

KAMPANIA PROMOCYJNA ŚWIĘTOKRZYSKIEGO PO COVID-19

Propozycje ROTWŚ długofalowych
działań marketingowych regionu



TRENDY PO COVID-19

- Kontakt z naturą.
- Higiena i bezpieczeństwo przede wszystkim.
 - certyfikaty bezpieczeństwa
- Turysta we własnym mieście.
- Wzrost świadomości klientów.
- Digitalizacja podróży.
- Indywidualizacja podróży.
- Rok mikroturystyki.

„ODPOCZYWAJ W POLSCE – BEZPIECZNIE”

PROJEKT CERTYFIKACJI OBIEKTÓW
ŚWIADCZĄCYCH USŁUGI NOCLEGOWE DLA TURYSTÓW

PROWADZISZ OBIEKT NOCLEGOWY?

**Poznaj wytyczne
dotyczące bezpieczeństwa
i dołącz do Programu**

bezpiecznyobiekt.pot.gov.pl





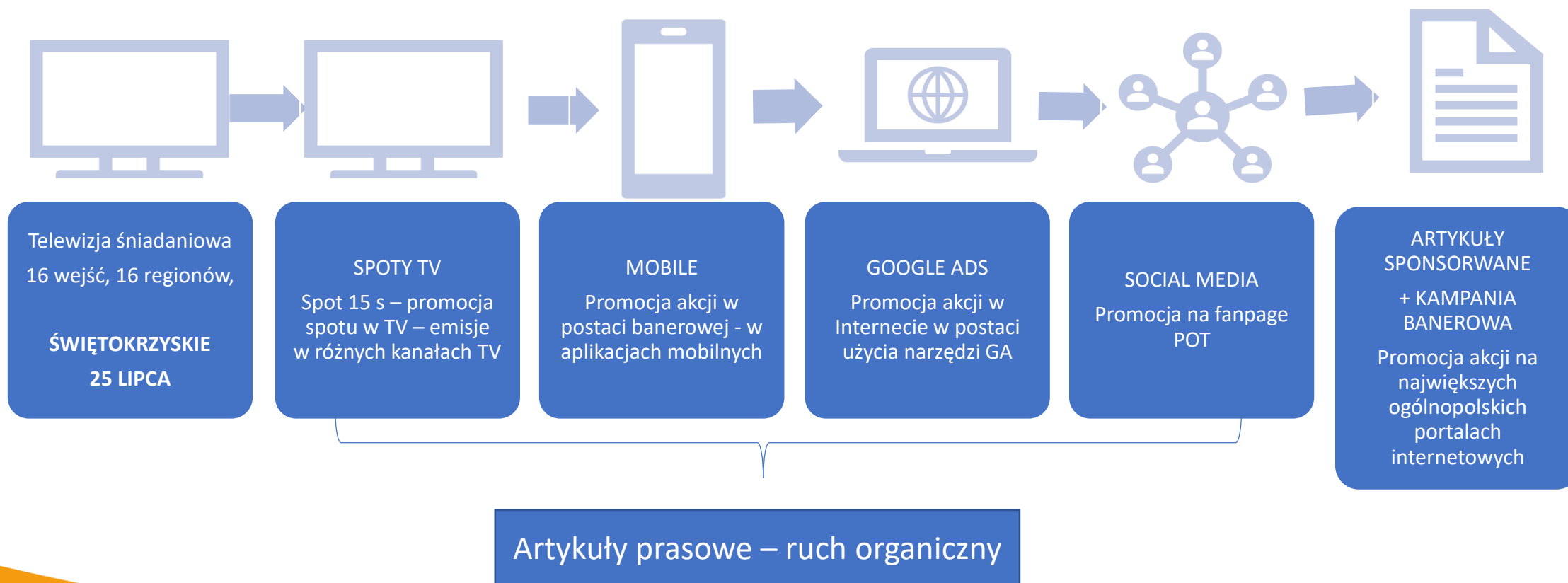
KAMPANIA OGÓLNOPOLSKA POLSKIEJ ORGANIZACJI TURYSTYCZNEJ REALIZOWANA we współpracy Z REGIONAMI *czyli Polska contra COVID-19*



Odpoczywaj
w Polsce



KAMPANIA B2C - Wyjątkowe miejsca czekają na Ciebie!



ODPOCZYWAJ W POLSCE – NATURALNIE W ŚWIĘTOKRZYSKIEM



Kampania regionalna

ŚWIĘTOKRZYSKIE

contra COVID-19

CO NAS WYRÓŻNIA? (Świętokrzyskie)





HASŁO KAMPANII DLA ŚWIĘTOKRZYSKIEGO

Świętokrzyskie czaruje
– poleć na zdrowie!



KAMPAANIA REGIONALNA

3 warianty

WARIANT I

BUDŻET 3 000 000 (RPO)

- KAMPAANIA INTERNETOWA
- SPOTY TELEWIZYJNE
- TELEWIZJA ŚNIADANIOWA
- SPOTY I AUDYCJE RADIOWE
- AMBIENT MEDIA
- AMBASADOR MARKI
- PAKIET ANTYCOVID
- WYDAWNICTWA
- BILLBOARDY

WARIANT II

BUDŻET 400 000 (UM)

- KAMPAANIA INTERNETOWA
- PAKIET ANTYCOVID
pomniejszony

WARIANT III

BUDŻET WŁASNY ROTWŚ

- KAMPAANIA INTERNETOWA
- OGRANICZONA
ROZBUDOWA STRONY
- PAKIET ANTYCOVID
pomniejszony

KAMPANIA INTERNETOWA

Rozbudowa strony swietokrzyskie.travel pod kątem działań promocyjnych związanych z realizacją kampanii

Strona stanie się tzw. „landing page” kampanii

Kampania google Ads - promocja witryny swietokrzyskie.travel poprzez linki sponsorowane i reklamę w wyszukiwarce

Kampania w mediach społecznościowych - kampania postów sponsorowanych (w tym materiałów wideo)

Współpraca z blogerami - sfera „podróże” i „lifestyle”
(1 lub 2 postaci ze świata blogosfery)

Reklama na portalach szerokoasięgowych (np. Onet, Wp, Interia.pl)
4-tygodniowa kampania łącząca elementy tradycyjnej form reklamy (display na stronie głównej, kampania odsłonowa) z elementami reklamy natywnej (artykuły redakcyjne, materiały wideo itp.)

Kampania promocyjna na serwisach z bazą noclegową: Booking, E-holiday, nocowanie.pl itp.

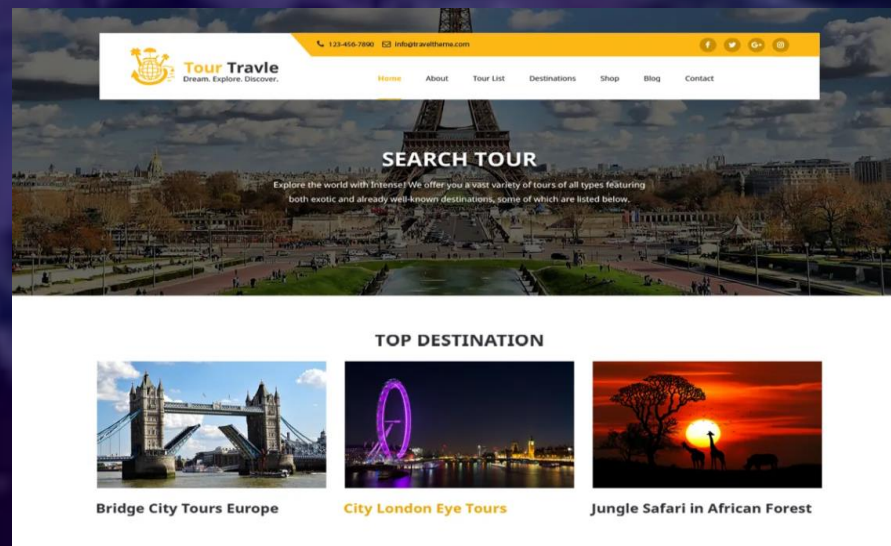
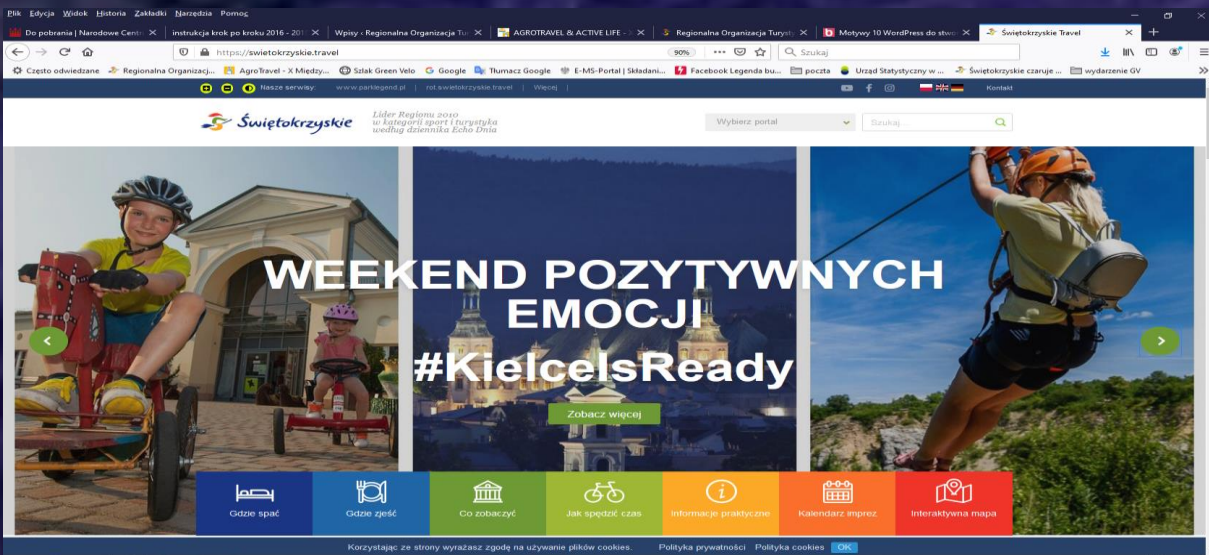
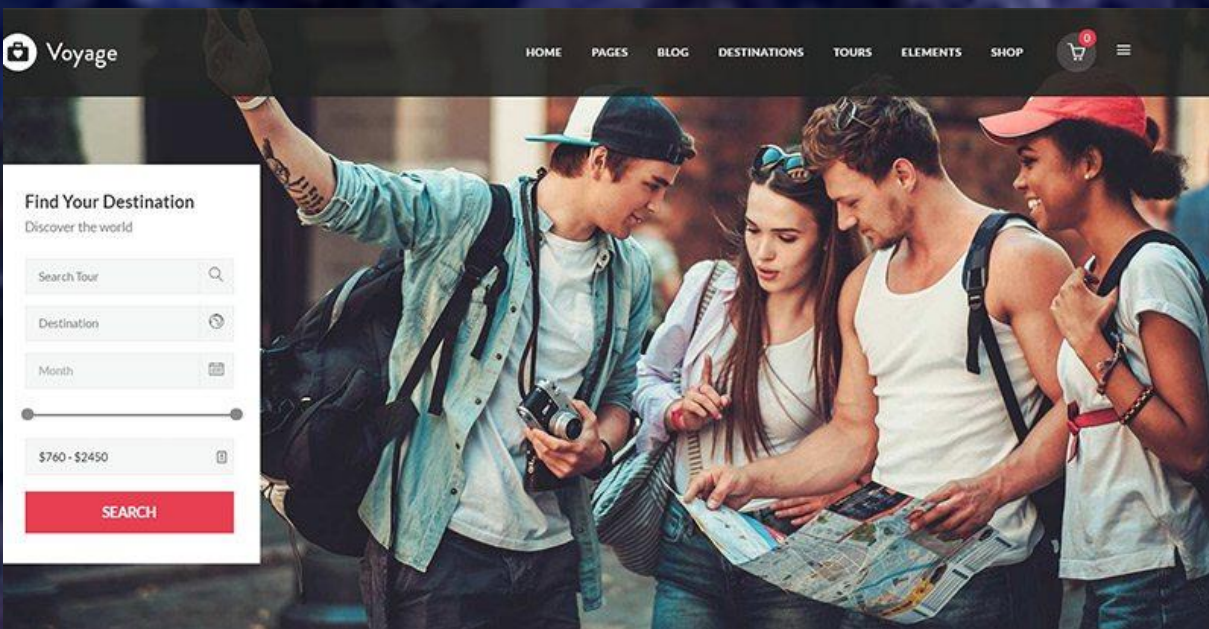
The Onet logo, consisting of the word "onet." in a bold, lowercase sans-serif font, with a small yellow dot after the period.

Poleca
BEZPIECZNE
Świętokrzyskie

KAMPANIA INTERNETOWA

Wyszukiwarka ofert i pakietów
z regionu Świętokrzyskiego

110% jakości za 100% ceny
Atrakcyjne rabaty, bonusy
i vouchery dla klientów





SPOTY TELEWIZYJNE

PRODUKCJA:

- 1 spot 30 sek.
- 1 spot 15 sek.
- 1 spot 2 min.
- bilbordy sponsorskie

Spot z zaskakującym, ale czytelnym i angażującym przekazem, oryginalny, przyciągający uwagę, możliwy udział w spocie gwiazdy, tzw. ambasadora marki - człowieka wiarygodnego, ogólnie szanowanego
Licencja - telewizja, Internet, kino

EMISJA:

TVP lub TVN lub Polsat - w zależności od przedstawionej oferty (jedna stacja lub kampania mieszana)



TELEWIZJA ŚNIADANIOWA

Udział regionu w wybranych telewizjach śniadaniowych przez 4 soboty/niedziele

1. 3-krotny udział w wybranym programie telewizji śniadaniowej (Pytanie na śniadanie, Dzień dobry TVN) – wydanie weekendowe.

Każdy program to:

3 minutowe felietony (łącznie trzy felietony) z różnych lokalizacji w regionie, rozmowa z przewodnikiem, osobą z regionu oraz dodatkowo rozmowa w studio

2. Wejścia pogodowe na żywo (co najmniej 3 wejścia) – wydanie weekendowe



SPOT I AUDYCJE RADIOWE

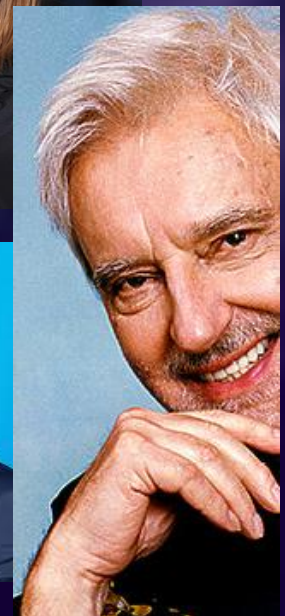
Emisja spotu reklamowego
w ogólnopolskiej rozgłośni radiowej.

Założenia ogólne:

- Czas trwania kampanii: 2 miesiące
- Ilość emisji spotu: około 1000
- Ilość audycji radiowych: 5

AMBIENT MEDIA

1. Hymn świętokrzyski nagrany przez znany zespół lub wokalistę
2. Ambasador marki – w zależności od budżetu zaangażowany we wszystkie działania: reklamę, spoty radiowe, kampanię billboardową oraz internetową



PAKIET ANTYCOVID

Zaopatrzenie obiektów noclegowych, atrakcji turystycznych i Centrów Informacji Turystycznej w:

- bezdotykowe stojaki służące do dezynfekcji rąk (około 60 sztuk - członkowie ROTWŚ)
- maseczki - około 20 -100 sztuk dla każdego obiektu lub inne produkty wg zapotrzebowania.

Elementy pakietu obrandowane marką
"Bezpieczne świętokrzyskie"



WYDAWNICTWA

Bezpieczne świętokrzyskie - minikatalog z bezpiecznymi miejscami (obiektami noclegowymi, gastronomicznymi i atrakcjami turystycznymi), które mogą pochwalić się certyfikatem bezpieczeństwa - e-book i wersja papierowa

Zdrowa kuchnia świętokrzyska - oferta regionu (np. wczasy odchudzające, kuchnia FIT, wegetariańska, wegańska, paleo, dr Dąbrowskiej itd.) e-book i wersja papierowa

Świętokrzyskie na zdrowie - oferta regionu z usługami SPA & Wellness, rehabilitacyjnymi, prozdrowotnymi, oferta uzdrowisk itp. - e-book i wersja papierowa

Dystrybucja - wersja papierowa - Centra i Punkty Informacji Turystycznej w woj. świętokrzyskim; wersja elektroniczna - biura podróży, agencje turystyczne, media społecznościowe, strony internetowe; łączny nakład: 25 tys. sztuk



KAMPANIA BILLBOARDOWA

Wykorzystanie nośników wielkoformatowych

- ekspozycja miesięczna lub dwumiesięczna
- w zależności od kosztów i wybranego terminu
- 150 sztuk billboardów o wielkości 6x3 m,
- 50 sztuk billboardów 4x3 m,
- 10 sztuk megaboardów 12x3 m.

Lokalizacje: województwa ościennie, głównie mazowieckie i Warszawa.

Minimum 80% łącznej ilości billboardów rozmieszczona w odległości nie dalszej niż 200 m od głównych ciągów komunikacyjnych, tj. drogi wylotowe, dojazdowe, mosty, obwodnice, dworce, szkoły, uczelnie, centra handlowe



Kampania lokalna

KIELCE

contra COVID-19

ROT 
Świętokrzyskie

CO NAS WYRÓŻNIA?

(Kielce)

- Miasto o niezwykłych walorach przyrodniczych sprzyja wyciszeniu i aktywnemu wypoczynkowi na łonie natury
- 5 rezerwatów przyrody, w tym 4 geologiczne w granicach miasta, co jest ewenementem w skali Europy



HASŁO KAMPANII DLA KIELC

Kielce
- *naturalne fitcity*



KIERUNKI KREOWANIA OFERTY TURYSTYCZNEJ KIELCE

Turystyka Biznesowa
oparta na jednym z liderów targowych w Europie Środkowo-Wschodniej

TARGACH KIELCE

276 000 zwiedzających 60 krajów 7000 firm 70 wydarzeń 700 konferencji



KIELCE

KIERUNKI KREOWANIA OFERTY TURYSTYCZNEJ

KIELC:

Turystyka Aktywna – Miejska Energia

Kielce dla aktywnych - idealne do spacerów, biegania, jazdy na rowerze, spacerów po szlakach, zwiedzania jaskiń, podziwiania wodospadu oraz lotu na tyrolce nad dawnym kamieniołomem



KIELCE

NADZĘDZIA PROMOCJI ZASTOSOWANE W KAMPANI PROMOCYJNEJ MIASTA KIELCE

Świętokrzyski pakiet +

INTERNET

PROMOCJA ATRAKCJI
WYRÓŻNIONYCH CERTYFIKATEM
POT NA STRONACH:

www.odpoczywajwpolsce.pl
www.swietokrzyskie.travel

- Szlak Archeo-geologiczny
- Wschodni Szlak Rowerowy Green Velo

WYDAWNICTWA

Bezpieczne obiekty
w każdym z 4 wydawnictw

TELEWIZJA ŚNIADANIOWA

TVP1

(np. Pytanie na Śniadanie, Dzień
Dobry TVN) poświęcony Miastu
Kielce: bezpieczne obiekty
i rezerwaty przyrody

SPOT I AUDYCJE RADIOWE

1 audycja poświęcona Miastu
Kielce: Szlak Archeo-geologiczny,
Green Velo, Turystyka biznesowa

SPOT TELEWIZYJNY

W 30-sekundowym spocie
pokazane zostaną m.in. Kielce
z rezerwatami przyrody oraz
bezpiecznymi obiektami

AKCJA PROMOCYJNA MIASTA KIELCE DŁUGI WEEKEND CZERWCOWY

1 ETAP – długofalowej kampanii zapraszającej do Kielc
11 – 14 czerwca 2020

#KielceIsReady



WEEKEND POZYTYWNYCH EMOCJI
11-14 CZERWCA 2020



#CityWillWait





TURYSTYKA BIZNESOWA PRZYKŁADOWY PAKIET – OFERTA 3 DNIOWA:

DZIEŃ 1:

16.00 – Spacer „Kielce w pigułce”: ul. Sienkiewicza, Pałac Biskupów Krakowskich, Bazylika Katedralna, Dworek Laszczyków, Muzeum Lat Szkolnych Szkolnych Stefana Żeromskiego, Kościół Św. Trójcy, Park Miejski, źródło Biruty, plac Artystów
18.00 – zakończenie spaceru na rynku, czas na rozrywkę (kawiarnie, restauracje)

DZIEŃ 2:

16.00 – Muzeum Historii Kielc
17.15 – Biuro Wystaw Artystycznych
18.00 – Spektakl/Koncert do wyboru: Amfiteatr Kadzielnia, KCK, KTT, Filharmonia Świętokrzyska, Teatr S. Żeromskiego

DZIEŃ 3:

16.00 – Ogród Botaniczny
17.15 – Klasztor na Karczówce, punkt widokowy na wieży z widokiem na miasto i Góry Świętokrzyskie
17.45 – Integracyjne ognisko w klasztorным ogrodzie



TURYSTYKA AKTYWNA PRZYKŁADOWY PAKIET – OFERTA 2 DNIOWA:

DZIEŃ 1 (rowerowa):

- 10.00 – Wjazd na Pierścienicę i podziwianie panoramy Kielc, przejazd w stronę rezerwatu Biesak-Białogon.
- 13.00 - Obiad/lunch, rezerwat Ślichowice oraz Sufraganiec, przejazd w kierunku Masłowa
- 16.00 – Masłów – Świnia Góra – Bukówka – ul. Wojska Polskiego
- 17.00 – Stok narciarski na Telegrafie, odpoczynek i możliwość posiłku

DZIEŃ 2 (piesza):

- 9.00 – Kadzielnia: przejście wokół Skatki Geologów, wodospad, pomnik – ławeczka Jerzego Kapuścińskiego z możliwością posłuchania radiowej opowieści o Kadzielni
- 10.00 – Podziemna Trasa Turystyczna – Jaskinie na Kadzielni, przejście w okolice Wzgórza Harcerskiego
- 11.30 – Podniebna Trasa Widokowa – tyrolka na Kadzielni - szkolenie i zjazd
- 12.30 – Spacer po centrum miasta, Aleja Sław, Park Miejski, Bazylika Katedralna, Pałac Biskupów Krakowskich
- 14.00 – Obiad
- 15.00 – Plac Artystów – pomnik dzika, spacer na Rynek



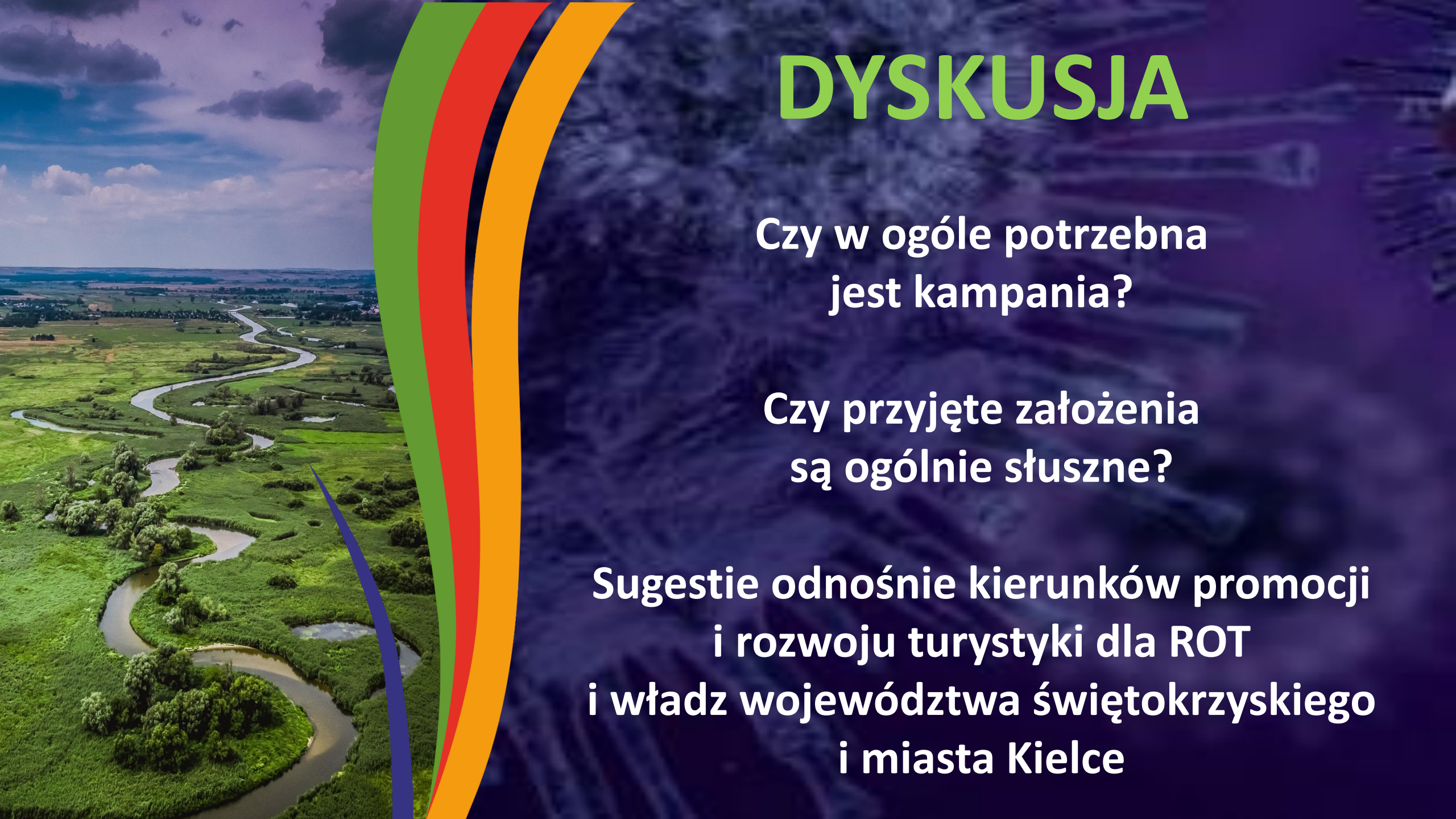
KIELCE – RAJ DLA DZIECI PRZYKŁADOWY PAKIET – OFERTA 2 DNIOWA:

DZIEŃ 1:

- 11.00 – Spacer po Kadzielni, możliwość zwiedzania jaskiń
- 12.30 - Przejście do Muzeum Zabawek i Zabawy – zapoznanie się z historią zabawek i eksponatami z całego świata
- 14.00 - Obiad w centrum miasta
- 15.00 - Aktywne popołudnie – do wyboru: Park Linowy Kielce, Centrum Wspinaczkowe Mobius Studio, Park Rozrywki FlySky.

DZIEŃ 2 (piesza):

- 10.00 – Teatr Lalki i Aktora KUBUŚ – spektakl i zwiedzanie Galerii Lalki Teatralnej
- 12.15 – Ośrodek Myśli Patriotycznej i Obywatelskiej – nowoczesna, multimedialna wystawa prezentująca historię Kielc.
- 13.30 – Energetyczne Centrum Nauki – zwiedzanie wystawy i placu zabaw – Generator Mocy, Kino 3D, Energetyczny Ogród Doświadczeń
- 15.00 - Strefa relaksu, grill.

The background of the slide is a composite image. On the left, there is an aerial photograph of a meandering river flowing through a lush green landscape under a blue sky with scattered clouds. On the right, there is a dark blue, textured background. A large, stylized rainbow graphic, composed of thick, curved bands of green, red, and orange, separates the two background elements and curves around the text on the right.

DYSKUSJA

Czy w ogóle potrzebna
jest kampania?

Czy przyjęte założenia
są ogólnie słuszne?

Sugestie odnośnie kierunków promocji
i rozwoju turystyki dla ROT
i władz województwa świętokrzyskiego
i miasta Kielce

DYSKUSJA

Sugestie odnośnie
kierunków promocji
i rozwoju turystyki dla ROT
i władz województwa
świętokrzyskiego
i miasta Kielce





Świątokrzyskie czaruje
- poleć na zdrowie!

czyli turystyczna kampania
postpandemiczna