

# **Planowanie i realizacja turystycznych kampanii promocyjnych – czynniki sukcesu i główne zagrożenia**

Wojciech Kreft

**Festiwal Promocji Miast i Regionów  
20.09.2011 r.**



-współpraca na linii **samorząd- organizacje turystyczne-branża turystyczna** – czy i jak ją wykorzystać?

- elastyczność w promocji turystycznej – jak szybko wykorzystać „newsy” i trendy

- planowanie kampanii turystycznej



# Zaczniemy od początku...

Czym dla Was jest turystyka?



Dla wielu ludzi jest...



Realnym biznesem...pracą...podatkami

Cele? Potrzeby?

Samorząd

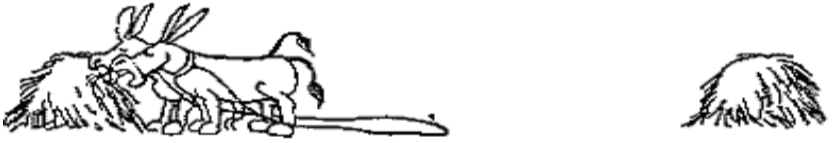


Organizacje Turystyczne



Branża Turystyczna







# Pomorskie: Przede wszystkim współpraca



Samorząd-Organizacja Turystyczna-Branża Turystyczna

# Spotkania z branżą



# Odwieczny problem...

Ja mam mało...

Ty masz mało...

Nasi znajomi też mają mało...

ale razem mamy **całkiem sporo!!!**

...i dużo większe doświadczenie



# „PPP” w promocji turystycznej

Dzięki takiej „filozofii” ograniczamy koszty lub jak wolicie: osiągamy synergię wydatków, doświadczenia i możliwości.

Partycypacja finansowa branży turystycznej na określony cel jest potwierdzeniem skuteczności działań. Biznes nie wyrzuca pieniędzy w „błoto”

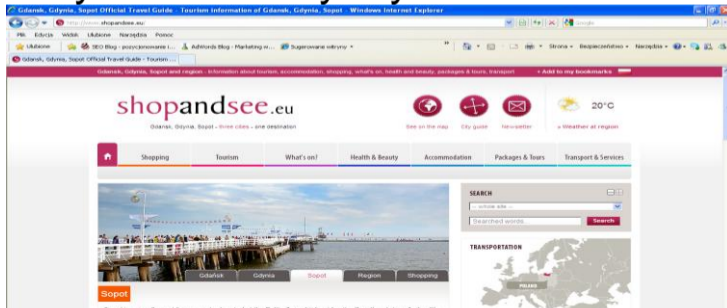
Case – 2008 r.

# Shopandsee.eu



- Samorząd – promocja i wiarygodność
- Centra Handlowe – sfinansowanie portalu oraz jego rozwój
- Hotele i turystyka – utrzymanie i merytoryka

- Wszyscy 😊



# Przykłady podejmowanych działań:



Dobrym przykładem współpracy była inicjatywa Pomorskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej, która jako pierwsza organizacja turystyczna w kraju przygotowała **katalog turystyki przyjazdowej**, gdzie to kilkadziesiąt różnorodnych ofert „od dojenia krowy i pieczenia chleba do wypoczynku w luksusowym spa” zaoferowała branży turystycznej nie tylko z Pomorza.

Case – 2009 r.

Case –  
2009/10 r.

# Ponad 500 000 egz. insertów

**SSA KELPAA POLSKIA**

**GDAŃSK, GDYNIA JA SOPOT**  
kolme kaupunkia – yksi kohde ja Pommerin maakunta

**WELCOME TO Gdynia**  
69€  
Kokki- ja hotellipalvelut  
Kokki- ja hotellipalvelut

**Finnlines**  
Kokki- ja hotellipalvelut

**ITÄMERTA EDEMÄS**

**entien Puolaan –  
Ilisesti LOTilla!**

**TERVETULOA POMERANIAN MAAKUNTA**  
Kokki- ja hotellipalvelut

**RESTORILLA**

**AKTIVOLOMAMU**

**shopandsec** - Gdańsk-Gdynia-Sopot

**GDAŃSK - GDYNIA - SOPOT**  
Tre städer – en destination  
och Pomorskie-regionen

**VINN**  
EN WEEKEND FÖR TIGA  
PÅ LÖTT OCH BEFÄLL

**SHOPPING** **HÄLSA OCH SKÖNHETSVÅRD** **AKTIV TURISM** **EVENTEMANG**

**WIZZ** **Polska**

**VÄLKOMMEN TILL POMORSKIE-REGIONEN**

Upptäck Pomorskiens skönhet, en trakt som gjord för turister. Här hittar du fantastiska sandstränder, medeltida borgar och slott, sandstrandens rosa Fodder och spisar, och även vackert natur skyddad i nationalparken. Om du söker en plats för besökarens avkoppling, så sätt kursen mot Pomorskie!

**GDAŃSK**  
En fantastisk stad med en stor historia. Gdansk är en av de mest vackra städerna i världen. Här finns en fantastisk natur, en fantastisk historia och en fantastisk kultur. Gdansk är en av de mest vackra städerna i världen.

**GDYNIA**  
En fantastisk stad med en stor historia. Gdynia är en av de mest vackra städerna i världen. Här finns en fantastisk natur, en fantastisk historia och en fantastisk kultur. Gdynia är en av de mest vackra städerna i världen.

**SOPOT**  
En fantastisk stad med en stor historia. Sopot är en av de mest vackra städerna i världen. Här finns en fantastisk natur, en fantastisk historia och en fantastisk kultur. Sopot är en av de mest vackra städerna i världen.

**shopandsec** - Gdańsk-Gdynia-Sopot – triple dose of sensations

Case –  
2009/10 r.

# Współpraca z przewoźnikami

## Kolme houkuttelevaa kaupunkia

Gdansk, Gdynia, Sopot – yksi kohde



Turusta Gdanskiin

Lennot alkaen **€19.99**

Hinta yhteen saartaan sisältää verot, hintaan ei sisälly valinnaiset lisäpalvelut ja maksut käsittelykustannukset. Pakkagesi ilmoitettua hintaan rajoitettu. Lisäpalvelu jokaisesta seivitetystä matkatavarasta.



wizzair.com

www.shopandsee.eu

**WIZZ**



KARLSKRONA-GDYNIA

Om det inte var för den billiga  
märkeshoppingen och den goda obiad\*  
kunde du tro att du var i Italien.

Di har väl inte missat att det finns ett nytt shoppingparadis, bara en bitresor bort! Stora utbud och vakkända varumärken och låga priser är några av anledningarna. Förors din första biljet, upptäck VärldsmetroPolen! Vill du stanna längre och göra fler flynd? Se våra förmånliga hotellpaket på webbplatsen.

Priset på en dag 30 h 499,-/person, 60 800,-  
för 3 travliga kvällar umgänge och en hel dag land, utresa söndag.  
I priset ingår biljetten Karlskrona-Gdynia 1/1, plats i tvåbäddstuga  
utan fönster (innan flytt mot tillägg) och frukost på utresan.

\*lunchen

shopandsee.eu

Boka din resa på [www.stena.com/polen](http://www.stena.com/polen), 045-36 63 00  
eller hos din resebyrå. Bokningsavgift 100 personlig service.

**Stena Line**  
"Making good time"

Case – 2010 r.

# Ponadregionalna współpraca samorządów



  
Czas na Bałtyk  
www.czasnabaaltyk.eu

Świnoujście ◊ Międzyzdroje ◊ Pobierowo ◊ Rewal ◊ Niechorze ◊ Trzebiatów ◊ Mrzeżyno ◊ Rogowo ◊ Dźwirzyno ◊ Grzybowo ◊ Kołobrzeg  
Sianozęty ◊ Ustronie Morskie ◊ Plesna ◊ Mielno ◊ Dąbki ◊ Bobolin ◊ Darłowo ◊ Darlowo ◊ Wicie ◊ Rusinowo ◊ Jarosławiec ◊ Łącko  
Ustka ◊ Poddąbie ◊ Dębina ◊ Rowy ◊ Łeba ◊ Sasino ◊ Słajszewo ◊ Kuźnica ◊ Jastarnia ◊ Jurata ◊ Hel ◊ Rewa  
Mechelinki ◊ Gdynia ◊ Sopot ◊ Gdańsk ◊ Mikoszewo ◊ Jantar ◊ Stegna ◊

Etap 1/3

## Zimowe plaże „Czas na Bałtyk”



Etap 2/3

## Wielkie Okulary na Krakowskim Przedmieściu



# Etap 2/3

Akcje związane z okularami odbyły się także w Krakowie, Katowicach, Poznaniu, Bydgoszczy i Toruniu



# Etap 3/3

## Bałtyk na Zime- instalacje na 23 bałtyckich plażach



# Planowanie i elastyczność

potrzeba

pomysł

realizacja

wyniki

# Case 2011

Koniec maja 2011:

eurolot.com ogłasza bezpośrednie połączenia:  
Kraków-Gdańsk Wrocław-Gdańsk

**potrzeba:** poinformować mieszkańców  
Krakowa/Wrocławia o nowych połączeniach  
idealnych na „weekend do Trójmiasta”

# Główni interesariusze

eurolot.com

port lotniczy Gdańsk

samorządy Gdańska, Gdyni, Sopotu

samorząd Województwa Pomorskiego

Operator:

**tylko 1**

Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna

# Koniec czerwca 2011:



# Rezultaty



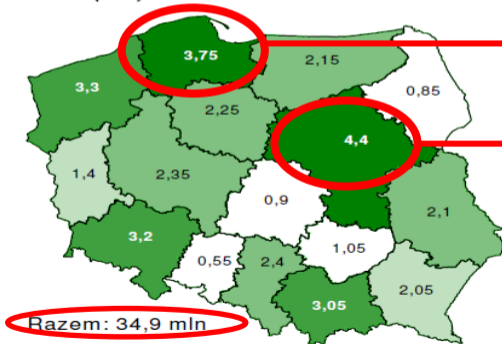
Ponad 57 000 odbiorców w reklamy  
Żywe zainteresowanie regionalnych mediów  
Obłożenie na trasie KRK-GDN – 95 %

Czy zrobicie coś podobnego  
i tak szybko w  
„samorządowych realiach” ?

## Pomorskie nr 1 !

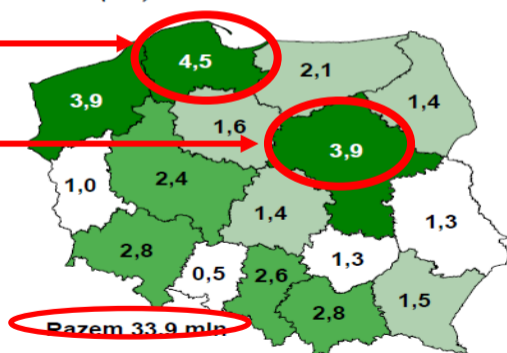
2008

Rys. 14. Natężenie krajowego ruchu turystycznego w 2008 r. według województw i liczby krajowych podróży turystycznych ogółem (mln)



2010

Rys. 14. Natężenie krajowego ruchu turystycznego w 2010 r. według województw i liczby krajowych podróży turystycznych ogółem (mln)



# Koszty działań

Współpraca

## Bezcenna

Koszt na pozyskanego turystę:

**<1,8 zł**

podczas gdy średnie wydatki turysty podczas podróży długookresowej wynoszą 614 zł/os, a w trakcie podróży krótkookresowej 181 zł/osobę.

*Goodbye*



Dziękuję bardzo...

Wojciech Kreft