



**Magiczny
Kraków**

„Wide open for meetings” - kampania promocyjna MICE w prasie i internecie w trakcie!

2023-10-03

Trwa kampania „Wide open”, jest to ona wspólnym przedsięwzięciem Miasta Kraków, Województwa Małopolskiego oraz Małopolskiej Organizacji Turystycznej, realizowanym w ramach projektu „Małopolska - cel podróży”. Jej głównym celem jest odbudowa ruchu turystycznego w Krakowie i Małopolsce po pandemii. Na jakim etapie są działania związane z promocją turystyki biznesowej? Co jeszcze przed nami?

Kampania internetowa

1 sierpnia 2023 wystartowała kampania internetowa „Wide open for meetings”, skierowana na aktywizację podróży biznesowych do Krakowa i okolic oraz promocję regionu jako miejsca idealnego na organizację spotkań biznesowych. Aby dotrzeć do odbiorców, postawiono na kompleksową promocję online, która prowadzona jest na dedykowanych profilach na Facebooku, Instagramie oraz LinkedInie. Dodatkowym uzupełnieniem w komunikacji są kampanie odsłonowe i spoty emitowane w sieci reklamowej Google. Działania zaplanowane do końca listopada mają przynieść milionowe wyświetlenia na 12 rynkach zagranicznych. Budżet przedsięwzięcia wynosi niemal 1 mln złotych, kampanię realizuje Fabryka Marketingu.

Kampania w zagranicznej prasie opiniotwórczej i branżowej

Od kwietnia realizowana jest także kampania w zagranicznej prasie branżowej i opiniotwórczej. Reklamy promujące Kraków i Małopolskę ukazały się w renomowanych tygodnikach The Economist oraz WirtschaftsWoche. Teksty ukazały się także w prasie branżowej w dwóch wydaniach CN (Conference News) i Punto MICE, a także w MICE Benelux, HQ Magazine, Tendence Nomade i Boardroom. Publikacje pojawiły się w papierowych i cyfrowych wersjach magazynów. Ostatnia faza kampanii prasowej zaplanowana jest na listopad i obejmuje tytuły takie jak AMI, HQ Magazine, MICE BENELUX oraz CN. Koszt kampanii realizowanej przez firmę Mastermind wynosi blisko 1,2 mln złotych.

Spotkania B2B i podróż studyjna

Promocja naszej destynacji obejmuje także marketing bezpośredni, w tym spotkania B2b na targach turystyki biznesowej oraz spotkaniach stolikowych. Od początku roku oferta konferencyjna miasta była promowana podczas wydarzeń takich jak IMEX Frankfurt, The Meetings Space, M&I Forum. Do końca roku przewidziane są jeszcze targi IMEX Las Vegas oraz IBTM Barcelona. Podczas każdego z wydarzeń zespół KCB bierze udział średnio w 25 spotkaniach.

Początkiem października Kraków Convention Bureau organizuje dodatkowo podróż studyjną do Krakowa i Małopolski tzw. fam trip pn. „Experience Kraków, Visit Malopolska” dla 10 planistów z rynków objętych projektem, reprezentujących profesjonalne firmy zajmujące się organizacją grupowych podróży biznesowych, w tym motywacyjnych i incentive. W programie przewidziano wizyty inspekcyjne w miejscach na organizację kongresów, konferencji i targów w Krakowie oraz krótki pobyt w Zakopanem. Nie zabraknie okazji do zapoznania się lokalną kuchnią, legendami i tradycjami



**Magiczny
Kraków**

Krakowa czy wizyty w Kopalni Soli w Wieliczce.

Bezpośrednie rozmowy i prezentacje konsekwentnie budują markę miasta - organizatora międzynarodowych wydarzeń, a w długofalowej polityce rozwoju turystyki poszerzają obszar promocji wykraczając poza aspekty stricte turystyczne. Zaś udział w fam tripie jest jedyną w swoim rodzaju okazją do weryfikacji możliwości organizacji wydarzeń w Krakowie i regionie.

Kompleksowe działania promocyjne

Kampanie w prasie i w internecie skierowane do turysty zagranicznego są częścią działań prowadzonych wspólnie przez Miasto Kraków, Województwo Małopolskie i Małopolską Organizację Turystyczną w ramach projektu **„Małopolska - cel podróży”**. Celem projektu jest zainteresowanie regionem gości zagranicznych i pobudzenie ruchu turystycznego po okresie pandemii. Do turysty krajowego skierowane są działania pod hasłem „Daj się ugościć! Odwiedź Kraków. Odkryj Małopolskę.” Budżet całego projektu to aż 24 mln zł, z czego na kampanię krajową przeznaczono 8 mln zł, a 16 mln zł na kampanię zagraniczną „Wide Open”. Warto podkreślić, że to jedyny projekt finansowany w całości z funduszy europejskich.

Liderem projektu jest Małopolska Organizacja Turystyczna, która odpowiada za koncepcję kreatywną, produkcję materiałów i ich emisję, a także organizację misji gospodarczych. Partnerami projektu są Kraków i Małopolska. Miasto Kraków koncentruje się na promocji turystyki biznesowej. Region odpowiada za komunikację produktów związanych z turystyką wypoczynkową – kulturową, kulinarną, aktywną oraz spa i wellness,

Turystyka biznesowa - istotna dla gospodarki miasta

Kampanie mająca na celu promocję turystyki biznesowej, strategicznej dla gospodarki turystycznej w Krakowie, realizowane są przez Kraków Convention Bureau działające w Wydziale ds. Turystyki Urzędu Miasta Krakowa.

Kompleksowa oferta miasta – różnorodność obiektów konferencyjnych, setki hoteli, położone blisko centrum lotnisko, aktywne środowisko akademickie oraz malowniczy region - stanowi magnes dla klientów organizujących kongresy, konferencje czy wyjazdy motywacyjne. Kampania prowadzona przez Miasto Kraków skupia się właśnie na tym rodzaju turystów.

Raport „Branża spotkań w Krakowie 2022” wskazuje, że w 2022 roku liczba wydarzeń MICE w stosunku do poprzedniego roku wzrosła o 25,73 proc., zaś liczba uczestników spotkań aż o 154 proc. Choć są to optymistyczne statystyki, to branża MICE nadal nie wróciła do poziomu z 2019 roku. To pokazuje, że prowadzone działania są nie tylko skuteczne, ale wciąż potrzebne.

„Wide open...” - gościnność i otwartość zachęcają do wizyty turystów biznesowych

Główne hasło projektu „Wide open...” odwołuje się do polskiej gościnności, a przede wszystkim otwartości, z jaką kojarzona jest Małopolska. W końcu przez wieki Kraków i jego okolice stanowiły miejsce spotkań, wspólnego życia i wymiany handlowej przedstawicieli wielu kultur. Działania skierowane są na rynki: brytyjski, amerykański, niemiecki, austriacki, szwajcarski, szwedzki, duński,



**Magiczny
Kraków**

norweski, francuski, belgijski, hiszpański i włoski. [Więcej informacji o projekcie](#) na stronie Kraków Convention Bureau.