

Colombia, el riesgo es que te quieras quedar

lunes, 30 de junio de 2008

Desde hace varios meses, Colombia destina grandes fondos para la promoción del turismo entre los nacionales y extranjeros; participa en las ferias de turismo más grandes del mundo; publica bellos materiales promocionales impresos; se abre hacia los nuevos mercados, entre ellos, Polonia.

Invita a los periodistas internacionales y tour operadores de las agencias de viajes más importantes del mundo para que visiten y conozcan este bello país.

Después de la marca del país Colombia es pasado el tiempo para lanzar la campaña que promocio a Colombia como un destino perfecto de vacaciones, adecuado para todos los gustos: Colombia, el riesgo es que te quieras quedar. En esta campaña, tengo mi pequeño granito de arena, ya que, desde febrero 2008, estoy manejando el portal oficial de Turismo de Colombia (www.turismocolombia.com y www.visitcolombia.com) que es una de las herramientas que ayuda a posicionar la campaña.

La campaña Colombia, el riesgo es que te quieras quedar se creó ante la gran cantidad de preguntas que surgían en las ferias internacionales sobre los riesgos existentes de visitar Colombia. De allí surgió una idea creativa de enfrentar el problema del desconocimiento de Colombia y poner en el aspecto positivo la posible percepción negativa que puede tenerse de Colombia en el mundo.

La campaña Colombia, el riesgo es que te quieras quedar trata de cambiar este estado de percepción de un país típicamente desconocido, mostrando que el único riesgo de venir a Colombia consiste en enamorarse de sus paisajes, de su gente, de su gastronomía, de sus ferias y fiestas, de sus artesanías, de sus colores y querer quedarse en él, si no para toda la vida, seguramente por más tiempo de lo previsto inicialmente.

La base de la campaña son los nueve testimonios de los extranjeros que vinieron a Colombia y decidieron quedarse a vivir en este país por diferentes razones. Para eso, se escogieron personas de distintas edades, sexos, perfiles profesionales e intereses. Las una siempre lo mismo: el gran amor por Colombia.

Más sobre la campaña:

- En español

- En inglés

Les invito a conocer el video de la campaña. Siempre cuando lo miro y lo escucho, de la emoción se me pone la piel de gallina.

A continuación, los comerciales con los testimonios de los extranjeros enamorados de Colombia:

- Santa Marta

- Cartagena

- Amazonas

- Medellín

- Bogotá

- Triángulo del Café (Armenia, Manizales, Pereira)

- Santander

- Cali (Valle del Cauca)

- San Andrés y Providencia