

# Media plan zagranicznej kampanii produktów turystycznych Województwa Śląskiego” na terenie Północnej Nadrenii-Westfalii. czerwiec/lipiec 2010 r.

- Dystrybucja insertu w Rheinische Post – nakład 60 tys. sztuk
- Dystrybucja pocztówek w pubach Dusseldorfu – 50 tys. sztuk
- Internetowa kampania displayowa (formaty: banner, skyscraper, rectangle) w portalach turystycznych
  - > weather-world.de, kwick.de,
  - > billigzimmer.com, tourist-online.de,
  - > ottello.de, flightpoint.de,
  - > cooleferien.com, fly-hotel.de
- Kampania w wyszukiwarce Google Adwords (100 słów kluczowych)
- Działania e-społecznościowe (profile, ekspozycja filmów, konkurs):
  - > facebook,
  - > twitter,
  - > studi-VZ,
  - > youtube
- Dwa 4-dniowe study tours: dla dziennikarzy z NRW oraz blogerów i internatów (14-17.06 oraz 21-24.06)
- Ekspozycja mebli miejskich w centrum Dusseldorfu oraz działania typu street-art
- Działania typu street performance w centrum Dusseldorfu (Akademia Sztuk Pięknych w Katowicach)
- Event – Dusseldorf, Marktplatz (2-3.07.2010) wg programu w tym koncerty muzyczne: Domagała Jazz Trio, Wolosi & Lasoniowie, Gooral, prezentacja kuchni śląskiej
- Krajowe konferencje prasowe: 17.06, 15.07
- Direct mailing do krajowych (200) i zagranicznych VIP-ów (100)
- Gadżety i materiały promocyjne (folder, 3000 szt. kalejdoskop, 500 szt. oraz inne)
- Strona www Kampanii: [www.dusseldorf2010.gosilesia.pl](http://www.dusseldorf2010.gosilesia.pl)

