

# „Innowacje w kampaniach promocyjnych na rynku marketingu terytorialnego”

Adam Mikołajczyk  
CEO Brief for Poland

# Punkty styczności marki miasta z klientem

9 października 2009



**Gdzie szukać innowacji?  
Kreatywnego podejścia?**

**Innowacje w kampaniach:**

- narzędzia promocji
- strategia kreatywna
- kanały komunikacji

# CASE

Innowacja:  
strategia kreatywna

## Klip promocyjny Australii *„Came Walkabout”*

(na rynek USA)

Buz Luhrmann  
for Tourism Australia

# CASE

## Klip Izraela – viral *„The Holy Land”*

Innowacja:

narzędzie promocji  
strategia kreatywna

Holly Virals

Izrael

# CASE

## Kampania Jeziora Balaton *„Balaton Summer”*

Innowacja:

narzędzie promocji  
strategia kreatywna  
kanał komunikacji

Agencja Insomnia  
Węgry

# Problem

Popularność  
jeziora Balaton  
wśród młodych

■ Częściej od j. Balaton  
młodzi Węgrzy wybierają  
morze w najbliższych  
krajach tj.

- Chorwacja
- Włochy
- Grecja

# Grupa docelowa



- Młodzi Węgrzy (18-30)
  - Modni, trendy
  - Otwarcie na nowe technologie
  - Używający internetu w pracy/domu/szkole
  - Częściowo „odporni” na tradycyjne formy reklamy



9 października 2009

# Rozwiązanie problemu



■ Turystyczny Portal informacyjny specjalnie dla młodych

■ Dojazd

■ Zakwaterowanie

■ Kluby muzyczne

■ Ośrodki sportowe

■ Spa & Wellness

■ Przydatne adresy



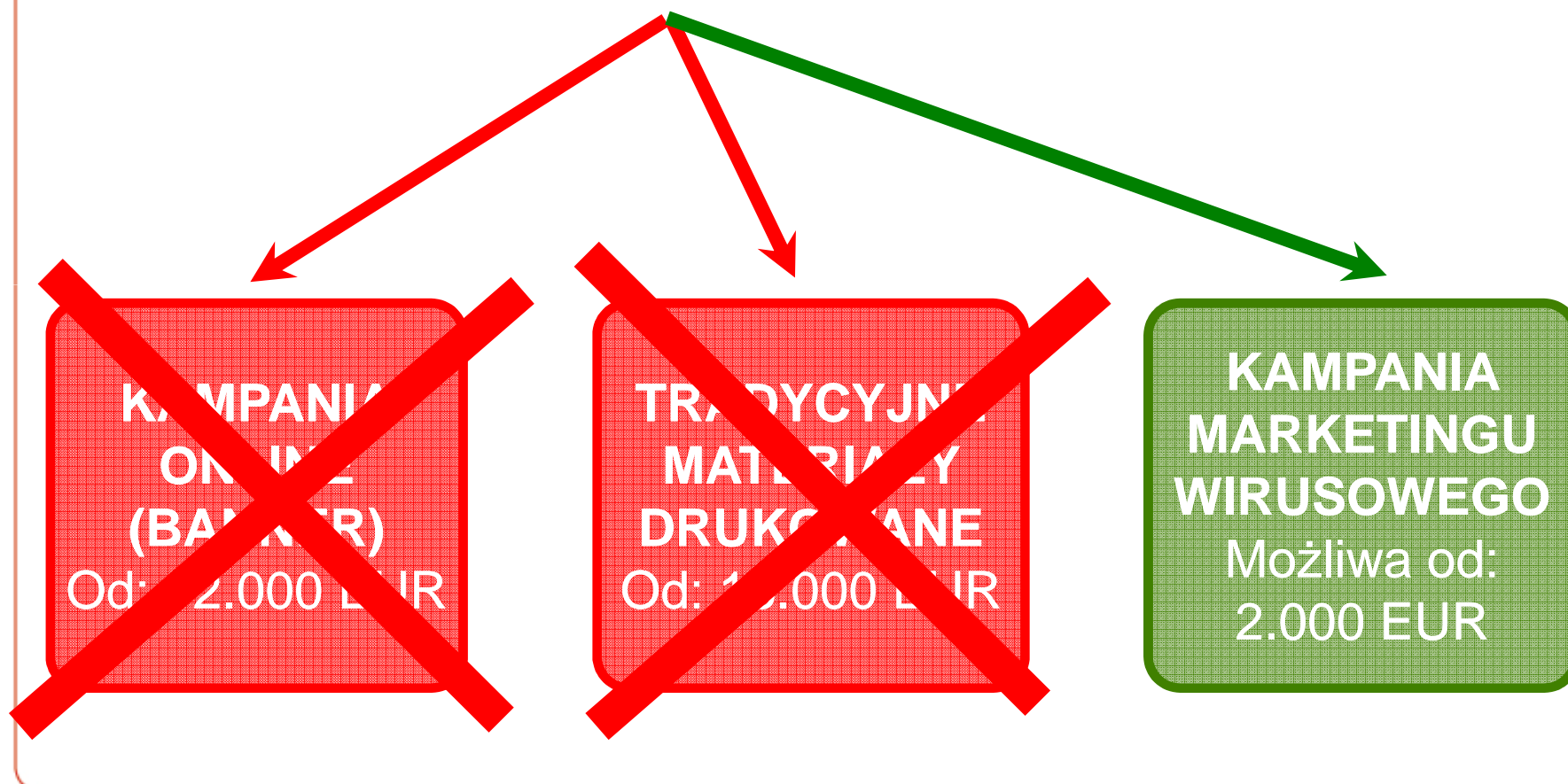
# Cel marketingowy

- Zwiększyć ruch na stronie turystycznej o przynajmniej 50%

# Budżet Marketingowy

- 2.000 EUR

## Alternatywne drogi dotarcia do grupy docelowej



# Marketing wirusowy, bo...

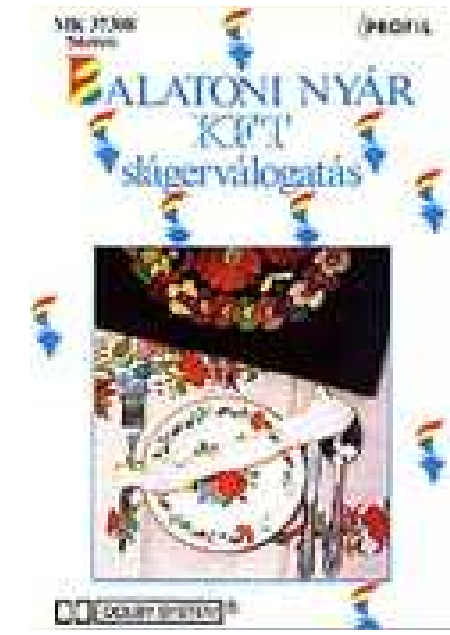
- Niski koszt (produkcji, dotarcia)
- Bezpłatne media
- Szybko się rozprzestrzenia
  
- Odpowiedni dla tej grupy docelowej, bo...
  - Są otwarci na nowe technologie i nowe formy reklamy
  - Dostają i przesyłają setki maili dziennie

**KAMPANIA  
MARKETINGU  
WIRUSOWEGO**  
Możliwa od: 2.000  
EUR

# Strategia kreatywna

## ■ 'Balaton Summer'

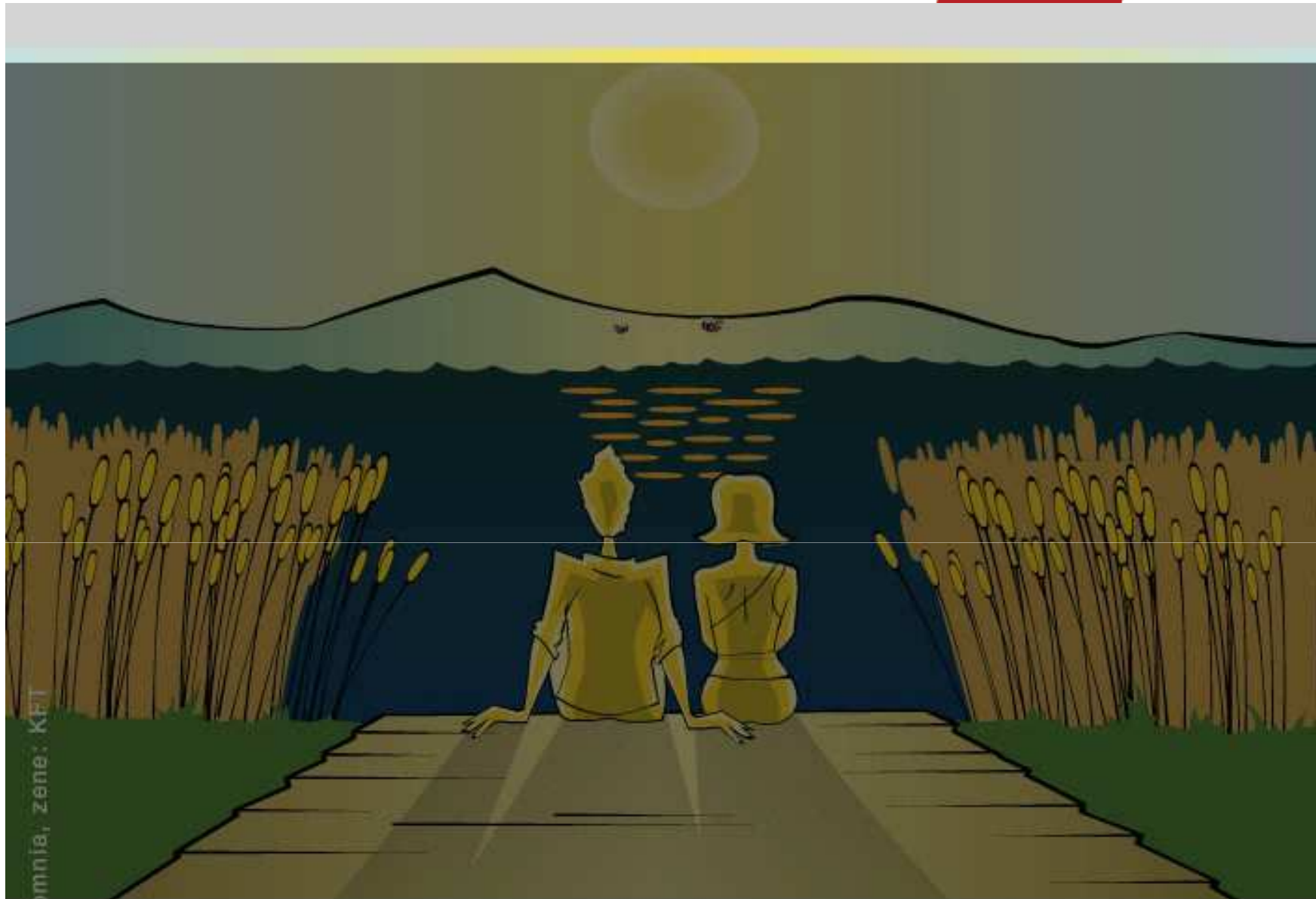
- Powstała piosenka, która opowiada o młodym chłopaku, który pojechał nad jezioro Balaton na wakacje. Był zakochany, spędzał czas z dziewczyną. Dobrze się bawili, popijali drinki i... :-)
- Piosenka ta oddawała charakter, wzbudzała odczucia związane z wakacjami młodych ludzi.
- Piosenka była grana na dyskotekach. Kiedy ludzie ją słyszeli, zazwyczaj od razu uśmiechali się, bo przypominały im się dawne wakacje, imprezy, wakacyjne miłości etc.



# Strategia kreatywna

- „Słodkie wspomnienia”
  - Chciano obudzić w młodych osobach wspomnienia wakacyjnych wyjazdów – *imprez, przyjaciół, nowych znajomościach* - i wzbudzić pragnienie znów ich realizacji.
- **Pomysłem kreatywnym było stworzenie rysunkowego spotu opartego na tekście piosenki...**
  - ... skupiającego się pikantnych momentach
  - ... i gorących uczuciach





szöveg: KFT

**We were sitting on the pier and watching...**

# Mechanizm

- Spot został „wrzucony do internetu” i zaczął być przesyłany mailem między znajomymi.
- Po 2 tyg. od wysłania spotu ktoś nam go przesłał z powrotem.
- Kliknięcie w finałowy obrazek klipu powodowało przejście na turystyczną stronę internetową jeziora Balaton.
- Ponieważ klip był kontrowersyjny ludzie byli ciekawi co będzie dalej i klikali w link.



# Koszty kampanii

- Media: 0 EUR
- Projektowanie graficzne: 800 EUR
- Animacja FLASH : 1.200 EUR
- **SUMA: 2.000 EUR**

# Rezultaty

9 października 2009

- Spot został ściągnięty w przeciągu 2 miesięcy przez ponad **500.000 osób** (*25% grupy docelowej*)
- Ruch na stronie wzrósł o **285%**  
(*96.000 UU na miesiąc*)
- Rezerwacje w hotelach nad jeziorem wzrosły o ok. **18,5%**  
(w porównaniu w takim samym okresie rok wcześniej)
- Kampania była jednym z wiodących tematów w rozmowach ludzi i w mediach przez prawie pół roku.

# Publicity

- Spot był opisywany w mediach drukowanych i on-line
- Był tematem wiodącym w kilkunastu wydaniach wiadomości i programach rozrywkowych



09



# Dodatkowo...

Media za free:

- Drukowane: ok. 3-4 str. 1/1
- TV: ok. 2-3 min
- Radio: ok. 2-3 min
- **Całkowity koszt tych mediów to byłoby ok. 120.000 EUR**



**Za tą kampanie Agencja Insomnia  
otrzymała w 2007 r. platynowe EFFIE**

Dziękuję za uwagę i do zobaczenia..

9 października 2009

**GALERIA  
MARKETINGU  
MIEJSC**



Pierwsze w Polsce targi usług marketingowych  
dla jednostek administracji publicznej

Termin:

19-20 listopada 2009 (czwartek, piątek)

Miejsce:

Łódź, Łódź Art Center

Wystawcy:

Profesjonalni usługodawcy marketingowi będą  
prezentować się w galeriach tematycznych według  
branż tj.: GALERIA PRu, GALERIA Reklamy itp.

**BEZPŁATNA REJESTRACJA:**  
**[www.brief4poland.pl/targi](http://www.brief4poland.pl/targi)**