

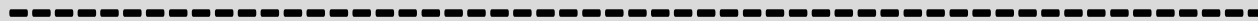
## Relacje biznesowe

---

**kluczowy element planu komunikacji marketingowej  
regionu pomorskiego**

WHAT YOU DO  
**TODAY**  
CAN IMPROVE ALL  
YOUR TOMORROWS

**WSPÓŁRACA**



**PARTNERSTWO**

*Trust*

To be trusted is a greater  
compliment than being loved

## MISJA REGIONU

---

wzmocnienie wizerunku jako destynacji całorocznej  
budowanie rozpoznawalności regionu (rynek zagraniczny)  
zwiększenie udziału turystyki przyjazdowej

**WSPÓLNY CEL : TURYSTYKA JAKO DOCHODOWA DZIEDZINA GOSPODARKI !**



One One  
Team Dream

# Wyzwania

---

Zmiany behawioralne  
Trendy konsumenckie  
Geopolityka  
Sytuacje kryzysowe

**Konkurencyjność**  
**Rosnący udział „wyjazdówki”**  
**PR – najdroższa destynacja w Polsce !**



**Rynki priorytetowe:** Szwecja, Norwegia, Dania, Wielka Brytania, Niemcy, Rosja

**Rynki uzupełniające:** Finlandia, Hiszpania, Włochy, Irlandia, Austria, Szwajcaria, Japonia, Chiny

**Rynki perspektywiczne:** Izrael, Holandia



## Skandynawia /Szwecja, Norwegia/

### Tematy:

- oferta typu city break: kulinaria, zakupy, lifestyle
- golf
- oferta dla rodzin z dziećmi
- SPA + beauty – mało inwazyjne zabiegi medycyny estetycznej
- natura: birdwatching, obserwacja przyrody, slow tourism
- road trips

Strategiczni partnerzy: **Stena Line, Norwegian, Ryanair, TB Nordic**

Działania B2C, uzupełniająco B2B

PR/publicity, kampanie sprzedażowe



## Dania

### Tematy:

- To co w Skandynawii ;)
- + SPORT i wydarzenia sportowe !!

Mistrzostwa Europy w piłce ręcznej mężczyzn ściągnęły do Gdańska ok 3 tys. Duńczyków !!!!

Strategiczni partnerzy: [polennu.dk](http://polennu.dk), SAS, Billund Airport

Działania B2C, uzupełniająco B2B

Online, PR/publicity





## Niemcy /wraz z rynkami niemieckojęzycznymi/

### Tematy:

- wycieczki autokarowe dla seniorów (Austria, Szwajcaria)
- turystyka sentymentalna
- architektura, bursztyn, historia najnowsza (Stocznia, Solidarność)

### Wyzwanie: pozyskanie nowej grupy odbiorców !!!

- oferta kulturowa i rozrywkowa
- festiwale i koncerty muzyczne
- oferta typu city break
- medycyna i uzdrowiska + SPA&Wellness
- turystyka konna

Strategiczni partnerzy: **Lufthansa City Centre, Studiosus**

Działania B2B, uzupełniająco B2C

PR/publicity, pakietyzacja





## Wielka Brytania/Irlandia

### Tematy:

- turystyka miejska
- koncerty, wydarzenia muzyczne
- Golf – 4 mln aktywnych golfistów !!!
- wypoczynek na łonie natury + parki narodowe
- Wolność & Solidarność
- architektura, bursztyn, historia najnowsza (Stocznia, Solidarność)

Strategiczni partnerzy: **Ryanair**

### Działania B2B + B2C

**kampanie sprzedażowe, PR/publicity**



## Japonia/Chiny

### Tematy:

- Wyjazdy grupowe
- Pakiety objazdowe po Polsce i Europie
  
- Turystyka miejska: kultura, architektura,
- Dziedzictwo kulturowe: zabytki UNESCO, tradycje lokalne bursztyn
- Nowoczesne kultura, design, wzornictwo
- Przyroda – ta najprostsza typu kwiatki w mieście ;)
- Podróże romantyczne
- Kuchnia (Japonia)

**Zwracają uwagę na:** sklepy z pamiątkami, gadżety, detale – zdobienia, powiązania i konteksty

**Wyzwania:** różnice kulturowe !

Strategiczni partnerzy: **ZOPOT Pekin/Tokio, Melody Tours, Miasto Szanghaj**

### Działania B2B

### Pakietyzacja, PR/publicity



## Rosja /Obwód Kaliningradzki/

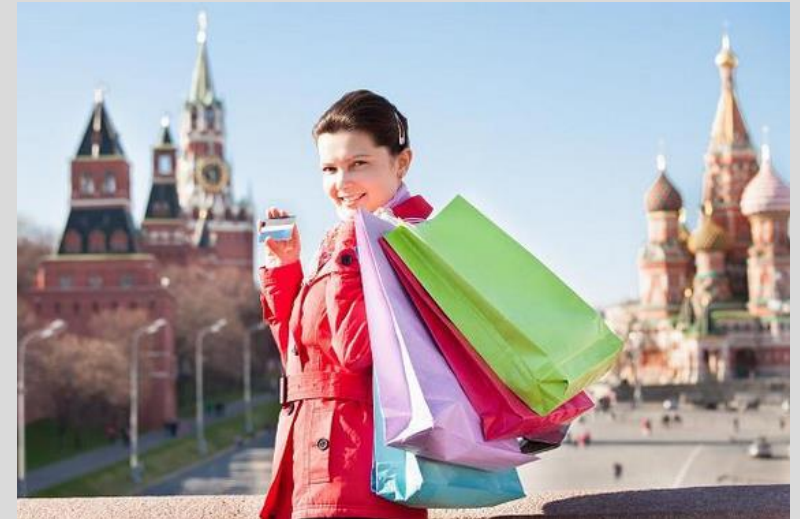
### Tematy:

- turystyka miejska
- SPA/odnowa biologiczna/medycyna estetyczna
- Bursztyn/biżuteria i produkty luksusowe
- Kultura i wydarzenia kulturowe, muzyczne, sportowe, rozrywkowe

Strategiczni partnerzy: **niezależne media**

**Działania B2C + B2B**

**PR/publicity, online RU**



# Izrael

## Tematy:

- turystyka miejska – city break + lifestyle /podróże indywidualne/
- oferta historyczna /podróże zorganizowane/
- wydarzenia muzyczne i festiwale
- ..... diagnoza rynku w toku ;)

Strategiczni partnerzy: **PLL LOT Izrael, Instytut Polski, Biuro Radcy Handlowego, Ryanair**

**Działania B2B + B2C**

**Pakietyzacja, PR /publicity**



# Holandia

## Tematy:

- turystyka miejska – weekend city break
- turystyka kulturowa + konteksty kulturowe
- Żuławy i osadnictwo żuławskie
- ..... diagnoza rynku w toku ;)

Strategiczni partnerzy: **KLM, SunAir, De Jong**

## Działania B2B + B2C

## Pakietyzacja, PR /publicity



## Siła networkingu

---







**INCOMING POLAND**  
GDAŃSK & POMORSKIE REGION  
**23.10.2018**

**2017:** 30 tour operatorów / 12 rynków / 640 spotkań



## Siła rekomendacji

---



 THE  TIMES VANITY FAIR BBC LA STAMPA

122 Dziennikarzy | 42 wizyty | 91 touroperatorów | 20 ekip telewizyjnych

Spodziewany ekwiwalent medialny szacowany jest na 5 mln PLN,  
a zasięg oddziaływania nawet na kilkanaście mln odbiorców

# [ #LifestylePolen ] Social Amplification Report 2016



**632,000**

EKWIWALENT  
REKLAMOWY

**484,000**

UNIKALNYCH  
UŻYTKOWNIKÓW

**12,000**

POLUBIEŃ  
RELACJI LIVE

**54,105,000**

ZASIĘG AKCJI W  
LICZBIE ODSŁÓN

## Siła oddziaływania

---





Stadssmester från 189 Kr

Flyg 189 kr [Boka nu](#)

Med billigt och underbara matlagning, drycker och skräddarsytt service. Avgifter från Sverige från endast 100 kr.

Uppträck Neapel [Boka nu](#) | Uppträck Podgorica [Boka nu](#)

Uppträck Polen: Flyg till Gdańsk från 162 kr

[Starta ditt äventyr i Pomorska vojvodskap](#) | [Mer information](#)

- Delivered on 08.02.17
- Very good performance with:
  - Open rate: 29.93%

Upptäck Polen: Flyg till Gdańsk från 162 kr



Starta ditt äventyr i

Booking Details UK	
PC Bookings	55
PV Bookings	350
Total Bookings	405
Total PAX*	1,057
CPA	€8.99

**BOKA NU!**

FLYG DIREKT TILL **GDANSK** FRÅN **189kr**

**RYANAIR** LOW FARES. MADE SIMPLE.

Avgångar från Växjö Småland. Biljettpreiser avser enkel resa. Boka fram till 2017-03-10. Resa från Apr-Maj. Se Ryanair.com.

Booking Details SE	
PC Bookings	41
PV Bookings	400
Total Bookings	441
Total PAX*	1,151
CPA	€9.12

## Korzyści współpracy

stałe narzędzia komunikacji  
zintegrowane działania marketingowe  
product placement

wzmocnienie wizerunku firmy  
wiarygodny przekaz  
bezpośrednie wsparcie biznesu

wsparcie merytoryczne i koordynacyjne  
montaż finansowy  
baza kontaktów B2B i mediów

spójność komunikacji  
rebranding regionu  
marka parasolowa

wydłużenie sezonu  
nowe rynki sprzedaży  
efekt ekonomiczny

model współpracy  
partnerstwo/lojalność/zaufanie

**THE MOMENT  
WHEN YOU WANT  
TO QUIT, IS THE  
MOMENT WHEN  
YOU NEED TO  
KEEP PUSHING.**

KUSHANOWIZDOM

Dziękuję za uwagę !!

**Krystyna Hartenberger-Pater**  
**k.pater@prot.gda.pl**