

Ogólnopolska kampania promocyjnej „Śląskie. Pozytywnie nakręcenie polecają” – podstawowe informacje

Czas trwania: 23 marca – 7 maja 2009 r.

Zasięg: ogólnopolski

Kampanię na zlecenie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Śląskiego zrealizowały: U2 Media, Metropolis, Grupa Eskadra.

Budżet kampanii 5 mln zł, z czego 3 mln budżet województwa śląskiego, 2 mln zł z Regionalnego Programu Operacyjnego (środki Unii Europejskiej)

Zrealizowane działania:

Reklama:

- Telewizja: 30'; 15'; 8'
- Outdoor: 12x3; 6x3
- Radio: 30'
- Prasa
- Internet: billboard i double billboard

Marketing bezpośredni:

- Konkurs interaktywny na amatorskie filmy video
- Event
- Direct mailing

Cele kampanii promocyjnej:

1. Przewartościowanie wizerunku Śląskiego, uświadomienie jego realnych atutów.
2. Kształtowanie wizerunku Śląskiego jako regionu atrakcyjnego turystycznie, poinformowanie o jego walorach.
3. Zmiana opinii Polaków na temat regionu śląskiego i jego atrakcyjności turystycznej.

Zrealizowane zadanie

Badania zlecone przez Urząd Marszałkowski zmierzały do rozpoznania skuteczności i efektywności ogólnopolskiej kampanii wizerunkowej „Śląskie. Pozytywnie nakręcenie polecają”.

- Skuteczność – ocenia na ile udało się osiągnąć założone cele.
- Efektywność – opisuje relacją uzyskanych efektów do poniesionych nakładów.