



HAJDÚSZOBOSZLÓI TURISZTIKAI NONPROFIT KFT.
WWW.HAJDUSZOBOSZLO.HU

Beszámoló

a Turisztikai marketing keret felhasználásáról

a 2020. 01.01-07.31. közötti időszakban

Hajdúszoboszló Város Önkormányzatának

Turisztikai és Nemzetközi Kapcsolatokért Felelős Bizottsága részére

Készítette:

Lévay Enikő – ügyvezető és Medgyesi Szilvia – TDM menedzser

2020.

I. Magyarország/ belföldi marketing kampányok lebonyolítása	5
1. Vásárok, kiállítások, kitelepülések.....	5
1.1. Miskolc – Menjünk világgá – Utazási kiállítás – 2020.03.07-08.	5
2. Városi kiemelt rendezvények promóciója.....	5
2.1. Online hirdetések	5
2.2. Facebook hirdetések.....	5
3. Magyarország/ belföldi marketing: image hajdúszoboszlói kampányok, hirdetések	6
3.1. Adwords kampány	6
3.2. Facebook hirdetések.....	6
3.3. Online hirdetések	6
3.4. Offline/ nyomtatott hirdetések	7
II. Külföldi marketing kampányok lebonyolítása	11
1. Lengyelország	11
1.1. Adwords kampány	11
1.2. Facebook hirdetések.....	11
1.3. Kiállítások, vásárok.....	11
2. Románia	12
2.1. Online kampány	12
2.2. AdWords kampány	12
2.3. Facebook hirdetések.....	12
2.4. Kiállítások, vásárok.....	13
3. Szlovákia.....	13
3.1. Nyomtatott hirdetések:	13
3.2. AdWords kampány	13
3.3. Facebook hirdetések.....	13
3.4. Online megjelenés.....	14
4. Oroszország, Ukrajna,.....	14
4.1. AdWords kampány	14
5. Németország, Ausztria	14
5.1. AdWords kampány	14
5.2. Facebook hirdetések.....	15
6. Csehország	15
6.1. AdWords kampány	15

6.2. facebook hirdetések.....	15
6.3. Kiállítások, vásárok.....	15
7. Izrael.....	16
7.1. Kiállítások, vásárok.....	16
8. Moldávia	16
8.1. Kiállítások, vásárok.....	16
III. Hajdúszoboszló Visszavár – Újraindító kampány	17
1. Online hirdetések	17
1.1. MYT MEDIA.....	17
1.2. Nativhirdetes.hu	17
2. Internetes honlapok kereső marketingje és közösségi oldalak marketingje	18
3. Offline/ nyomtatott hirdetések	19
4. Televíziós hirdetés	20
5. Videó készítés	20
6. Kreatív anyagok elkészítése (bannerek, hirdetések, fotók).....	20
6.1. Bannerek	20
6.2. Offline hirdetések/ Facebook hirdetési kreatívok	21
6.3. Facebook kreatívok	21
6.4. Fotók	21

A Turisztikai Bizottság a 2020-as évben is a marketing tevékenység megvalósítását feladatfinanszírozással a város Turisztikai Desztináció Menedzsment Szervezetére bízta, melyhez a „Városmarketing keret TDMSZ által ellátott marketingfeladatok finanszírozása” soráról bruttó 40.000 000 Ft keretet biztosított. A TDM szervezet részére átadott városmarketing keretből a 01-07. hó időszakban online, offline és PPC, AdWords, Youtube közösségi média hirdetésekkel Hajdúszoboszló promóciója feladat megvalósítására összesen 11.999.997 Ft került felhasználásra. A kiállításokon való megjelenés, kitelepülés, study-tour 4.517.499 Ft-os keretösszegéből, 2020. július 31-ig 3.559.433 Ft került felhasználásra, mivel a COVID-19 hatására több vásár elmaradt és ez idáig nem került megtartásra. Az elmaradt kiállítások helyett a hajdúszoboszlói TDM szervezet a Hungarospa Zrt-vel közösen tervezi a képviseletet a Magyar Turisztikai Ügynökség által szervezett külföldi road-show rendezvényeken. Előzetes terveink között szerepel study-tourok megvalósítása az MTÜ támogatásával, amennyiben a határnyitások és a járványhelyzet azt lehetővé teszik.

Ebből a keretből az alábbi feladatok valósultak meg 2020. január 01-július 31. között.

I. Magyarország/ belföldi marketing kampányok lebonyolítása

1. Vásárok, kiállítások, kitelepülések

1.1. Miskolc – Menjünk világgá – Utazási kiállítás – 2020.03.07-08.

A miskolci utazási kiállításon a hajdúszoboszlói TDM szervezet képviselőjében Forman Annamária cégvezető képviselte városunkat és mutatta be Hajdúszoboszló turisztikai kínálatát. A szolgáltatók részéről személyes képviselőket biztosított Hotel Aurum és Hungarospa Zrt, valamint a Hotel Rudolf.

A beszámoló a következő linkre kattintva érhető el: [BESZÁMOLÓ](#)

2. Városi kiemelt rendezvények promóciója

2.1. Online hirdetések

A rendezvények saját aloldalon való hirdetése a **programturizmus.hu** weboldalon egész évben folyamatosan. A portálról a látogatók a hajdusoboszló.hu weboldalra átlépkelve további információkhoz juthatnak. A mért adatok szerint a programturizmus.hu weboldallal 6.278 felhasználó¹ érkezett a 2020-as év 01.01-07.31 közötti időszakban, melyből 4.248 volt új felhasználó². A felhasználók összesen 8.197 munkamenetet³ generáltak.

2.2. Facebook hirdetések

A hajdusoboszló.hu hivatalos facebook oldalán a hajdúszoboszlói rendezvények promóciójának erősítése fizetett hirdetésekkel, fotókkal, friss információkkal, melyek segítségével a fesztivál eseményprofiljának megtekintését erősítettük.

A Népi Étek Fesztiválja rendezvény eseményének hirdetése az alábbi eredményeket érte el:

- Megjelenés: 22.054
- Kattintások (összesen): 532

¹ A weboldalon/www.hajdusoboszló.hu, legalább egy munkamenetet indító felhasználó, a kiválasztott időszakban.

² A weboldalon/www.hajdusoboszló.hu, első alkalommal megjelenő felhasználó, a kiválasztott időszakban.

³ A munkamenetek teljes száma a kiválasztott időszakban. A munkamenet az az időszak, amely alatt a felhasználó aktívan végez valamilyen tevékenységet a webhelyen(www.hajdusoboszló.hu), az alkalmazásban (HAPP) stb. Minden használati adat (képernyő-megtekintések, események, e-kereskedelem stb.) egy munkamenethez kapcsolódik.

- Hivatkozás kattintások: 129
- CTR⁴(összes): 2,41
- [FACEBOOK STATISZTIKA](#)

3. Magyarország/ belföldi marketing: image hajdúszoboszlói kampányok, hirdetések

3.1. AdWords kampány

Folyamatos AdWords és Youtube hirdetések futtatása megfelelő kulcsszavakkal, valamint közösségi média hirdetések és promóciók az internetes keresőhálózatban

- Megjelenés: 25.202.227
- Interakciók: 87.752

3.2. Facebook hirdetések

Folyamatosan: weboldal látogatottságát erősítő kampány

- Oldalkedvelések: 7.203
- Emberek száma, akik látták a hirdetést/ elérés: 2.659.403
- Videó megtekintés: 20.223
- A hajdusoboszlo.hu weboldalra átlinkelők száma: 34.046
- [FACEBOOK STATISZTIKA](#)

3.3. Online hirdetések

- **Banner hirdetések** és kiemelt megjelenések a **programturizmus.hu portálon** folyamatosan, minden esemény és programajánlat megjelenés – korlátlan számú ajánlat, főoldali kiemelések, élménygaléria kiemelések, Hajdúszoboszló visszavár és a 60 napos programsorozat bannerek futtatása július hónapban.
- **6 megyés Turisztikai Magazin online változata** a következő online portálokon: szon.hu, haon.hu, boon.hu, szoljon.hu, heol.hu, nool.hu weboldalakon volt elérhető, a magazin offline

⁴ Átkattintási arány

változata mellett. A kiadvány elsősorban print megjelenés volt, csak bónuszként került ki a hírportálokra, ezt az online kiadványt 367.272-en látták, 205-en töltötték le.

- **Banner hirdetések,** a következő online portálokon: Civishir.hu, Borsodhir.hu, Szabolcsihir.hu weboldalakon
 - Civishir.hu: Megjelenés: 488.680; Kattintás: 1.789
 - Borsodhir.hu: Megjelenés: 368.290; Kattintás: 1.148
 - Szabolcsihir.hu: Megjelenés: 454.187; Kattintás: 1.467

3.4. Offline/ nyomtatott hirdetések

3.4.1. Nők Lapja Nyár 1/1 felület

A Nők Lapja különszámai elsősorban azokat a nőket célozzák meg, akik aktív életet élnek: tavasszal kertészkednek, szívesen csinosítják otthonukat, nyáron vízitúrára indulnak, télen pedig maguk készítik el az adventi asztali díszet. A tematikus lapszámok nemcsak igényes vizualitást képviselnek, de praktikus megoldásokat is nyújtanak a női szabadidős tevékenységekhez. Mindegyik kiadványuk igyekszik igényes olvasnivalóval szórakoztatni a világra nyitott olvasókat. A különszámokat a jól ismert Nők Lapja újságírók írják, akik ezúttal is számtalan műfajban próbálták ki magukat – az interjútól a riporton át a humoros jegyzetig.

- Célcsoport: 18-49 városi nők, akik tartalmas szórakozásra vágnak
- Piaci adatok:
 - Periodicitás: évi 1 megjelenés
 - Értékesített példányszám: 44.544
- A hirdetés megtekintésének linkje: [KATTINTSON IDE!](#)

3.4.2. Turisztikai Magazin - 6 Megyés

Turisztikai Magazin - 6 Megyés, 1/1 felület.

Megjelenés: Nyomtatott médiában Kelet-Magyarország, Hajdú-bihari Napló, Észak-Magyarország, Új Néplap, Heves Megyei Hírlap, Nógrád Megyei Hírlap napilapok teljes példányszámában behúzva jelent meg a magazin.

- 6 megyében 538.000 olvasó
- A hirdetés megtekintésének linkje: [KATTINTSON IDE!](#)

3.4.3. Hidegkúti Kilátó Magazin

Az érték, mérték, minőség magazinja – Buda- és Pilis-vidék

2020.XI. évfolyam/Nyár lapszám ½ oldal, A/4 méret

A Kilátó Magazin mérték, érték és minőség központú lokálpatrióta képeslap. A Kilátó a főváros, Budapest budai negyedének és vonzáskörzetének, a (pilis-budai régió) piacvezető orgánuma, 13 ezer példányban, nyomtatott és online www.kilatomagazin.hu formában, immár 11. éve.

- Megjelenési terület: Budapest, Budapest budai negyedének (II. kerület, II/A kerület) és vonzáskörzetének, a pilisi, budai régiónak orgánuma.
- Célközönség: E térségben él hazánk legfizetőképesebb társadalmi rétege. (Hazai és külföldi vállalkozók, cégvezetők, művészek, politikusok és más jeles, tehetséges emberek családjukkal, szintén tehetséges, befolyásos baráti körökkel együtt.)
- Olvasótábor: Erős polgári vásárlóréteg, ún. prémium kategória. Szívesen áldoz pénzt, időt arra, hogy igényesen töltsen el szabadidejét, nyitottak, érdeklődők.

Itt él Magyarország 100 leggazdagabbjainak 62%-a. A KSH által is kimutatott tény, hogy itt keresik és költik el a legtöbb pénzt, itt a legnagyobb fogyasztói forgalom. Területükön van az amerikai és a francia iskola és gimnázium. Mindezeket veszik figyelembe az országos programokat hirdetőik is.

- A hirdetés megtekintésének linkje: [KATTINTSON IDE!](#)

3.4.4. #kikapcs – Mobil OFF, Élmény On magazin

2020/01 lapszám 1/1 oldalas, A/5 méret

- Piaci adatok: 15.000 példányszám
- Célközönség: családok célközönség számára terjesztett kiadvány
- A hirdetés megtekintésének linkje: [KATTINTSON IDE!](#)

3.4.5. Hajdúszoboszlói Vendégkalauz 2020

2020/július lapszám 1/1 oldalas, A/4 méret

A már Hajdúszoboszlón tartózkodó turisták informálására szolgáló kiadvány, amelyben térkép is található, valamint információ több nyelven a programokról, rendezvényekről és helyi igénybevehető szolgáltatásokról

Nyári főszezon időszakban folyamatos terjesztés a hajdúszoboszlói fürdőkomplexumban és a szállodákban, éttermekben

- Piaci adatok: 10.000 példányszám
- Célközönség: a már Hajdúszoboszlón tartózkodó turisták, helyi lakosság, környékbeli érdeklődők, fürdőkomplexumba érkező 1 napos fürdőzők
- A hirdetés megtekintésének linkje: [KATTINTSON IDE!](#)

3.4.6. Minőségi Borok-Ételek magazin

2020/július lapszám 1/1 oldalas, A/4 méret

- Piaci adatok: 5.000 példányszám
- Célközönség: turisztikai-, gasztronómiai-, borturisztikai-, vendéglátóipari szaklap
- A hirdetés megtekintésének linkje: [KATTINTSON IDE!](#)

3.4.7. Aktív pihenés és Gyógyturizmus Magyarországon 2020

XX. évfolyam/2020 B2 borító és plusz 2 darab 1/1 oldalas hirdetés, A/5 méret

A 20. éve megjelenő turisztikai kiadvány idei lapszáma az „IDÉN NYARALJUNK ITTHON” főcímmel került kiadásra. Tematikájában változatlanul 5 régióba kalauzolja el az olvasókat. Hazai szállodák, wellness és spa hotelek, gyógyfürdők tájékoztató anyagai mellett jelennek meg a magazinban Magyarország főbb turisztikai településeinek hirdetései is. A magazinban megjelenő turisztikai attrakciókról az információk a www.viapannonia.hu/aktiv weboldalon is elérhetőek.

- Piaci adatok: 12.000 példányszám
- Tervezett terjesztés: 300 Relay és InMedio üzletben. országosan, Tourinform irodákban ingyenesen, 3 Budapestinfo Point-on ingyenesen (Belvárosi Budapestinfo Point/Sütő utca; Budavári Turisztikai Információs Iroda; Műjégpálya)
- Célközönség: belföldi utazás tervező aktív korú seniorok, családok és aktív pihenést tervező utazók, akik a 2020-as évben úgy döntenek, hogy „IDÉN NYARALJUNK ITTHON”!
- A hirdetés megtekintésének linkje (B2 borító): [KATTINTSON IDE!](#)
- A hirdetés megtekintésének linkje (2/1 oldal első oldala): [KATTINTSON IDE!](#)
- A hirdetés megtekintésének linkje (2/1 oldal második oldala): [KATTINTSON IDE!](#)

3.4.8. Budapest Business Journal

2020.07.31. angol nyelvű lapszám, 1/1 oldalas hirdetés

Magyarország egyetlen angol nyelvű, független, gazdasági és üzleti B2B kiadványa. A magazin tartalma hazai üzleti hírek, szakértő cikkek és szakmai tanácsok, melyek az üzleti élet döntéshozóit segítik munkájukban és személyes fejlődésükben.

- Piaci adatok: 10.000 példányszám
- Terjesztési csatornák: Egyéni és céges előfizetők 3.500, árus terjesztés 800, VIP listás terjesztés 5.700. Nagykövetségek, állami intézmények, kereskedelmi kamarák, kiemelt 4 és 5 csillagos budapesti szállodák, Liszt Ferenc repülőtér VIP várója, kiemelt fitnesstermek, magánkórházak és – klinikák, kiemelt irodaházak, kiadói példányok, valamint konferenciák és üzleti rendezvények.
- Célközönség: Üzleti döntéshozók, felső- és középvezetők, vállalkozók és hazánkban élő dolgozó külföldiek. A tartalom a cégvezetők, a kereskedelem, a gyártás, a marketing, a HR, a pénzügy és az informatika területén dolgozók üzleti információs igényeit elégítik ki.
- A hirdetés megtekintésének linkje: [KATTINTSON IDE!](#)

II. Külföldi marketing kampányok lebonyolítása

1. Lengyelország

1.1. AdWords kampány

Folyamatos AdWords és Youtube hirdetések futtatása megfelelő kulcsszavakkal, valamint közösségi média hirdetések és promóciók az internetes keresőhálózatban 2020.01.01-07.31. közötti időszakban. A hirdetések a hajduszoboszlo.hu weboldalra irányítják a látogatót.

- Megjelenés: 17.769.362
- Interakciók és kattintás: 6.137

1.2. Facebook hirdetések futtatása

A hajduszoboszlo.hu weboldal látogatottságának növelésére a facebook.com-on egyedi hirdetések megjelenítése, a hirdetések eredmény típusa az érkezési oldal megtekintés:

- Eredmények: 39.248
- Elérés: 735.022
- Megjelenések: 1.376.106
- Kattintások összes: 88.288
- [FACEBOOK STATISZTIKA](#)

1.3. Kiállítások, vásárok

Az alábbi kiállítások voltak tervezve, de a COVID-19 járvány miatt elmaradtak

1. Katowice – GLOBalnie – 03.29-31.
2. Kielce – Agrotravel – 04.05-07.
3. Lublin – Libelskie Targi Turystyczne – 05.24-26.

2. Románia

2.1. Online kampány

- Banneres hirdetések az **adevarul.ro** oldalon, országos online portálon 2020.06.29-07.12. között, mely megjelenés imázs erősítés és a hajduszoboszlo.hu weboldalra történő irányítás céljából futott, a kampány ideje alatt a hirdetés 105.024-szer jelent meg, amely 151 kattintást eredményezett a hajduszoboszlo.hu/ro weboldalra, a CTR 0.14%-os lett.
 - a hirdetés [PRINTSCREEN](#)-je
- Banneres hirdetések a **JurnalMM.ro**, a **Cluju.ro**, az **Ebihoreanul.ro** és a **Portalsm.ro** weboldalakon 2020.06.30-07.12. között, mely szintén imázs erősítés és a weboldalra irányítás céljával indítottunk, a kampány ideje alatt 441.181 megjelenésből 231.766 elérés volt, 548 az összes kattintás, a CTR 0.12%-os lett.
 - Cluj.ro: [PRINTSCREEN](#)
 - Journalmm.ro: [PRINTSCREEN](#)

2.2. AdWords kampány

Folyamatos AdWords és Youtube hirdetések futtatása megfelelő kulcsszavakkal, valamint közösségi média hirdetések és promóciók az internetes keresőhálózatban 2020.01.01-07.31. közötti időszakban. A hirdetések a hajduszoboszlo.hu/ro weboldalra irányítják a látogatót.

- Megjelenés: 18.517.874
- Interakciók: 9.109

2.3. Facebook hirdetések

A hajduszoboszlo.hu weboldal látogatottságának növelésére a facebook.com-on egyedi hirdetések megjelenítése, a hirdetések eredmény típusa az érkezési oldal megtekintés:

- Eredmények: 13.190
- Elérés: 365.823
- Megjelenések: 710.996
- Kattintások összes: 34.046
- [FACEBOOK STATISZTIKA](#)

2.4. Kiállítások, vásárok

A Romániában a hajdúszoboszlói TDM szervezet a Hungarospa Zrt-vel és Pálvölgyi Éva helyi turisztikai vállalkozó segítségével az alábbi vásárokon és kiállításokon képviselte városunkat és mutatta be Hajdúszoboszló turisztikai kínálatát:

1. Kolozsvár – Touristica – 2020.02.14-16. [BESZÁMOLÓ](#)
2. Temesvár – Craft Timisoara – 2020.02.28-03.01. [BESZÁMOLÓ](#)
3. Bukarest – TTR – 2020.02.20-23. [BESZÁMOLÓ](#)

3. Szlovákia

3.1. Nyomtatott hirdetések

3.1.1. Új Szó

Új szó napilap 1/3 méretű hirdetés: július 23.; 1/2 oldal méretű hirdetés július 30.

- A hirdetés megtekintésének linkje: [KATTINTSON IDE!](#)

3.1.2. Új szó – Vasárnapi melléklet

Új szó napilap Vasárnapi melléklet 1/2 oldal méretű hirdetés július 28.;

- A hirdetés megtekintésének linkje: [KATTINTSON IDE!](#)

3.2. AdWords kampány

Folyamatos AdWords és Youtube hirdetések futtatása megfelelő kulcsszavakkal, valamint közösségi média hirdetések és promóciók az internetes keresőhálózatban 2020.01.01-07.31 közötti időszakban. A hirdetések a hajdusoboszlo.hu/sk weboldalra irányítják a látogatót.

- Megjelenés: 11.315.790
- Interakciók: 6.099

3.3. Facebook hirdetések

A hajdusoboszlo.hu weboldal látogatottságának növelésére a facebook.com-on egyedi hirdetések megjelenítése, a hirdetések eredmény típusa az érkezési oldal megtekintés:

- Eredmények: 19.296

- Elérés: 289.344
- Megjelenések: 791.332
- Kattintások összes: 47.876
- [FACEBOOK STATISZTIKA](#)

3.4. Online megjelenés

Új szó online, megjelenés alapú banneres hirdetések az ujszo.hu/utazz oldalon jelentek meg 07.20-26 közötti időszakban, megjelenés összesen 100.000 AV.

4. Oroszország, Ukrajna,

4.1. AdWords kampány

Folyamatos AdWords és Youtube hirdetések futtatása megfelelő kulcsszavakkal, valamint közösségi média hirdetések és promóciók az internetes keresőhálózatban 2020.01.01-07.31 közötti időszakban. A hirdetések a hajduszoboszlo.hu/ru; weboldalra irányítják a látogatót.

- Megjelenés: 4.834.696
- Interakciók: 6.181

5. Németország, Ausztria

5.1. AdWords kampány

Folyamatos AdWords és Youtube hirdetések futtatása megfelelő kulcsszavakkal, valamint közösségi média hirdetések és promóciók az internetes keresőhálózatban 2020.01.01-07.31. közötti időszakban. A hirdetések a hajduszoboszlo.hu/de weboldalra irányítják a látogatót.

német:

- Megjelenés: 7.613.983
- Interakciók: 3.940

osztrák:

- Megjelenés: 2.951.739
- Interakciók: 388

5.2. Facebook hirdetések

A hajduszoboszlo.hu weboldal látogatottságának növelésére a facebook.com-on egyedi hirdetések megjelenítése, a hirdetések eredmény típusa az érkezési oldal megtekintés:

- Eredmények: 4.566
- Elérés: 98.106
- Megjelenések: 157.651
- Kattintások összes: 10.242
- [FACEBOOK STATISZTIKA](#)

6. Csehország

6.1. AdWords kampány

Folyamatos AdWords és Youtube hirdetések futtatása megfelelő kulcsszavakkal, valamint közösségi média hirdetések és promóciók az internetes keresőhálózatban 2020.01.01-07.31. közötti időszakban. A hirdetések a hajduszoboszlo.hu/cs weboldalra irányítják a látogatót.

- Megjelenés: 5.859.899
- Interakciók: 4.877

6.2. Facebook hirdetések

A hajduszoboszlo.hu weboldal látogatottságának növelésére a facebook.com-on egyedi hirdetések megjelenítése, a hirdetések eredmény típusa az érkezési oldal megtekintés:

- Eredmények: 13.190
- Elérés: 365.823
- Megjelenések: 710.996
- Kattintások összes: 34.046
- [FACEBOOK STATISZTIKA](#)

6.3. Kiállítások, vásárok

Csehországban a hajduszoboszlói TDM szervezet a Hungarospa Zrt-vel együttműködve az alábbi vásáron és roadshow-n képviselte városunkat és mutatta be Hajdúszoboszló turisztikai kínálatát:

1. Brno – Regiontour – 2020.01.17-19. MTÜ Magyarország standján [BESZÁMOLÓ](#)
2. Cseh roadshow – MTÜ szervezés [BESZÁMOLÓ](#)

7. Izrael

7.1. Kiállítások, vásárok

Izraelben a hajdúszoboszlói TDM szervezet a Hunguest Hotels Zrt-vel együttműködve az alábbi vásáron és kiállításon képviselte városunkat és mutatta be Hajdúszoboszló turisztikai kínálatát:

1. Tel-Aviv – IMTM – 2020.02.11-12. MTÜ Magyarország standján
 - [BESZÁMOLÓ](#)
 - [KÉP A STANDRÓL](#)

8. Moldávia

8.1. Kiállítások, vásárok

Kisinyovban a hajdúszoboszlói TDM szervezet a Hungarospa Zrt-vel együttműködve az alábbi vásáron és kiállításon képviselte városunkat és mutatta be Hajdúszoboszló turisztikai kínálatát:

1. Kisinyov – Moldexpo – 2020.02.13-15. Saját stand
 - [BESZÁMOLÓ](#)

III. Hajdúszoboszló Visszavár – Újraindító kampány

1. Online hirdetések

1.1. MYT MEDIA

Online hirdetési kampányok, ahol a hirdetések célja, hogy Hajdúszoboszló, mint turisztikai desztináció továbbra is népszerű, a kialakult helyzetre való tekintettel is vonzó utazási célpont maradjon. A kommunikációs csatornákon folyamatosan az aktuális helyzetnek megfelelő kreatív anyagokat használva, az érdeklődőket Hajdúszoboszló hivatalos turisztikai weboldalára irányítjuk, ahol elérhetőek a folyamatosan aktualizált tartalmak (pl.: COVID vendégtájékoztatók, nyitvatartási idők, nyitási dátumok).

Belföld: Célcsoport specifikus fix hirdetések, pr anyagok, szerkesztőségi tartalmakban megjelenések banner mix, kattintás alapú megjelenések, hirdetések: OCC networks/RunOnNetwork, Madhouse/ pinterest – content discovery, ADS interactive /RunOnNetwork, ADS interactive/FIX

A kampány magas letöltési és kattintási eredményt ért el, több mint tizenkilencezer ember érkezett a hajduszoboszlo.hu weboldalra egy hónap alatt! Eredmények 2020.06.22. – 2020.07.31 között:

- 16.857.909. AV
- 19.090 CT
- A MyT Media beszámoló a következő linkre kattintva érhető el:
[BESZÁMOLÓ](#)

1.2. Nativhirdetes.hu

A nativhirdetes.hu megoldásai a hazai piacon egyedülállóak. Az új online hirdetési formátum, ami egy natív tartalomajánló dobozból felnyíló videó. Mesterséges intelligencián alapuló rendszerük megtalálja a márka számára releváns vásárlókat és érdeklődőket. A nativhirdetes.hu üzemeltetőinek feladata megkeresni a célcsoportunkat, nekünk pedig, hogy gondoskodjunk a megfelelő kampányüzenetről.

Hajdúszoboszló üzenetei a Hajdúszoboszló, visszavár kampányban:

- Városi üzenet:

1. **Hajdúszoboszló visszavár! #Utazzitthon** Fedezd fel az egyik legnagyobb magyar fürdőkomplexumot! A felüdülők hely szállásai nyitott kapukkal várnak.
 2. **Nem kell külföldre menned a csodákért! #IrányHajdúszoboszló** Aktív nyár, tele változatos élményekkel az egész családnak.
- Fürdős üzenet:
3. **Ugorj fejest az élményekbe! #HajdusoboszlóVisszavar** A felüdülők helyen 15 medencés strand, 15 csúszdás Aquapark és 3 szintes fedett élményfürdő és gyógyfürdő vár!
 4. **Tudtad, hogy Hajdúszoboszló az egyik legnépszerűbb magyar fürdőváros?** Itt 15 medencés strand, 15 csúszdás Aquapark, fedett élményfürdő és gyógyfürdő vár Hajdúszoboszlón!

A kampány során a videó kattintás, vagy mouse-over után jelent meg a felhasználók számára, az ő döntésük, hogy szeretnék megnézni a videót, semmi sem lett rájuk erőszakolva. Szemben a hagyományos preroll megjelenésekkel, a |related| videónál a users saját maguk kérik a videó tartalmakat, ezáltal sokkal jobb is a reakciók és konverziók.

A képes + szöveges natív hirdetés megrendelése 5.000 CT-re, míg a videó 9.000 CT-re szólt.

- Szöveges kampány eredményei:

<https://admin.related.hu/campaign/shared/AIgErH2uJZcbiXwoCkt3M8yfNurov2kk>

- Videós kampány eredményei:

<https://admin.related.hu/campaign/shared/SHuptf31eoOOUwqW52w5l1iaQjfc3RhD>

A CTR vi és CTR cta értékeket kell nézni, ezek mutatják meg, hogy a megjelenésekhez képest hány interakció/kattintás történt.

A szöveges esetében a 0,39% átlag egy nagyon jó érték, de a videó 9,89% ez extrém jónak számít.

2. Internetes honlapok kereső marketingje és közösségi oldalak marketingje

Internetes honlapok keresőmarketingje és közösségi oldalak marketingje a hajdusoboszló.hu-ra irányuló, releváns kulcsszavakkal, kattintás alapú AdWords kampányok kivitelezése, valamint a hajdusoboszló.hu facebook oldalának, Youtube csatornájának népszerűsítését célzó kampányok megvalósítása.

Az internetes keresőmarketing elemeként a CPC típusú AdWords-, valamint a közösségi oldalainkon megjelenés és aktivitást növelő hirdetések futtatása valósult meg, kiemelten figyelve a mobil optimalizációra. A cél, a hajduszoboszlo.hu weboldal látogatottságának növelése és konverzió generálása, növelése.

Visszavár landing page	Oldalmegtekintés	Arány
Összesen (jún 11-szept 10)	28 936	100%
Június 11-30.	6 659	23%
Június 01-31.	20 750	72%
Augusztus 01-30.	1 253	4%
Szeptember 01-10.	261	1%

A <https://hajduszoboszlo.hu/visszavarunk> oldalról a legtöbb esetben a strandra, gyógyfürdőre, Aquaparkra és az Aqua-Palace-ra mentek tovább a látogatók.

A Hajduszoboszló Visszavár Google ADS kampány egy része volt a kampánynak:

- Kampányidőszak: június 22-augusztus 01.
- Összes megjelenés: 235.612
- Kattintások: 3.684
- [FACEBOOK STATISZTIKA](#)

3. Offline/ nyomtatott hirdetések

Offline/ nyomtatott hirdetések, nyomtatott nagy példányszámú, elsősorban magas női olvasottság, valamint a gyógy- és wellness tematikájú cikkek, témák megjelenítése. Műszaki funkcionalitását tekintve elvárt a kézzel fogható, lapozható, papír alapú kivitelezése.

- Belföld: Nők Lapja Nyár, Kikapcs magazin, a hirdetés megtekintésének linkje: [KATTINTSON IDE!](#)
- Külföld: (magyar lakta szlovák terület) szlovák Új Szó ÚJRAKEZDÉS melléklet, a hirdetés megtekintésének linkje: [KATTINTSON IDE!](#)

4. Televíziós hirdetés

Románia: Antenna 3 csatorna

A Tv csatornán futó spot képernyő képe ide kattintva megtekinthető: [KÉPERNYŐKÉP ITT MEGTEKINTHETŐ](#)

5. Videó készítés

A hajdúszoboszlói élmények mozgó kép megjelenítését segítő marketing anyagok készítése, kiemelten internetes felhasználásra, rövid 20 vagy 30 másodperces időtartammal.

- Hajdúszoboszló strand nyitás [VIDEÓ MEGTEKINTÉSE](#)
- Hajdúszoboszló Bocskai István Múzeuma a központban vár, hogy megismerd kulturális örökségünket. [VIDEÓ MEGTEKINTÉSE](#)
- Fedezd fel Hajdúszoboszlót két keréken! A városon belül több kerékpárút is vár, de a környékben is! [VIDEÓ MEGTEKINTÉSE](#)

6. Kreatív anyagok elkészítése (bannerek, hirdetések, fotók)

A minőségi arculathoz illeszkedő kreatív anyagok nélkülözhetetlenek az online és offline hirdetésekhez, megjelenésekhez, az eredményes marketing tevékenység ellátásához. Nagyon fontos, hogy a kreatív anyagok magas színvonalú, kifogástalan minőségűek legyenek, ezért szükséges, hogy ezeket szakismerettel, a helyi egyediségeket ismerő szakembereket foglalkoztató cég készítse, hiszen ezek alapozzák meg a kampány eredményességét és Hajdúszoboszló megítélését is, és természetesen elsőként, ezekkel a kreatív anyagokkal találkozik a leendő turista, tehát így elmondhatjuk, hogy ezek az anyagok a virtuális ablakai, ajtajai városunk turisztikai életének. A lehetséges látogatók ezen anyagok tetszetősége alapján éreznek kedvet, majd hoznak később utazási döntést és az itt eltöltött idő alatt szerzett élményekről pedig véleményt is formálhatnak kiemelten az online felületeken, melynek napjainkban nagy a súlya.

6.1. Bannerek

A hajdúszoboszlói online hirdetésekhez két partner közreműködésével valósítottuk meg, ezek a MyT Media és a Bábelhal Webstudio Kft. Külön specifikáció szerint készültek az online felületekre a bannerek, valamint az AdWords kreatívok. A rendezvények promóciójához a bannereket Hevesi Norbert helyi vállalkozó készítette.

6.2. Offline hirdetések/ Facebook hirdetési kreatívok

A beszámolóban szereplő kreatívok 95%-át Hevesi Norbert helyi kreatív szakember készítette a Hajdúszoboszlói Turisztikai Nonprofit Kft által használt arculati kézikönyv szerint és a cég szakembereinek javaslatai alapján.

Néhány elkészített hirdetés a teljesség igénye nélkül:

- Nők Lapja Magazin hirdetés [HIRDETÉS MEGTEKINTHETŐ ITT](#)
- Hidegkúti Kilátó hirdetés [HIRDETÉS MEGTEKINTHETŐ ITT](#)
- Debreceni Virágkarnevál kiadvány hirdetés [HIRDETÉS MEGTEKINTHETŐ ITT](#)
- Aktív Pihenés Magazin Borító 1 oldal hirdetés [HIRDETÉS MEGTEKINTHETŐ ITT](#)

6.3. Facebook kreatívok

A Hajdúszoboszlói Turisztikai Nonprofit Kft saját készítésű kreatívokat is készített a canva.com szoftver segítségével, ezek a hirdetések a canva sablonjainak köszönhetően minőségileg megfelelőek, kreatívok és hozzájárultak Hajdúszoboszló imázsának erősítéséhez és a környékbeli látnivalók, szolgáltatások népszerűsítéséhez.

6.4. Fotók

A 2020-ban a Hajdúszoboszlói Turisztikai Nonprofit Kft új fotókat is készíttetett, melyek szükségesek voltak az offline és online hirdetésekhez, valamint a hajdusoboszlo.hu weboldalra feltöltött programok, rendezvények aktualizálásához, hirdetéséhez. A 2020-as összes képek, amelyet a hajdúszoboszlói TDM használ 100 %-ban Hevesi Norbert helyi fotós készítette.

[Néhány fotó az elkészített képek közül a teljesség igénye nélkül.](#)