



A Hajdúszoboszlói Turisztikai Nonprofit Kft.
marketingkommunikációs terve a 2020. évre

a Hajdúszoboszlói Turisztikai Közhasznú Nonprofit Kft.

2020. évi üzleti tervének melléklete

Tartalom

A helyi Turisztikai Desztináció Menedzsment (TDM) szervezet szerepe Hajdúszoboszló Város marketingstratégiájában	3
A célok meghatározása.....	4
Célcsoportok.....	4
Marketing kommunikáció	4
Belföldi marketing kampányok.....	5
Online hirdetések	5
Offline hirdetések.....	5
Külföldi marketing kampányok.....	5
Lengyelország	5
Románia.....	6
Szlovákia	6
Németország, Ausztria, Csehország	6
Oroszország, Ukrajna.....	6
2020. évi kiállítások, utazási vásárok, kitelepülések	7
Költségvetés	8
Összegzés.....	9

A helyi Turisztikai Desztináció Menedzsment (TDM) szervezet szerepe Hajdúszoboszló Város marketingstratégiájában

A Hajdúszoboszlói Turisztikai Közhasznú Nonprofit Kft., mint helyi TDM szervezet megalapításának célja, hogy Hajdúszoboszlón hatékonyabb, koncentráltabb turizmusfejlesztés és turisztikai városmarketing tevékenység valósuljon meg egy kompetens szakmai szervezet irányításával és a turizmushoz kapcsolódó valamennyi szolgáltató vagy akár civilek bevonásával.

A partnerekkel közösen végrehajtott marketing akciók összehangolásából sikeres, hazai és külföldi kampányok valósíthatók meg, melyből mind a partnerek, mind a város profitálhat.

Jelen gazdasági környezetben, a koronavírus - járvány turizmusra gyakorolt negatív hatásai miatt még jobban felértékelődik ez az együttműködés és a párhuzamosságok kiküszöbölése. Marketing aktivitásainkat a Hungarospa irányait kiegészítve, és azzal összhangban fejtjük ki, remélve, hogy a reklám közös hatása jobb lesz, érvényesül az egymás tevékenységét erősítő szinergia hatás.

A turizmust, és ezen belül a fürdőket érintő korlátozások lassan kerülnek feloldásra, ezért az információk napról-napra változnak, illetve a küldőpiacaink folyamatos érdeklődése mellett is, a külföldi vendégeinkre csak a szabadidős utazásokat megengedő határnyitásokat követően számíthatunk. Mindez rugalmas marketing aktivitást követel, meghatározza a marketingcsatornákat és a célközönséget, amelyet éppen aktuálisan érdemes megszólítanunk. **Az információk gyors változása miatt elsősorban az online marketinget részesítjük előnyben**, és azt alkalmazzuk folyamatosan a külföldi küldőterületeken is, határnyitásig egy érdeklődést fenntartó szinten, amelyre azt követően ráerősítünk.

Technológiai környezet

A szállásfoglalások több mint háromnegyede már egyébként is internetes felületeken keresztül zajlik. Számos lehetőség adott erre, hiszen különböző szállásgyűjtő- foglaló-, akciófigyelő-, kuponos oldalakon keresztül összesítve, egymáshoz hasonlítva lehet már szállások és a kapcsolódó szolgáltatások közül válogatni. Itt a partner szállodák, illetve a fürdő szolgáltatás kínálatai jelennek meg városunkból.

A **hajduszoboszlo.hu weboldal** folyamatos fejlesztése révén igazodik a változó informatikai kihívásokhoz és igényekhez, valamint olyan szállás és programgyűjtő- és akciósoldal is egyben, mely megbízhatóan tükrözi le Hajdúszoboszló város szállás-, akció- és programkínálatát.

Cél az érdeklődők és potenciális turisták becsatornázása az oldalra, hogy onnan irányítva lehessen a partnerekhez közvetíteni őket. A mai trend szerint az akciógyűjtő, illetve szállásfoglaló oldalakon megtalált információkat a tudatos vásárló ellenőrzi a szálláshely, illetve szolgáltató saját oldalán is, közvetlenül arról is tájékozódhatnak kísérőrendezvényeket, további programokat, környéket, lehetőségeket keresve. Ugyanakkor a weboldalon keresztül indított ajánlatkérések száma jelzi, hogy nem innen indítják azokat.

A weboldal organikus keresésből és fizetett, szponzorált hirdetésekben keresztül is gyűjti a látogatókat. Lengyelország, Románia, Ukrajna, Szlovákia, Csehország, Oroszország azon

országok, melyekből a látogatók száma jelentősen megnőtt valamely aktivitás, kampány hatására.

Jelentősen megnövekedett a mobiltelefonról oldalunkat látogatók köre. Ezt a trendet követve folyamatosan monitorozzuk, hogy weboldalunk könnyedén böngészhető és hatékonyan használható legyen mobiltelefonon is.

A célok meghatározása

Célcsoportok

A gyógyulás, a testi-lelki feltöltődés és a gondtalan kikapcsolódás élményét minden korosztály számára szeretnénk elérhetővé tenni az egész év folyamán. A szolgáltatás ajánlatokat (az aktuális korlátozások figyelembevételével) három fő témakör köré csoportosíthatjuk: gyógyító, regeneráló és szórakoztató vízi élmények.

Hirdetéseink elsődleges célcsoportjai az aktív keresők és jó módú nyugdíjasok, akik döntéshozók a turisztikai célpontokat és utazásokat illetően, de emellett a fiatal felnőttek és az élménykereső családok gyermekei, akik figyelmét szintén felkeltik a különböző hirdetési felületeken megjelenő reklámok, hiszen manapság már egyre inkább befolyásoló tényezőnek tekinthető az ő kívánságuk, legyen szó szolgáltatás igénybevételről vagy helyszínről.

Egyre jobban előtérbe kerül az egészségtudatos, egészségmegtartó, wellness szolgáltatásválasztás, mely jelentőségét a mai (irodában dolgozó) életmód hatásai egyre erősítik és már preventíven is igénybe veszik az érték- és egészségtudatos fiatalok, nem csak a már gyógyulni vágyó középkorú és nyugdíjas korosztály.

A belföldi és külföldi vendégek tekintetében is körvonalazódnak azon térségek és régiók, ahonnan előszeretettel érkeznek a vendégek. Magyarországról jellemzően Hajdú-Bihar megyéből, Pest, Borsod-Abaúj-Zemplén, Szabolcs-Szatmár-Bereg, Heves és Jász-Nagykun-Szolnok megyéből érkeznek a vendégek. A legnagyobb külföldi küldőpiac Hajdúszoboszló tekintetében a statisztikák alapján Lengyelország, Románia, Szlovákia, valamint Ukrajna, Oroszország, Németország és Ausztria.

Marketingkommunikáció

Hajdúszoboszló rendkívül sok turisztikailag vonzó kínálati elemmel rendelkezik, ennek köszönhetően szinte minden korosztályt képes megszólítani. Míg korábban azt mondtuk, hogy a szolgáltatások egy turisztikai termék köré fonódnak, a fürdőzés köré, addig ez mára átértékelődött, hiszen számos szolgáltatás, kísérőrendezvény és aktív szabadidős tevékenység színesíti a városba látogatók szabadidős palettáját. Mindezen kínálati elemek mellett, amelyek a korlátozások miatt csak fokozatosan kelnek életre, a jelen kommunikációban a fő üzenet a *biztonság*, ezért a honlapunkon olyan fejlesztést valósítottunk meg, amely lehetővé teszi a szolgáltatóink számára, hogy szálláshelyeiknél megjelenítsék azokat az intézkedéseket, amelyeket a vendégek egészsége érdekében hoztak. Ugyanakkor folyamatosan aktualizáljuk az újranyitásról szóló információkat mind a Hungarospa fürdő, mind a szálláshelyek, mind a programok tekintetében.

Hajdúszoboszló turisztikai szolgáltatásai júniustól kezdődően fokozott biztonsági intézkedések betartásával már igénybevehetőek. A város marketingkommunikációjában az

előző évek forgalomélénkítő kampányainak mintájára, egy 12 millió forintos hirdetési kampány valósul meg Hajdúszoboszló Város Önkormányzatának támogatásával. A hirdetések fő üzenete: „Hajdúszoboszló visszavár”. A marketingkommunikáció során folyamatosan hangsúlyozzuk az aktualitásokat, ennek a kiemelt felülete a www.hajduszoboszlo.hu, ahova a kattintás alapú hirdetések irányítják az érdeklődőket. Az aktuális információkról (rendezvények, programok, szállásajánlatok, akciók) hírlevelet küldünk a feliratkozó érdeklődőknek. Az online hirdetések mellett, offline/ nyomtatott hirdetésekkel erősítjük a város turisztikai imázsát és elősegíteni kívánjuk (videós tartalmakkal, látványos fotók, egyedi kreatívok), hogy az utazók Hajdúszoboszlót válasszák pihenésük helyszínéül.

Az újranyitási marketingkommunikáció terve az utolsó oldalon található.

Belföldi marketing kampányok

Online hirdetések

Google Ads, Display, Facebook és YouTube kampányok: folyamatosan hirdetések futtatása releváns kulcsszavakkal, valamint a népszerű közösségi média felületeken hirdetések és promóciók megjelentetése

Online hirdetések: rotált kattintás alapú hirdetések, linkes ajánlók, képes-linkes ajánlók nagy látogatottságú weboldalakon (ADS full portfólió, Szeretlekmagyarország.hu, Mediaworks + Evomedia teljes portfólió és a pinterest képmegosztó weboldalon); SAS/natív hirdetési profil alkalmazása a MadHouse portfóliójában

Offline hirdetések

Nyomtatott hirdetések: nagy példányszámú, elsősorban magas női olvasottság, tematikus utazási vagy szezonális, speciális időszakokra, mint nyári és őszi megjelenő magazinokban (Nők Lapja Nyár, Kikapcs magazin, Nők Lapja Gyerek, Story őszi) image és PR cikk hirdetések, SAS megjelenések

Külföldi marketing kampányok

Lengyelország

televíziós kampány: A Hungarospa Hajdúszoboszlói Zrt-vel, mint a város fő attrakciójának üzemeltetőjével történt együttműködés keretében televíziós megjelenés, Hajdúszoboszló népszerűsítéséhez egy lengyel nyelvű 30 mp-es videó spot, mely az országos televízióban jelenik meg főműsoridőben.

Google Ads és social media kampány: folyamatos adwords és youtube hirdetések futtatása megfelelő kulcsszavakkal, valamint közösségi média hirdetések és promóciók az internetes keresőhálózatban

study-tour: új lengyel beutaztató partnerek meghívása Hajdúszoboszlóra, a program során a partnereknek bemutatásra kerül Hajdúszoboszló turisztikai kínálata. A study-tour eredményeként a lengyel beutazó turizmus bővülése várható.

Románia

televíziós kampány: A Hungarospa Hajdúszoboszlói Zrt-vel, mint a város fő attrakciójának üzemeltetőjével történt együttműködés televíziós megjelenés, Hajdúszoboszló népszerűsítéséhez egy román nyelvű 30 mp-es videó spot, mely országos népszerű kereskedelmi csatornán jelenik meg főműsoridőben.

online kampány: online portálokon megjelenés elő- és utószezonban a város turisztikai banner hirdetéseivel

Google Ads és social media kampány: folyamatos adwords és youtube hirdetések futtatása megfelelő kulcsszavakkal, valamint közösségi média hirdetések és promóciók az internetes keresőhálózatban

őszai újságírói study tour a hajdúszoboszlói szolgáltatók bevonásával. A study-tour eredményeként a study tourhoz kapcsolódóan és azt követő időszakban is számos ingyenes, Hajdúszoboszlót népszerűsítő megjelenés várható.

Szlovákia

nyomtatott hirdetések: egész évben folyamatosan, de kiemelten az elő- és utószezon időszakokban több alkalommal hirdetés megjelentetése Hajdúszoboszló rendezvényeiről, turisztikai szolgáltatásairól az Új Szó napilapban és a Vasárnap hetilapban

Google Ads és social media kampány: folyamatos adwords és youtube hirdetések futtatása megfelelő kulcsszavakkal, valamint közösségi média hirdetések és promóciók az internetes keresőhálózatban

online kampány: banneres és PR cikkes megjelenések az ujszo.com, és utazz.sk weboldalakon utószezonban

Németország, Ausztria, Csehország

Google Ads és social media kampány: folyamatos adwords és youtube hirdetések futtatása megfelelő kulcsszavakkal, valamint közösségi média hirdetések és promóciók az internetes keresőhálózatban

Oroszország, Ukrajna

Google Ads és social media kampány: folyamatos adwords és youtube hirdetések futtatása megfelelő kulcsszavakkal, valamint közösségi média hirdetések és promóciók az internetes keresőhálózatban

study-tour: új ukrán beutaztató partnerek meghívása Hajdúszoboszlóra, a program során a partnereknek bemutatásra kerülne Hajdúszoboszló turisztikai kínálata, valamint a vendégek által igénybe vehető szervezett túrák. A study-tour eredményeként az ukrán beutazó turizmus bővülése várható. A program megvalósítását a Magyar Turisztikai Ügynökség támogatja.

2020. évi kiállítások, utazási vásárok, kitelepülések

A 2019. évhez hasonlóan 2020-ban is terveztünk turisztikai eseményeken való megjelenést a küldő piacokon. Az eredeti tervet a március eleji eseményekkel bezárólag teljesítettük. Kékkel jelöljük a megvalósult eseményeket. Az elmaradt események költségkeretét egyrészt más marketingaktivitásokra átcsoportosítottuk, másrészt a körülmények alakulásától tesszük függővé.

BELFÖLDI KITELEPÜLÉSEK						
Rendezvény	Ország	Város	Dátum	Jelleg	Tervezett ktg	Jelentőség
Menjünk Világgá utazási kiállítás	HU	Miskolc	2020. március 7-8.	B2C	400 000 Ft	Miskolc vonzáskörzetének fontos turisztikai eseménye.
Nyugdíjas Expo	HU	Budapest	2020. november vagy december	B2C	800 000 Ft	Speciális rendezvény a senior korúak számára
KÜLFÖLDI KIÁLLÍTÁSI HELYSZÍNEK						
Rendezvény	Piac	Város	Dátum	Jelleg	Tervezett ktg	Infó
GO International Travel Fair REGIONTOUR	CZ	Brno	2020.01.16-19	B2B	317 500 Ft	Növekvő piac, hagyományos jelenlét a vásáron
Reisemesse	DE	Drezda	2020.01.31-02.02	B2B B2C	350 000 Ft	Debrecen Airport közvetlen járat révén könnyen elérhető piac
IMTM	IL	Tel-Aviv	2020.02.11-12	B2B B2C	720 000 Ft	Debrecen Airport közvetlen járat révén könnyen elérhető piac MTÜ nemzeti stand
Tourism Leisure Hotels	MO	Kisinyov	2020.02.13-16	B2B	600 000 Ft	Kiemelkedően fejlődő piac
Touristica	RO	Kolozsvár	2020. február	B2B B2C	350 000 Ft	Kiemelt piac
TTR Romanian Tourism Fair	RO	Bukarest	2019.02.21-24	B2B B2C	500 000 Ft	Kiemelt piac
Craft	RO	Temesvár	2019.03.01-03.	B2B	400 000 Ft	Jelentős piac, előszezon forgalomélénkítő megjelenés
MITT	RU	Moszkva	2020.03.17-19	B2B B2C	700 000 Ft	Debrecen Airport közvetlen járat révén könnyen elérhető piac, MTÜ nemzeti stand
GLOBalnie	PL	Katowice	2020.03.27-29	B2B B2C	300 000 Ft	Kiemelt piac
Agrotravel	PL	Kielce	2020.04.17-19	B2C	245 000 Ft	Kiemelt piac, szezon előtti forgalomélénkítés miatt fontos
Karpacie Klimaty	PL	Krosno	2020. augusztus	B2C	317 500 Ft	Jelentős piac, 2019-es pozitív tapasztalatok alapján érdemes lehet visszatérni
Város napja	PL	Dzierżoniów	2020.05.29-31.	B2C	500 000 Ft	Hajdúszoboszló lengyel testvérvárosa, folklórműsorral, cigányzenével, gasztronómiával összekötött kitelepülés
Tour Eurocentre Zakarpattia	UA	Ungvár	2020. szeptember	B2C	100 000 Ft	Dinamikusan fejlődő piac, a régió sajátossága miatt (magyar és ukrán piac) fontos a megjelenés
UITM	UA	Kijev	2020. október 2-4.	B2B B2C	400 000 Ft	Dinamikusan fejlődő piac, kiemelt országos turisztikai rendezvény.
					7 000 000 Ft	

A meg nem valósult kiállítások költségkerete 3.362.500 Ft, ebből 2.500.000.-Ft-ot csoportosítunk át lengyel kampányokra, hiszen zömében lengyel vásárok maradtak el, illetve a lengyelek az a nemzet, amelynek tagjai a korlátozások feloldása után hamar meg fogják hozni a döntést a nyaralással kapcsolatban.

Költségvetés

Hajdúszoboszló Város Önkormányzata a korábbi években a városmarketing feladatok megtervezését, megvalósítását megbízási szerződés keretében, a város Turisztikai Desztináció Menedzsment Szervezetére bízta.

A TDM szervezet a 2020-as évre a városmarketing feladatok ellátására az alábbi táblázatban mutatja be a tevékenységeket és a hozzá tartozó költségkereteket.

Város marketingkeret és bontása 2020 tervezet	
	Bruttó összeg
Belföld	
Kattintás alapú adwords és facebook online hirdetések, offline megjelenések, tv és rádió promóciók	9.000.000 Ft
Újraindító kampány (részletek az utolsó oldalon)	12.000.000 Ft
Nyomdai kiadványok	1.500.000 Ft
Külföld	
Lengyel kampány	10.500.000 Ft
Román kampány	4.500.000 Ft
Szlovák kampány	3.000.000 Ft
Orosz és Ukrán kampány	2.500.000 Ft
Német kampány	2.000.000 Ft
Cseh kampány	1.000.000 Ft
Nyomdai kiadványok	1.500.000 Ft
Kiállítások, kitelepülések,	
2020	4.500.000 Ft
Összesen (bruttó)	52 000 000 Ft

Összegzés

A turizmus jelenére és jövőjére számos jelenség hatással van. Ezek alakulását, felerősödését vagy éppen elcsendesedését nehéz előre megjósolni, de követésük és a bennük rejlő lehetőségek kiaknázása ma már a turistákért folyó, globális verseny feltétele. Ez általánosan is igaz, de a jelenlegi helyzetre még inkább érvényes, hiszen a koronavírus-járvány egyrészt ellehetetlenítette a turizmust, másrészt még most is sok bizonytalanságot teremt, amely a marketingtevékenységünkre is hatással van.

Hajdúszoboszló célzott marketingtevékenysége során világos élményígéretet ajánl a megfelelő turistaszegmensek számára. A célzott, specifikus kommunikáció egyben a turista magasabb elégedettségéhez, költéséhez és visszatérő látogatásához vezet, illetve személyes nagykövetünké teheti őt környezetében. Jelen helyzetben az élményígéret mellé a biztonságot is hozzátesszük hívószóként.

A marketingkommunikációs kampányok mérhetővé tétele lehetővé teszi a kampányok folyamatos aktualizálását, és biztosítják, hogy az előző kampányok sikerességéből, tapasztalataiból tanulva folyamatosan frissítsük tovább a kommunikációt. A Hajdúszoboszlói Turisztikai Nonprofit Kft. a turisztikai trendek figyelembevételével, a marketing eszközök megfelelő kiválasztásával, a jelen egészségügyi-társadalmi-gazdasági környezeti hatásokra reagálva végzi Hajdúszoboszló városmarketing feladatainak ellátását, ezáltal segítve a desztináció eredményességét, hogy továbbra is Magyarország egyik kiemelkedő teljesítménnyel bíró turisztikai települése maradjon.

Újranyitási marketing kommunikáció hirdetési terv			
Tevékenység megnevezése	Tevékenység rövid leírása	Tervezett összeret bruttó	Bontás
online hirdetések	A hirdetések célja, hogy Hajdúszoboszló, mint turisztikai desztináció továbbra is népszerű maradjon, 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, nyitási dátumok) a szálláshelyek, a fürdőkomplexum és a programok kapcsán egyaránt.	3 000 000 Ft	Belföld: Célcsoport specifikus fix-, hírlevél és szerkesztőségi tartalmakban megjelenések Origo, Termalfurdo.hu Banner mix, kattintás alapú megjelenések Origo, AdaptiveMedia Külföld (kiemelten: magyar lakta román, szlovák, és ukrán területek): szlovák: ujszo.com román: Sales Media Solutions
internetes honlapok kereső-marketingje 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. Internetes keresőmarketing elemként a CPC típusú adwords-, valamint a közösségi oldalunk megjelenésenkénti és aktivitásonkénti hirdetéseit tervezzük, elsősorban mobil eszközökre optimalizálva. Ezek célja a honlapunk és közösségi oldalunk látogatottságának növelése.	3 000 000 Ft	Adwords hirdetések futtatása Facebook hirdetések futtatása, a város turisztikai vonzerejére fókuszáló posztokkal, blogbejegyzésekkel Youtube csatorna videókampányai A város hivatalos turisztikai facebook oldalának promotálása
offline/ nyomtatott hirdetések	Nyomtatott nagy példányszámú, elsősorban magas női olvasottság, kiemelten a szabadidős, családi pihenések, strandolás, nyaralás tematikájú cikkek, témák megjelenítése. Műszaki funkcionalitását tekintve elvárt a kézzel fogható, lapozható, papír alapú kivitelezés.	1 500 000 Ft	Belföld: Nők Lapja Nyár Kikapcs magazin Külföld (magyar lakta szlovák terület) szlovák Új Szó
Televíziós hirdetés	Hajdúszoboszló fő turisztikai attrakciójának, a Hungarospa fürdőkomplexum 20 másodperces tv spot-jának a romániai Antenna 3 csatorna különböző műsoridejében való megjelenítésének támogatása.	1 500 000 Ft	Románia: Antenna 3 csatorna
Videó készítés	Hajdúszoboszló turisztikai szolgáltatásainak megjelenítéséhez, rövid 30 és 60 másodperces videó anyagok készítése, melyek jól és eredményesen használhatóak a youtube és facebook kommunikáció során. A videók több témában készülnek: strand, gasztronómia, rendezvények (nyár végi, őszi időszak).	2 000 000 Ft	videók 30 és 60 másodperc
kreatív anyagok elkészítése (bannerek, hirdetések, fotók)	A kreatív anyagok szükségesek, az online és offline megjelenésekhez. Nagyon fontos, hogy ezek magas színvonalú, kifogástalan minőségben készüljenek, ezért szükséges, hogy egy szakísmerttel rendelkező cég készítse el ezen anyagokat, hiszen ezek alakítják a kampány és ezáltal Hajdúszoboszló megítélését elsőként.	1 000 000 Ft	bannerek offline hirdetések facebook kreatívok fotók
Keret összegek összesítése		12 000 000 Ft	