

Celem INDUSTRIADY jest promocja Szlaku Zabytków Techniki oraz dziedzictwa industrialnego w całym województwie śląskim. Trzecia edycja INDUSTRIADY, tak jak dwie poprzednie, jest adresowana głównie do mieszkańców regionu. Służy budowaniu społeczności osób znających atrakcyjność oferty turystycznej województwa. Osób, które stają się naturalnymi ambasadorami marki terytorialnej „Śląskie”.

To już się dzieje. Poprzez profil na portalu Facebook dwójka Ślązaków mieszkających w tej chwili w Krakowie zaproponowała, że będzie promować INDUSTRIADĘ wśród swoich nowych znajomych. Przekazaliśmy im materiały. Na tym samym profilu ktoś zadał pytanie o długość Szlaku Zabytków Techniki. Jedna z internautek wyliczyła ją bardzo dokładnie. Wyszło jej 469,9 km.

Badania przeprowadzone w czasie ubiegłorocznej INDUSTRIADY przez ARC Rynek i Opinia na zlecenie Śląskiej Organizacji Turystycznej pokazują, że:

- 89% uczestników dobrze i bardzo dobrze ocenia INDUSTRIADĘ
- 92% chwaliło atmosferę wydarzenia,
- 86% różnorodność programu
- 71% uczestników **wiedziało, że INDUSTRIADA służy promocji Szlaku Zabytków Techniki,**
- 68% respondentów spontanicznie wymieniało nazwę wydarzenia, w którym uczestniczą
- 44% odwiedzających było pierwszy raz w danym zabytku.**
- 86 % badanych uważa, że INDUSTRIADA dobrze promuje region**

„Badanie ruchu turystycznego w województwie śląskim w 2011 roku”, przeprowadzone przez ARC Rynek i Opinia dla Śląskiej Organizacji Turystycznej pokazuje, że: Śląskie odwiedziło w 2011 r. **4 miliony turystów**. To aż o milion więcej niż w roku 2010! Uroki śląskiego coraz bardziej doceniają sami mieszkańcy – po regionie podróżowało ich **1 milion 440 tysięcy** – to o 116% więcej niż w poprzednim roku.

Każdy turysta odwiedzający Województwo Śląskie zostawiał tu średnio 100 zł dziennie, co w skali roku daje 2 mld zł. Turysty mieszkający na stałe w województwie wydawali średnio 50 zł dziennie na osobę, co w sumie daje 1 mld zł.

40% uczestników poprzedniej INDUSTRIADY dowiedziało się o niej od znajomych. Dlatego tak mocno stawiamy na marketing bezpośredni, w przestrzeni miast. W tym roku promocja Święta Szlaku odbywa się poprzez:

- Witryny Światła w Częstochowie, Chorzowie Gliwicach, Katowicach i Zabrzu,
- Marsze zrobotów w centrach miast i centrach handlowych
- Industrial Street Night, czyli Mariacka na pomarańczowo,
- koncert zespołu Neony w Częstochowie podczas Frytka Off,
- Światło na INDUSTRIADĘ, czyli piknik w Parku Śląskim ze strefą sportu, relaksu i prezentacjami w Planetarium

Nie zaniedbujemy jednak bardziej tradycyjnych kanałów informacji. Czego najlepszym dowodem ta konferencja prasowa:) oraz liczne konkursy promujące Święto Szlaku (InduSzychta, Zobodizajn, Kreator Zrobotów), a także rozmaite gadżety Industriady.

Kampania promocyjna INDUSTRIADY 2012:

Koszt

2,5 mln zł, z czego 500.000 zł otrzymało 12 organizacji pozarządowych na organizację wydarzeń w dniu INDUSTRIADY

Reklama autobusowa

14 oklejonych autobusów
260 plakatów wewnątrz autobusów

Reklamy prasowe:

37 emisji w 23 tytułach regionalnych
3 wkładki z programem Święta Szlaku do gazet codziennych: Gazeta Wyborcza, wydanie katowickie oraz częstochowskie, Polska The Times Dziennik Zachodni, łącznie 400 tys. egzemplarzy

Reklama internetowa

Ponad 12 mln odsłon (między innymi: Onet, Interia, WP, ale i portale regionalne w Rybniku, Częstochowie, Sosnowcu)

Aktywność promocyjna w internecie

Rozbudowany serwis internetowy www.industriada.pl (łącznie z wersją na urządzenia mobilne).
SZT na portalu Facebook – w ciągu ostatnich 6 tygodni ilość zainteresowanych nim osób wzrosła z 248 do 1600.
Profil Szlak Zabytków Techniki na portalu Twitter
2 miesiące reklamy FacebookAds
4 rodzaje reklamy SEM (wyszukiwarka Google, czerwiec)
Aplikacja konkursowa ZoboPuzzle (Facebook)
Marketing szeptany
Mapa zabytków w programie FourSquare
Trasa promująca zabytki w programie Foursquare
Archiwum fotograficzne INDUSTRIADY na portalu Flickr

Reklama radiowa

556 emisji 30 sekundowego spotu w najlepszym czasie (godz. 6.00–10.00 oraz 15.00–19.00) w 11 rozgłośniach regionalnych (min. Radio Bielsko, Radio Fest, Radio ESKA)
Współpraca z Radiem Katowice
6 emisji relacji reporterskich z Industriady w pięciu obiektach w miastach: Zabrze, Gliwice, Chorzów, Częstochowa, Radzionków
Konkursu Radia Katowice w Muzeum Chleba, Szkoły i Ciekawostek w Radzionkowie

Telewizja

Discovery Channel
114 emisji 70 sekundowego spotu,
4 miasteczka Discovery
4 niezależne ekipy telewizyjne przygotowujące relację

TVS

5 emisji wywiadów w porannym programie RADIO SILESIA
10 emisji programów Prognozy Pogody
Emisja felietonu o przygotowaniach do Święta Szlaku z Muzeum Energetyki w Łaziskach Górnych

TVP Katowice

emisja dwóch 10-cio minutowych odcinków programu pt: "Ex machina – INDUSTRIADA 2012"

TV Orion Częstochowa

9 emisji programu zapowiadającego INDUSTRIADĘ 2012
9 emisji reportażu ze Święta Szlaku