

## Lanzarote Cordial recibe el Premio Nacional de Comunicación del Consejo Superior de Cámaras

- El jurado, compuesto por los departamentos de comunicación de las Cámaras de Comercio españolas, ha reconocido la originalidad, labor de difusión, plan de concienciación y apuesta por la formación del proyecto "Lanzarote Cordial", como una iniciativa pionera.
- La Cámara de Comercio de Lanzarote recibe una distinción nacional por su campaña de amabilidad, promovida desde la Comisión de Turismo, dentro del marco de iniciativas anticrisis.

Lanzarote, 06/04/09.- Las VIII Jornadas de Comunicación que celebra anualmente el Consejo Superior de Cámaras tuvieron este año como escenario la vecina isla de Fuerteventura el pasado 27 de marzo.

A esta reunión asisten los directores de comunicación de los gabinetes de prensa de las cámaras de comercio de España. El objetivo del encuentro anual es la puesta en común del trabajo que cada uno desarrolla desde su departamento y el intercambio de experiencias que luego pueden ser utilizadas por otras cámaras.

Al finalizar la reunión se realiza una votación para elegir las propuestas más originales y contundentes que se han puesto en marcha durante el año, el mejor merchandising, la imagen corporativa y otros asuntos relacionados con los departamentos de comunicación.

Este año, el **"Premio Eureka"** a la mejor idea de comunicación se otorgó a la **Cámara de Comercio de Lanzarote por la campaña LANZAROTE CORDIAL**, una campaña turística ideada por la Comisión de Turismo de esta corporación cameral que tiene como objetivo recuperar la cordialidad con nuestros visitantes y lograr los índices turísticos de antaño.

### Fidelización del visitante

La isla de Lanzarote se ha distinguido siempre por el alto índice de fidelización con sus visitantes. Durante años este índice de repetición ha alcanzado niveles de hasta el 63%, una cifra que actualmente se sitúa en torno al 35%.

La Cámara de Comercio de Lanzarote, consciente de la importancia que tiene la amabilidad y el buen trato con el turista, ha desplegado una campaña de concienciación orientada a todos los agentes relacionados directamente con el turismo. En esta campaña, iniciada a finales de 2008, se incluyen ciclos formativos para los sectores del taxi, la hostelería, recepcionistas de hoteles, sector del comercio y todos aquellos *gerentes de primeras impresiones*, que son los responsables de crear una imagen y una sensación de bienestar y acogida entre quienes nos visitan.

La campaña incluye también un ambicioso plan de comunicación que contempla la difusión del logotipo para su conocimiento e identificación, así como el reparto de artículos útiles que se regalarán a los visitantes, tales como ceniceros de playa, marcadores de libros, portatickets o identificadores de maletas... Estos elementos servirán de promoción, más allá de la visita a Lanzarote, puesto que son artículos no perecederos que viajarán a lugares lejanos con la imagen de la isla.