuestro Enfoque Estratégico

01

## Comunicación y Relaciones Públicas

Actuar como el representante de prensa oficial para nuestros clientes en India, lo que incluye presentar historias, distribuir comunicados de prensa, organizar eventos de prensa, relaciones con los medios, proporcionar recursos para los medios y desarrollar un kit de prensa.

02

## Marketing de Marca & Publicidad

La publicidad y el marketing de marca incluyen el desarrollo de un plan de medios, activación de promociones para los consumidores, Plan de Patrocinio, análisis de fortaleza de la marca, y branding en el punto de venta.

03

## Co-Marketing táctico con TT00 y AAVV

Desarrollar un sólido plan de marketing cooperativo B2B2C. (Esto incluye el uso de un módulo RFP exclusivo de IndiJo para revisar planes de medios, seleccionar el mejor socio comercial y lograr el mejor ROI.

04

## Marketing Digital & RRSS

Desarrollar una sólida estrategia de contenido digital y un programa de marketing de influencers para posicionar la marca en India en consonancia con su posición global. Esto también incluiría promociones comerciales y mediáticas, que incluyen influencers y bloggers.

05

## Oportunidades de liderazgo de opinión

Buscamos activamente oportunidades de liderazgo de opinión para nuestros clientes. Estas incluyen oportunidades de hablar y participar en paneles de discusión, entrevistas con medios especializados y otros medios, así como la publicación regular de artículos de opinión.

## Desarrollo de Marca

Establecer de manera positiva la marca de nuestros clientes en India es vital en una estrategia de atracción y persuasión, la cual se ha mostrado como la estrategia más efectiva en la promoción de productos turísticos en India.



**SERVICIO  
EXPERTO**





*Servicios y  
Experiencia B2C*

# Participación Sectorial



## Desarrollo de Producto

- Establecer compromisos con los DMC (Destination Management Companies) clave
- Apoyar la contratación de DMC y proveedores
- Apoyar el desarrollo de productos
- Establecer un centro de información y recursos comerciales en India
- Realizar visitas de ventas a profesionales del sector
- Organizar encuentros entre compradores y vendedores
- Participar en ferias comerciales
- Misiones de ventas
- Participación en acuerdos con aerolíneas

## Distribución & Engagement

- Gestión de bases de datos (CRM)
- Participación en ferias comerciales
- Cenas y reuniones comerciales
- Eventos comerciales D
- Distribución de boletines informativos
- Relaciones con proveedores / socios

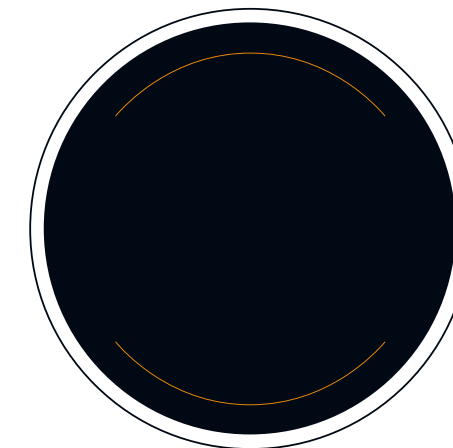
## Formación al sector

- Lanzamientos y eventos de presentación
- Seminarios de formación para el sector
- Workshops comerciales
- Webinars y formaciones on line (Zoom)
- Desarrollo de cursos de formación
- Fam-trips para el sector
- Programas de formación internos "Almuerzo y aprendizaje"
- Q&A con preguntas y respuestas sobre el producto destino

## Promociones B2B & B2B2C

- Promociones en medios sectoriales
- Branding en el punto de venta
- Campañas de cooperación (B2B2C)
- Desarrollo de obsequios para el sector
- Activación del comercio: concursos y juegos

# Servicios y Experiencia B2C



## Marketing al consumidor & Comunicaciones

### Prensa y Relaciones Públicas

- Oficina de Prensa en India
- Investigación y mapeo de medios
- Relaciones con los medios de comunicación
- Llamadas a los medios de comunicación
- Desarrollo de un calendario temático de medios
- Presentación de historias a los medios de comunicación
- Alcance a los medios de comunicación
- Desarrollo y distribución de comunicados de prensa
- Seguimiento a los medios de comunicación para garantizar la cobertura
- Organización de entrevistas con los medios de comunicación
- Desarrollo de una biblioteca de recursos para los medios de comunicación
- Desarrollo y distribución de boletines de prensa
- Desarrollo y publicación de contenido de prensa digital
- Búsqueda activa y aseguramiento de oportunidades de hablar en público
- Desarrollo y preparación de puntos de discusión para entrevistas con los medios de comunicación
- Búsqueda activa y aseguramiento de oportunidades de relaciones públicas complementarias
- FAM de medios en grupo
- FAM de medios individuales
- FAM de personas influyentes de los medios de comunicación
- Eventos de medios: conferencias de prensa y mesas redondas
- Cenas de medios
- Desarrollo de kits de prensa
- Escritura de discursos y redacción interna
- Servicios de traducción

### Marketing Digital

- Desarrollo y actualización de sitios web
- Desarrollo de plataformas de entrenamiento en línea
- Optimización para motores de búsqueda (SEO)
- Marketing en motores de búsqueda (SEM)
- Marketing y gestión en redes sociales
- Gestión de anuncios en Facebook
- Gestión de anuncios en Google
- Desarrollo de contenido y servicios de marketing
- Email marketing
- Optimización de conversiones
- Análisis digital
- Servicios de construcción de enlaces
- Marketing de puntuación de tarjetas
- Generación de leads
- Marketing de influencers

### Marketing al Consumidor

- Publicidad (impresa, radio, televisión, exterior)
- Marketing de alianzas de marca (BAM)
- Desarrollo y análisis de planes de medios
- Investigación de consumidores
- Branding y diseño
- Eventos para consumidores y patrocinios



# Soluciones de Formación Turística On Line

Desarrollo de Programas de Formación On Line Personalizados sobre Turismo & Hostelería

Desarrollo de plataformas de entrenamiento de certificación especializada en turismo y hospitalidad en el sitio web, personalizadas para incluir e integrar contenido multimedia, marketing de tarjetas de puntuación, promoción, marketing en redes sociales, clasificaciones, seguimiento de reservas, membresía por niveles, actualizaciones y más.



# IMAGENES DE EXPERIENCIAS



*Visit Florida*



*Grand USA*



*Visit California*



*Visit Brussels*



## **Actividades de Ventas**

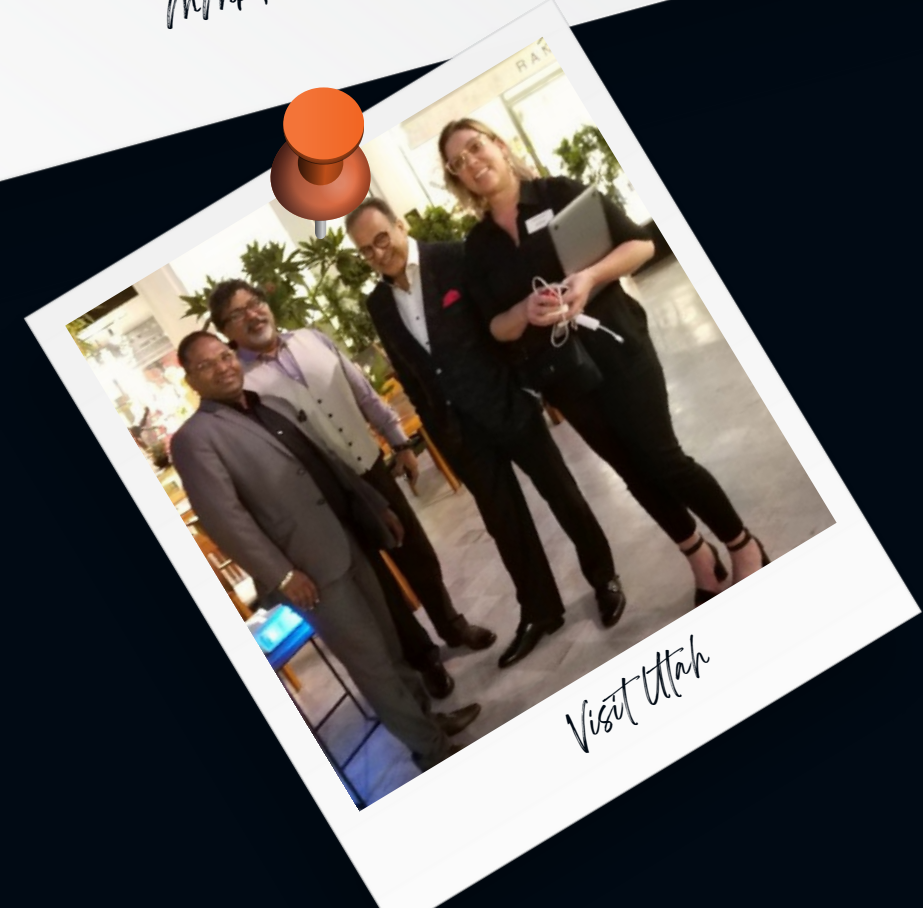
# Actividades de Ventas



MMPRC - Maldives Tourism



Visit Florida



Visit Utah





*Brand USA*



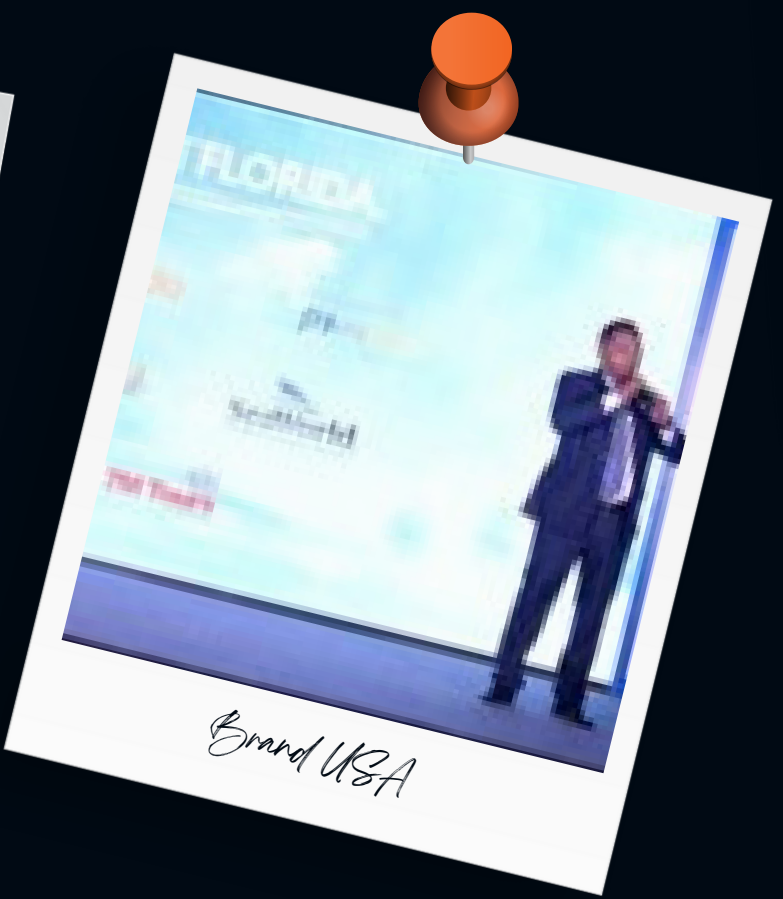
*Visit Utah*



*Visit Florida*



*Brand USA*



*Brand USA*



*Visit Brussels*

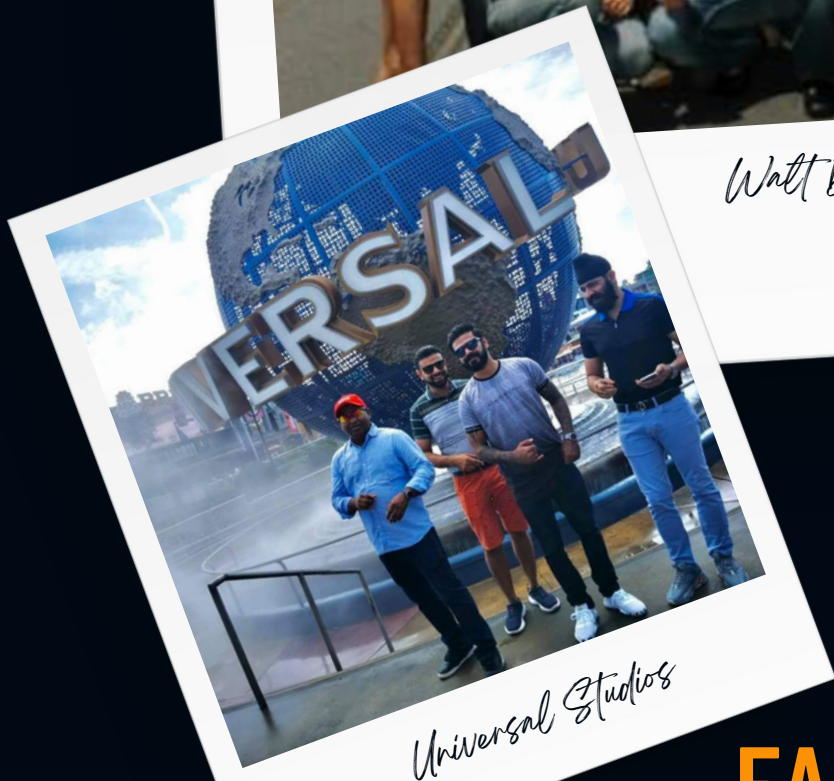
# Actividades de Ventas



Walt Disney World



Peru



Universal Studios



St. Moritz



Atlanta-Georgia



Maldives

# FAM Trips





*Self Drive FAM - Utah*



*Celebrity FAM - Davos*



*Trade Group FAM - Florida*



*Media FAM - Disney*



*C-suite FAM - New York City*



*Wedding Planners FAM - Qatar*

# FAM Trips



*Set Down Dinners*



*Cocktail Events*



*Met & Greet Events*



*Xmas Events*

## Eventos

# Formaciones



*Lunch & Learn - In-house Training*



*Trade Seminars*



*Trade Trainings*



*Hong Kong Disneyland 5th Year Celebration*



*Press Conference-NYC*



*Trade Events*

## Eventos



SATTE-New Delhi



SATTE-New Delhi



SATTE-New Delhi



SATTE-New Delhi

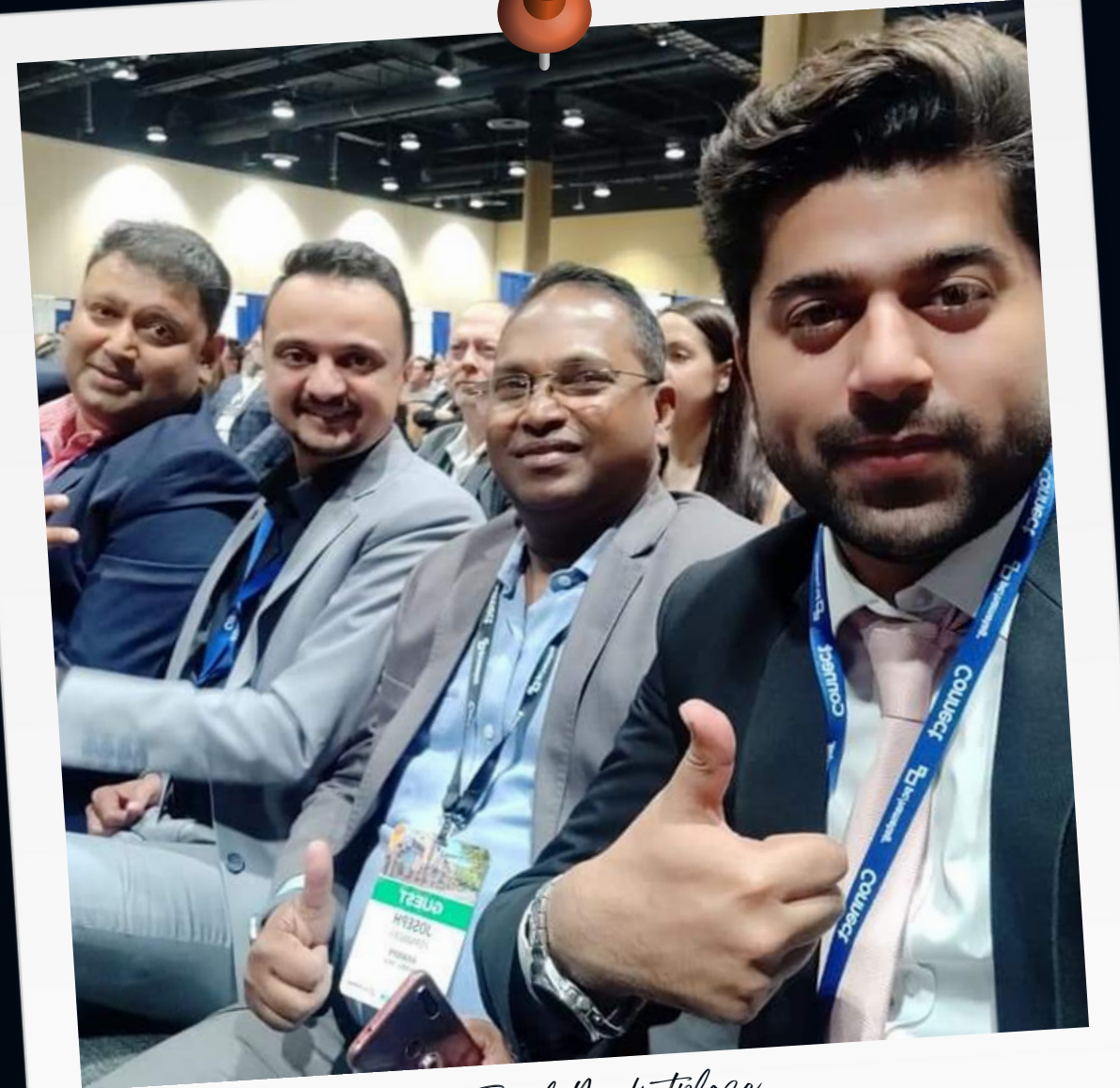
# Ferias Turísticas



*Travel South USA- International Showcase*



*Visit Brussels Showcase*



*Connect Travel Marketplace*



*Connect Travel Marketplace*

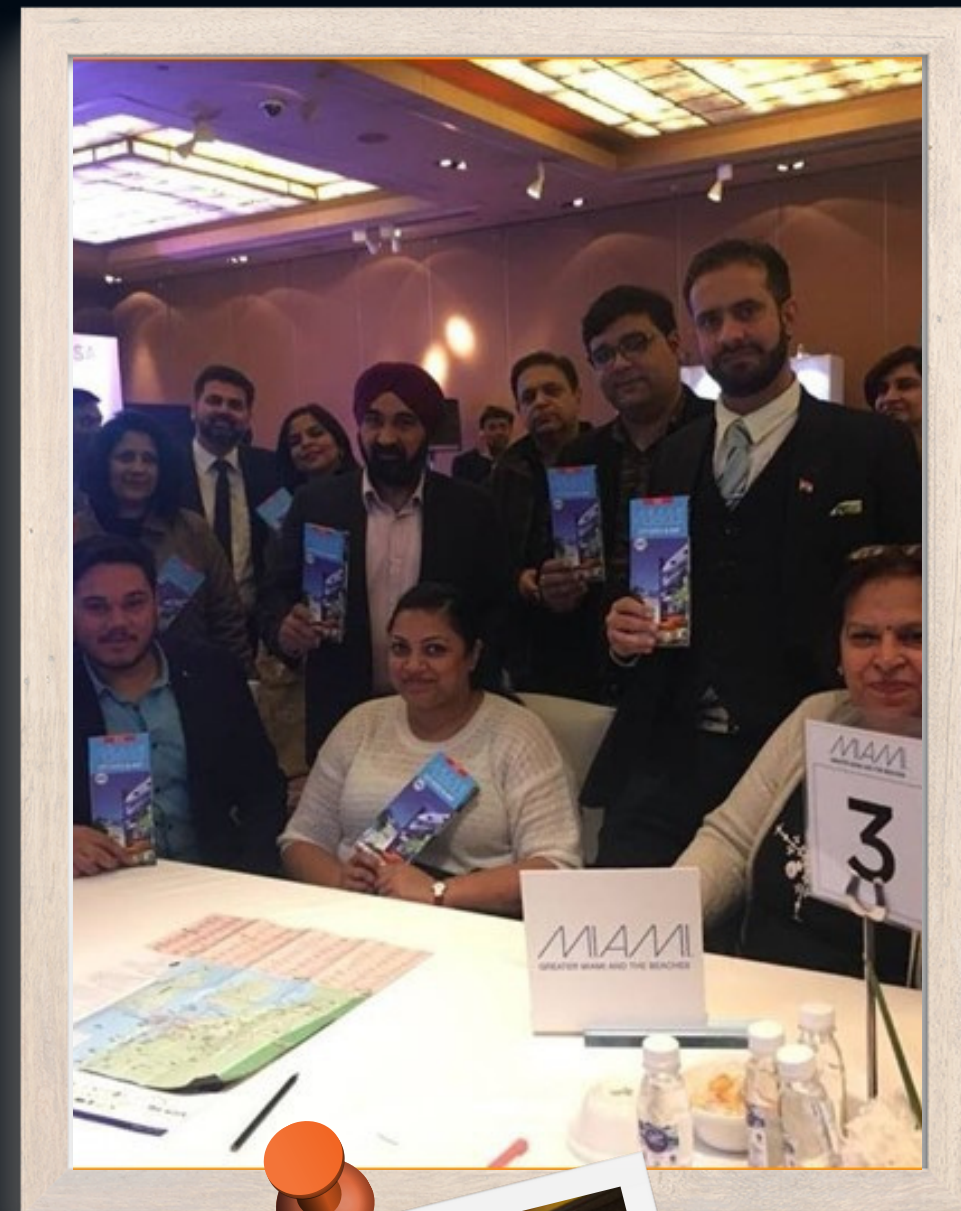
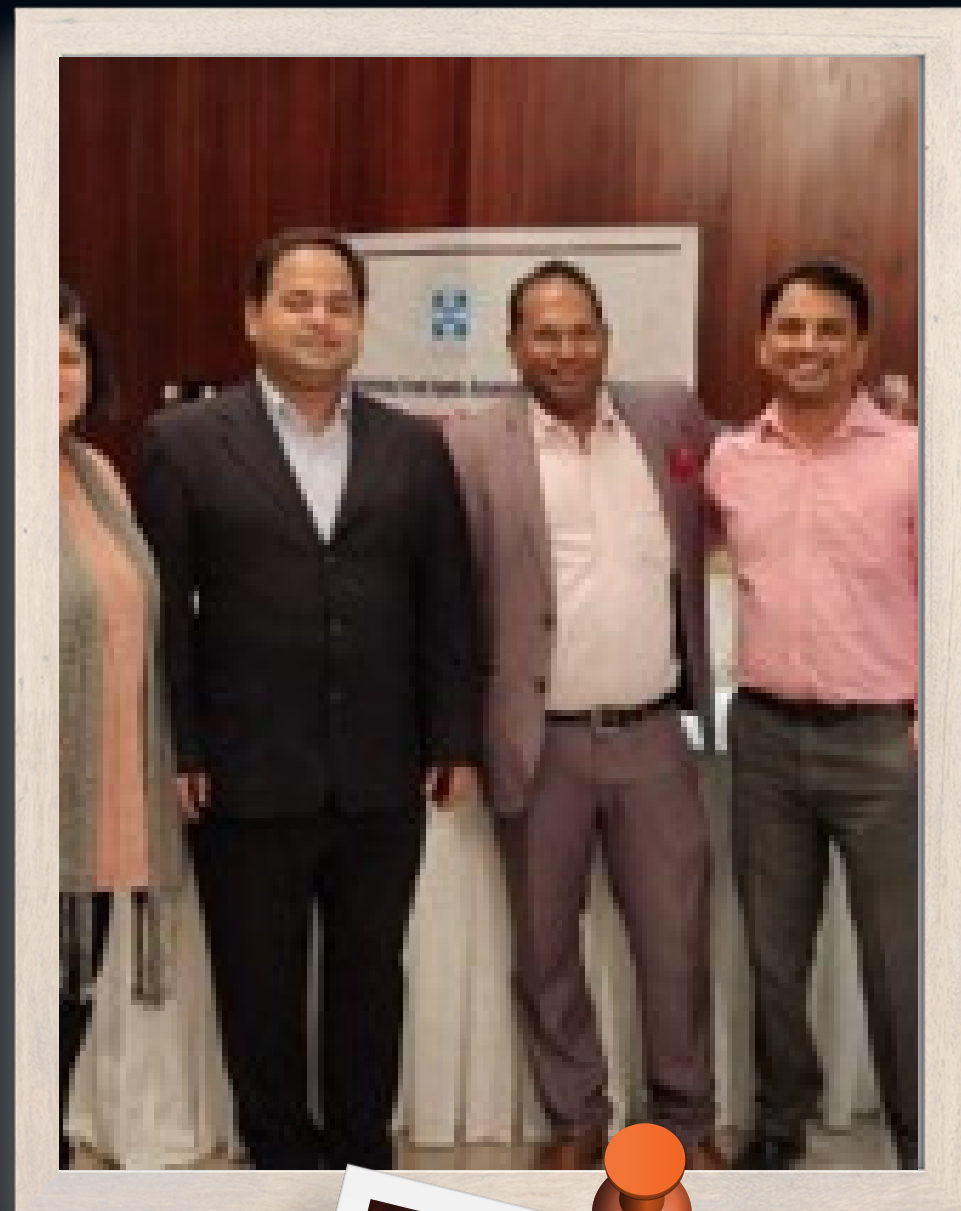


*Connect Travel Marketplace*



*Visit Florida Conference*

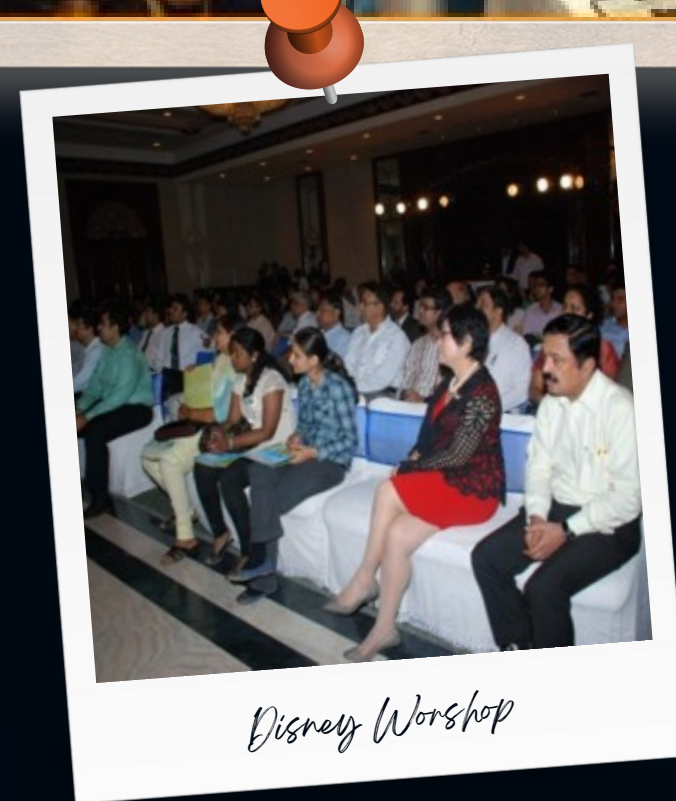
## Eventos en origen



*ETA Workshop*



*Miami CVB Workshop*



*Disney Workshop*

## Workshops

# Premios & Eventos de liderazgo



*Travel & Leisure award*



*Founder Member USACom*



*Destination USA*





**the guide / SOUTH AMERICA**

# Peru

**REACH MACHU PICCHU IN STYLE**  
The most luxurious way to arrive at one of the wonders of the world, is on the *Boliviana* train, which leaves from Ollantaytambo and goes up the hills to drop you at the base of the Lost City. Expect 1920's style Pullman carriages, polished brass, liveried servers and an Andean inspired degustation menu featuring the likes of Magdalena trout and Lamb canneloni. After exploring the citadel on foot, you can choose to stay back at the *Boliviana* Sanctuary Lodge, the only hotel next to the Machu Picchu ruins at 8,300 feet above sea level.

**ART AND FASHION IN LIMA**  
Log on to *luxurygetaways.com* to book a guided tour of the Larco Herrera Museum in the country's coastal capital, Lima. Led one of the museum's art curators, discover for you the most comprehensive collection of pre-Columbian artifacts in South America dating 3,000 years. Next, head to the *Martin Testino* Association museum in the trendy Barranco district to see one of the world's best fashion photographers' portfolio. An appointment with the director of *NETE* will give you access to privileged information on Testino's stunning portraits of Princess Diana, Madonna, Kate Winslet, Brad Pitt, and Gwyneth Paltrow, as well as Peru's hottest emerging artistic talent.

**BLISS OUT AT TITICACA**  
Flying further south of the country, book a stay at the luxurious *Titicaca Lodge*, *titicacalodge.com*, ideally located right on Lake Titicaca, South America's second largest lake and the world's highest navigable body of water. straddling Peru and Bolivia. Apart from a private boat tour to Titicaca's indigenous floating islands, there are a host of outdoor activities to indulge in: birdwatching, boating, and cycling.

**CHEFS, PRESIDENTS, AND CEVICHES**  
You can't possibly leave Peru without dining at one of the best cuisine restaurants from the east empire of South America. The entrepreneur chef is admired by Peruvians that he almost ran for President. Make reservations at *Aulin & Bustin*, *culinaryperu.com*, ranked 34 on the World's 50 Best Restaurants list for its 10-course tasting menu.

**Eat & drink**  
A fresh destination also...  
**Veg out/ fancy a curry?**  
A high quality health care...  
**Embassy Alert**  
Embassy Alert...  
**GO TO KNOW**  
In the South...  
**Embassy Alert**  
Embassy Alert...

**00 TRAVEL | LEISURE | ULTIMATE LUXURY 2015**

## HONG KONG DISNEYLAND

**Adventureland**  
Witness the iconic King Kong...  
**Disney On Parade!**  
**Spaghetti Bolognaise**  
**Classic Cinnamon Dinner**  
**Tomorrowland**  
**Space Mission**  
**Chickens**  
**Asians**

**Main Street, U.S.A.**  
The Hong Kong Disneyland Railroad...  
**Spaghetti Bolognaise**  
**Classic Cinnamon Dinner**

**Hong Kong Disneyland Park**

### Peru Travel Guide

**Eat & drink**  
A fresh destination also...  
**Veg out/ fancy a curry?**  
A high quality health care...  
**Embassy Alert**  
Embassy Alert...  
**GO TO KNOW**  
In the South...  
**Embassy Alert**  
Embassy Alert...

### Swiss Vacations by Rail

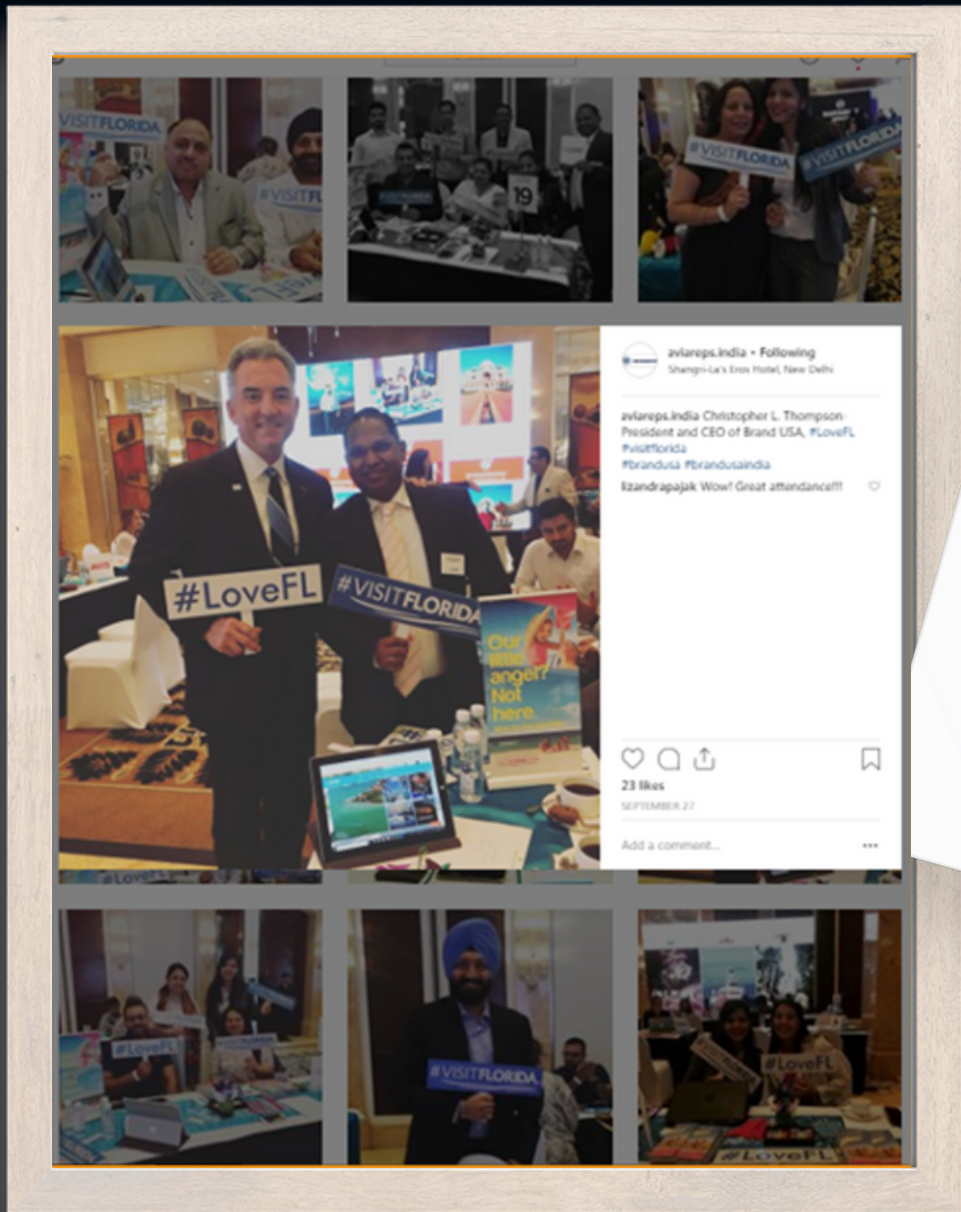
**Highlights of Lake Geneva Region**  
Geneva - Loccum - Montreux  
5 Days - From € 1121

**Swiss Highlights**  
Interlaken - Lucerne - Zurich  
4 Days - From € 1134

**Majestic Swiss Alps**  
Interlaken - Lucerne - Montreux  
7 Days - From € 1364

**Specials of Switzerland**  
Lucerne - Interlaken - Zermatt - Zurich/Geneva  
8 Days - From € 1364

Iniciativas de Relaciones Públicas



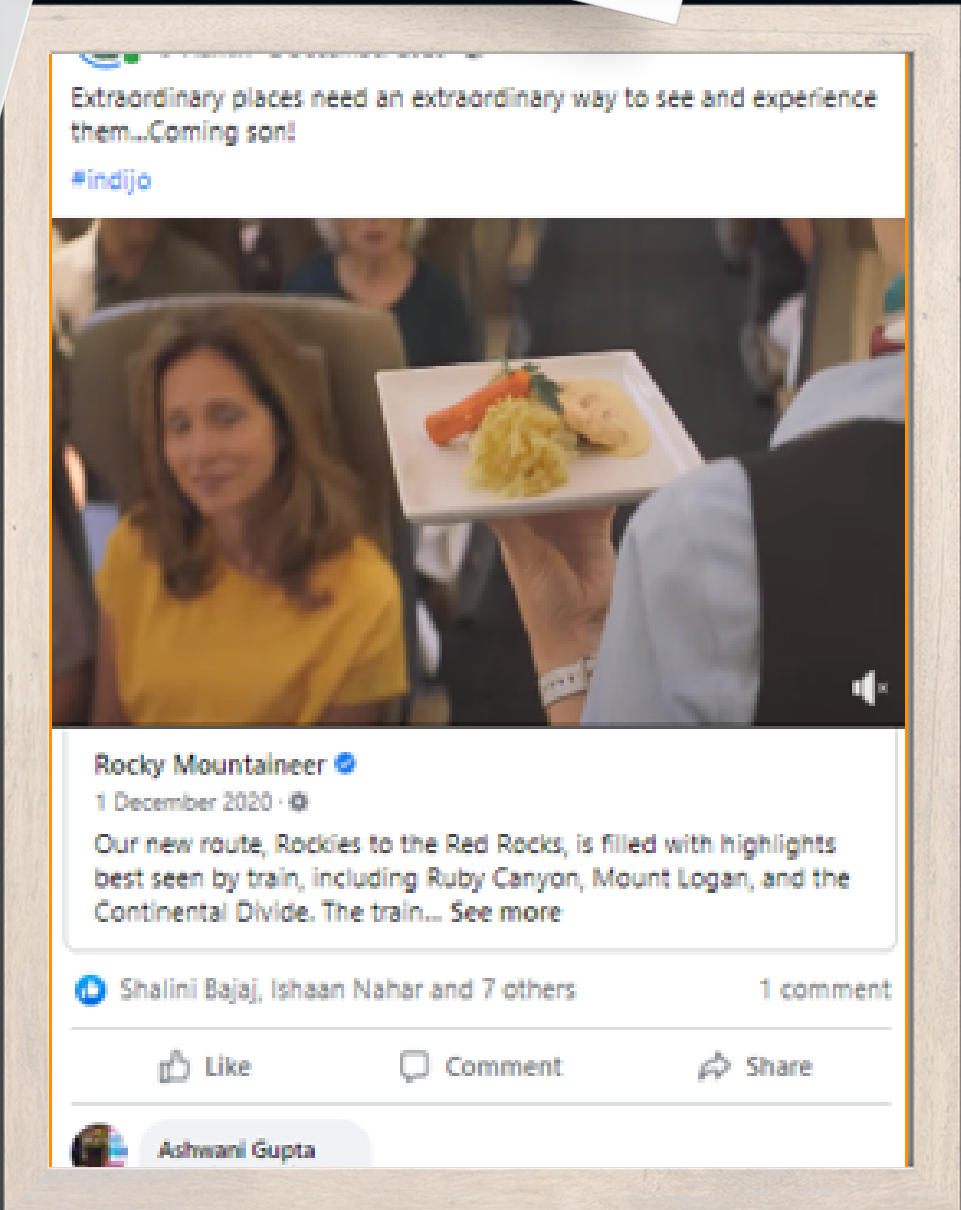
*Outdoor Promotions*

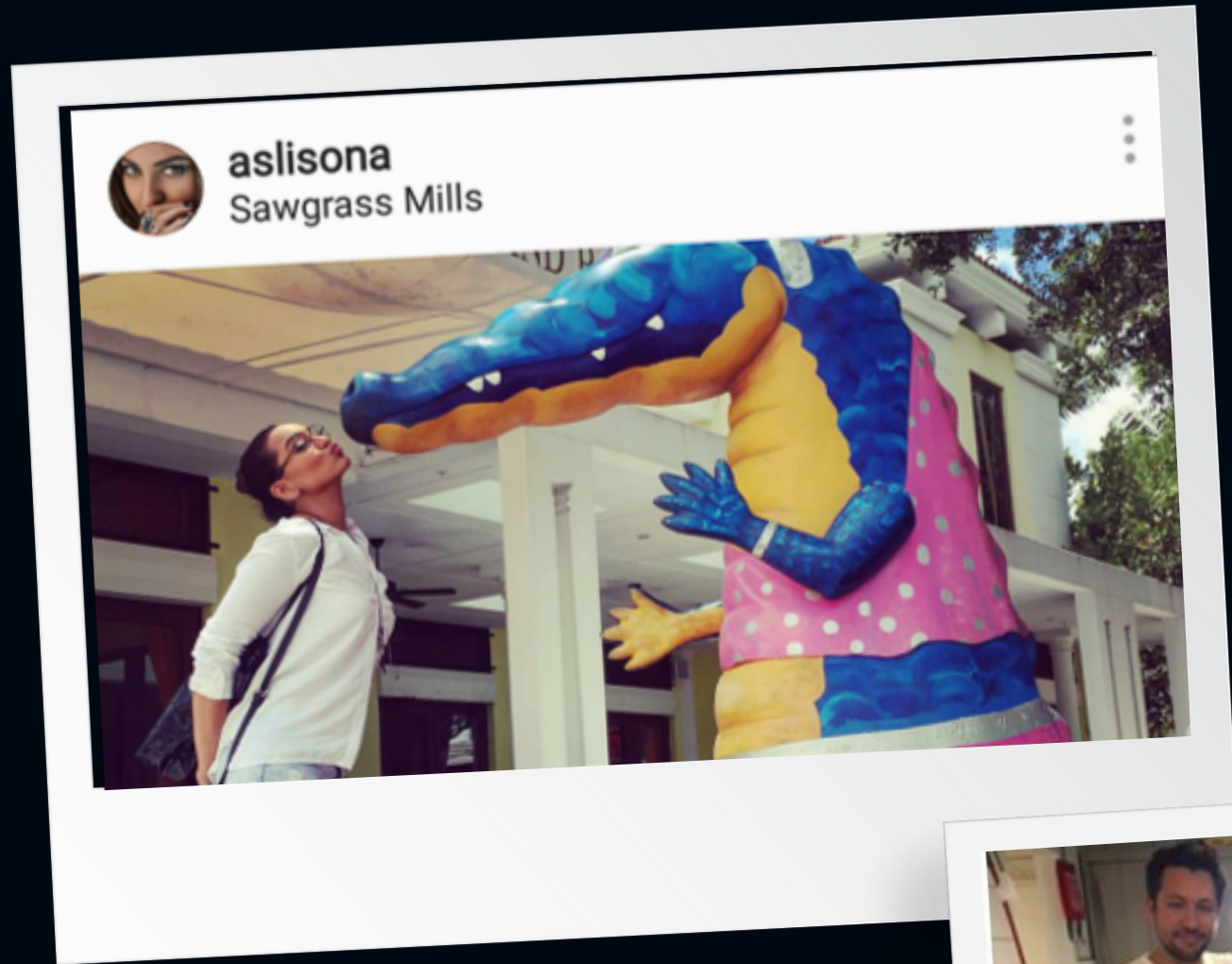


*Co-op advertising*



*Media initiatives*





**Marketing de influencers**



# MUCHAS GRACIAS

Joseph Fernandes  
+91 9820311844  
joe@indijo.in

[www.indijo.in](http://www.indijo.in)

