



Balatoni Turizmus Szövetség



A NYITOTT BALATON **A LEGKOOOPERATÍVABB BALATONI MARKETING AKCIÓ**

2023-ban az együttműködés volt
a kulcsszó



Miért ez a legkooperatívabb kampány?

Nyitottság és sokszínűség

- A Nyitott Balaton kiemelkedik a turisztikai marketing akciók közül a maga kooperatív jellegével. Ahelyett, hogy egyetlen szervezet akciót valósítaná meg, a kezdeményezés nyitott minden olyan szereplő számára, aki hozzá szeretne járulni a Balaton sikeréhez. Ez a megközelítés lehetővé teszi a helyi tudás és tapasztalatok összegyűjtését, és egy olyan marketingstratégiát eredményez, amely jobban tükrözi a Balaton sokszínűségét és egyediségét.



Kooperáció számokban

80 partner

Valamennyi partner célja a régió "4 évszakossá" tétele. Olyan partnerekkel dolgozott együtt a szervezet, amelyek magas minőségű szolgáltatással és jól kommunikálható eseményekkel várták a vendégeket.



34 rendezvény

A Nyitott Balaton akció partnereinek köszönhetően több mint harminc balatoni és budapesti eseményre települt ki. Az akció jól azonosítható molinókkal és a kampányelemeket tartalmazó POS eszközökkel és egy food truckkal mutatkozott be.



80.000 látogató

Közel 80.000 ember látta a kampány arculati elemeit a különböző rendezvényeken. Ca. 4000 személy közvetlenül részt vett a Ny.B. akció boros, süteményes, kóstolóin.



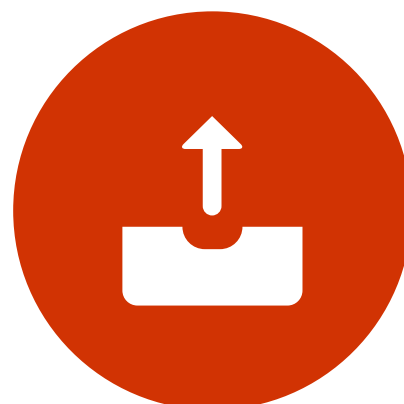
Az akció 4 legfontosabb eseményei

Tavaszi: X. Balaton fagyija választás

A Balaton fagyialtnagyhatalom. A rendezvényt komoly sajtókampány kíséri. Minden évben ez az egyik legérdekesebb tavaszi téma az 1 napra érkező turisták körében.

Nyár: Foodtruck együttműködés

A Balaton Bora választás nyertes borainak népszerűsítése volt a célja azoknak a kóstolóknak, amelyekre kitelepült a Nyitott Balaton Food Truckja.



Tél: Finn Mikulás is eljött A Balatonra

A Mikulásgyárral kapcsolatos együttműködésnek köszönhetően több helyre is ellátogatott a finn Mikulás. A balatoni cukrászdákban zajló jótékonyági akciónak köszönhető, hogy több ezer turista érkezett egy-egy napra a régióba.

Ősz: Pattanj kerékpárja

A Balaton Bike 365 együttműködésnek köszönhetően, a Ny. B. akció népszerűsítette az új kerékpáros útvonalakat és annak környékén található szolgáltatókat is.

Erre figyel a legjobban a sajtó //

200 cikk - 51 millió forint

Amennyiben valaki ki szeretné fizetni hirdetésként azokat a sajtómegjelenéseket, amelyek az elmúlt egy évben megjelentek a Nyitott Balaton akció kapcsán, akkor mintegy ötvenmillió forintnál is többet kellett volna kifizetni.



230.000 néző

A digitális közösségi térben, ca. ennyien láthatták azokat a posztokat, amelyek megjelentek a Nyitott Balaton akció partnereiről. Közel 20.000 ember, rendszeresen, aktívan követi a Nyitott Balaton közösségi oldalát. E mellett, megújult www.nyitottbalaton.hu oldala is.



Marketing erősségek

Az akció
sikerének
egyéb okai.

01

Erős márkaidentitás: A Nyitott Balatonnak egy erős márkaidentitása van, amely könnyen felismerhető és megkülönböztethető a versenytársaktól.

02

Hatékony marketingkommunikáció: A Nyitott Balaton hatékonyan kommunikálja a Balaton kínálta lehetőségeket a célközönség számára. Más szervezetnek ennyi sajtómagjelenése nincs!

03

Folyamatos innováció: A Nyitott Balaton folyamatosan új turisztikai termékeket keres és új kreatív kommunikációs megoldásokat dolgoz ki, hogy megfeleljen a piaci igényeknek.

Példaértékű kezdeményezés



Sokat tanulhatnak más régiók

- A Nyitott Balaton egy példaértékű kezdeményezés, amely megmutatja, hogyan lehet a kooperatív marketinggel és az új szolgáltatások felkutatásával felpozícionálni a turisztikai régiót. A kezdeményezés sikereiből más turisztikai régiók is tanulhatnak.
- A 4 évszakos Balaton koncepció az egész ország turizmusára könnyen adaptálható.
- Jó példa lehet mindenki számára az a marketing aktivitás, amely több száz cikket generál a Balatonról az országos médiában is.

KÖSZÖNÖM A FIGYELMET

Fekete Tamás, Balatoni Turizmus Szövetség, alelnök
mobil: 06 20 9642839

