



A Hajdúszoboszlói Turisztikai Nonprofit Kft.
marketing kommunikációs terve a 2023. évre

a Hajdúszoboszlói Turisztikai Közhasznú Nonprofit Kft.
2023. évi üzleti tervének melléklete

Tartalom

A helyi Turisztikai Desztináció Menedzsment (TDM) szervezet szerepe Hajdúszoboszló Város marketingstratégiájában	2
A célok meghatározása.....	4
Célcsoportok.....	4
Marketing kommunikáció	5
Marketingüzenetek	5
Belföldi marketing kampányok.....	7
Online hirdetések	7
Offline hirdetések.....	7
Külföldi marketing kampányok.....	8
Lengyelország	8
Románia.....	8
Szlovákia	8
Németország, Csehország, Ausztria	9
2023. évi online workshopok, kitelepülések	9
Költségvetés	10
Összegzés.....	11

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. Ezt a célt szolgálja, hogy a marketingterv irányainak kijelöléséhez kérdőívvvel fordultunk mind a Hajdúszoboszlói Vendéglátók Egyesülete mind a Hajdúszoboszlói Fízetővendéglátók Egyesülete képviselőihez, kerekasztal megbeszélést folytattunk a hajdúszoboszlói turisztikai döntéshozókkal.

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 – járványt követő évek, ukrán-orosz háború, energiaválság turizmusra gyakorolt negatív hatásai miatt még jobban felértékelődik ez az együttműködés és a párhuzamosságok kiküszöbölése. Marketing aktivitásainkat a Hungarospa marketing üzeneteivel összhangban alakítjuk ki, erősítve az egészségmegőrző és gyógyító szerep tudatosítását, a családbarát értékek erősítését, valamint a hagyományok megtartása mellett a korszerűség hangsúlyozását. Hajdúszoboszló város 2023. évi marketing kommunikációja akkor lesz sikeres és átütő, hogyha a város fő turisztikai terméke „Európa legnagyobb fürdőkomplexuma” – a Hungarospa Hajdúszoboszló marketing kommunikációja¹ és a város TDM szervezetének marketing kommunikációja egymást kiegészítve, és a stratégiákban megfogalmazott irányok szerint összhangban valósulnak meg. Ezáltal a marketing és hirdetési költségek valós eredményekké válnak a város, a fürdőkomplexum és a szolgáltatói kasszában. A közös összehangolt munka eredményeként a reklám hatása eredményesebb lesz, érvényesül az egymás tevékenységét erősítő szinergia hatás.

A 2022-es év egyértelműen sikerév Hajdúszoboszlón. Míg 2021-ben 797.700 éjszakát töltöttek vendégeink Hajdúszoboszlón, 2022-ben már 1.143.000 a vendégéjszakák száma, ami a legkedveltebb vidéki város címre jogosítja fel Hajdúszoboszlót.

A marketingtevékenységünk középpontjába változatlanul a belföldi turistákat helyezzük, de fontos az aktív nemzetközi jelenlétünk is.

A belföldi turizmusban még további tartalékok vannak, 2023. január 1-jétől összevonják a Széchenyi Pihenő Kártya zsebeit, azaz a korábbi szálláshely-, vendéglátás- és szabadidő-alszámlákat, ezáltal összeadódnak az azokban feltöltött összegek. A módosítás a Magyar Turisztikai Ügynökség véleményezésével született, és mintegy 2,5 millió kártyafelhasználót és közel ötvenezer hazai turisztikai szolgáltatót érint pozitívan. A SZÉP-kártya eddig is a

¹ Hungarospa Hajdúszoboszlói Zrt., Stratégia 2022-2030, 4.2 Stratégiai és marketing célok, 18. oldal

belföldi turizmus motorjának számított, azonban az intézkedés hatására várhatóan tovább nő a népszerűsége, hiszen mind a kártyatulajdonosok, mind az elfogadóhelyek, vállalkozások számára könnyítést és támogatást jelent a jelen gazdasági körülmények között.

A 2023-as évben növekvő külföldi vendégszámokra és vendégéjszakákra is számítunk. Az eredményesebb külföldi érkezések növelésére a tavalyi évhez képest erőteljesebb marketing aktivitással tervezünk. A marketingcsatornák meghatározásánál **elsősorban online marketing kommunikációval tervezünk**, a közösségi média megjelenéseket erősítjük, 2022. óta fontosabb posztjainkat a főbb célcsoportjaink saját nyelvén is közzétesszük, ezáltal erőteljesebb eléréseink várhatóak költségmegtakarítással.

A lengyel piacon a Hungarospa Hajdúszoboszlói Zrt-vel együttműködve erőteljes TV kampányt folytatunk, a román piacon a kapcsolati tőkét működtetve továbbra is TV, rádió és offline megjelenésekre számítunk, a szlovák piacon az online megjelenést offline is kiegészíti, a 2023-as évtől kezdődően külföldről is igyekszünk influencereket meghívni, itt is alkalmazva a belföldi marketing kampányunkban sikeresen működő marketing kommunikációt.

Technológiai környezet

A szállásfoglalások több mint háromnegyede internetes felületeken keresztül zajlik, a hajduszoboszló.hu weboldal Hajdúszoboszló 1. számú turisztikai weboldala, olyan szállás és programgyűjtő- és akciósoldal is egyben, mely megbízhatóan tükrözi le Hajdúszoboszló város szállás-, akció- és programkínálatát.

Fő célunk az összehangolt és előre megtervezett egész éves marketing kommunikációval az érdeklődők és potenciális turisták becsatornázása a város hivatalos turisztikai weboldalára, mely az alábbi eredményekkel büszkélkedhet:

A www.hajduszoboszló.hu Hajdúszoboszló leglátogatottabb weboldala:

- A Google-ben a "hajdúszoboszló" szóra organikusan az 1. helyen van.
- A szakma által elismert weboldal: 11 országos szakmai díjat nyert, köztük turizmus kategóriában az Év honlapja díjat is.
- A weboldal az aktuális technikai elvárásoknak megfelelően mobilbarát.
- A weboldal adatbázisából táplálkozó HAPP-Hajdúszoboszló mobilapplikációval segíti a turistákat a helyi tájékozódásban, informálódásban, mely az Év Applikációja különdíjat is elnyerte.
- A weboldal naprakész: rendszeresen frissülő tartalmi (programok, blogbejegyzések) melyeket a hajdúszoboszlói TDM szervezet házon belül saját csapatával (többszörös Városmarketing Gyémánt Díjas) valósít meg.
- „Hajdúszoboszló a felüdülőlhely” facebook oldal a TDM szervezet és a szolgáltatók marketing kommunikációjának minőségi támogatásához nyújt segítséget folyamatosan, követők száma 238 ezer, mely 2022-ben 3,6 millió elérést generált.

Megkerülhetetlen 2023–ban a turisztikai honlap és mobil applikáció fejlesztése egyrészt a Google és az Apple felhasználási-, műszaki feltételei és jogszabályi változások miatt, másrészt, hogy igazodjon a változó informatikai kihívásokhoz és igényekhez.

Az érdeklődők becsatornázásával, melyet összehangolt előre megtervezett marketing terv alapján végez a TDM szervezet, azt az eredményt tudjuk elérni, hogy a keresések során az érdeklődésekből foglalások valósuljanak meg, azáltal, hogy a weboldalról a partnerekhez irányítjuk őket. A szálláshely foglalása, illetve szolgáltatások igénybevétele függ a rendezvényektől, valamint a további lehetőségektől, programoktól, amelyet a város és közvetlen környezete kínálni tud. Ezáltal a www.hajduszoboszlo.hu, mint desztinációs információs weboldal megkerülhetetlen a látogatók és ajánlott a helyi szolgáltatók számára is, látszik ez a statisztikai adatokból is, hiszen a weboldalon keresztül indított ajánlatkérések száma jelzi, hogy az online foglalások térnyerése mellett is kiemelten fontos a jelenlét a helyi szálláshelyek számára a város hivatalos turisztikai weboldalán, továbbá erről a weboldaltól indítják tovább a keresési folyamatokat azok az érdeklődők, akik végül foglalnak is.

A weboldal organikus keresésből és fizetett, szponzorált hirdetésekkel is gyűjti a látogatókat. Lengyelország, Románia, Szlovákia, Csehország, azon országok, melyekből a látogatók száma jelentősen megnőtt a TDM szervezet által szervezett marketing aktivitás és az egyedi online kampányok hatására.

Jelentősen megnövekedett a mobiltelefonról oldalunkat látogatók köre. Ezt a trendet követve folyamatosan monitorozzuk, hogy www.hajduszoboszlo.hu weboldal 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 három fő témakör köré csoportosítjuk: 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 (gyerekekkel utazók). Hirdetéseink szövegezésében és arculatában is a női döntéshozókra fókuszálunk, akik figyelmét felkeltik a különböző hirdetési felületeken megjelenő reklámok, hiszen napjainkban egyre inkább jellemző, hogy a nők és édesanyák döntései érvényesülnek, melyet befolyásolnak a gyermekek kívánságai is, legyen szó szolgáltatás igénybevételről vagy helyszínről.

Egyre jobban előtérbe kerül az egészségtudatos, egészségmegtartó, wellness szolgáltatások választása, a mai (irodai, ülő munkavégzés) életmód hatásai egyre erősítik az egészségmegőrzés fontosságát és már preventíven is igénybe veszik a gyógy- és wellness szolgáltatásokat az érték- és egészségtudatos fiatalok is, nemcsak a gyógyulni vágyó középkorúak és a 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 látogatnak el városunkba az utazók. A legnagyobb külföldi küldőpiacok Hajdúszoboszló tekintetében a statisztikák alapján Lengyelország, Románia, Szlovákia, Németország, Ukrajna, Moldávia és Csehország.

Marketing kommunikáció

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, ez már napjainkra átértékelődött, hiszen számos szolgáltatás, kísérőrendezvény és aktív szabadidős tevékenység is színesíti a városba látogatók szabadidős palettáját. Mindezen kínálati elemek mellett, kiemelten fontos, hogy a legtöbb szálláshely megújult a Kisfaludy fejlesztéseknek köszönhetően, ezáltal minőségi szálláshelyek, szolgáltatások várják az ide érkezőket. Az elmúlt évek járványügyi korlátozásai nem múltak el maradéktalanul, ezért kiemelten fontos továbbra is a biztonság, mindemellett az egészség megőrzés, a regenerálódás, valamint a családi értékek megőrzése az, amire a fő hangsúlyt helyezzük.

Hajdúszoboszló turisztikai szolgáltatásait egész évben a szezonokhoz illeszkedően egyedi kampányokkal erősítjük, melyek Hajdúszoboszló turisztikai arculatához illeszkedő képekkel, színekkel és utazásra csábító szlogenekkel keltik fel az érdeklődést városunk turisztikai szolgáltatásai iránt. A hajdúszoboszlói TDM szervezet egy **integrált kommunikációs kampányt** valósít meg véleményvezérek (influencerek) bevonásával 2023 tavaszán - nyarán Hajdúszoboszló Város Önkormányzatának támogatásával. A kampány során kiemelten fontos a helyi szolgáltatók (szálláshelyek, vendéglátóipari egységek) aktivizálása, bevonása, ennek a kiemelt felülete a www.hajduszoboszló.hu, ahol a szolgáltatók kínálata összesítve elérhető. Az online kreatív megoldások mellett TV-s megjelenésekkel szeretnénk erősíteni a város turisztikai imázsát és egyéb kreatív megoldásokkal elősegíteni, hogy az utazók Hajdúszoboszlót válasszák pihenésük helyszínéül.

Marketingüzenetek

A marketingkommunikációban az egyik stratégiai célunk az, hogy a HUNGAROSPA által közvetített marketingüzenetekkel összhangban az alábbiak szerepeljenek a fókuszban.

- hagyományok és korszerűség kombinálása
- egészségmegőrző és gyógyító szerep tudatosítása
- családbarát értékek erősítése
- generációk egyidejű szórakozása

Hajdúszoboszló, mint turisztikai márka marketingkommunikációjában fontosnak tartjuk, hogy az átadott üzenetek tükrözzék városunk szemléletmódját. A tartalmak fókuszában a hagyományok, a szakmai kompetenciánk, és a folyamatosan fejlesztések szerepelnek, a márka ígérettel összhangban.

A MÁRKA ÍGÉRETE:

Minősített gyógyhely + Piacvezető üdülőhely = A FELÜDÜLŐHELY ÉREZD JÓL MAGAD!

1. Hajdúszoboszló az alig tucatnyi magyar, hivatalosan **minősített gyógyhely** egyike. Gyógyvízéről ismert fürdőhely, elismert gyógyászati központ, az itt kezelt betegek pozitív tapasztalatán alapuló, széles körű referenciával rendelkezik. Az 1925. óta hagyományos fürdőkultúra alapjaira korszerű létesítmények épülnek, a gyógyfürdőn kívül több szállodában van terápia.
2. Hajdúszoboszló **piacvezető üdülőhely**, a leglátogatottabb magyar turisztikai célpont a főváros után. A folyamatos fejlesztések eredményeként itt található Európa legnagyobb fürdőkomplexuma. A városban számos védett természeti és kulturális nevezetesség látható, népszerű a fesztivál-gasztronómia. Turisztikai vonzerejéhez hozzájárul a Hortobágy és Debrecen közelsége.

Ez a kombináció adja Hajdúszoboszló egyediségét a turisztikai piacon.

A márka ígéret és a kommunikációban használt marketing üzenetek a kibővült élménykínálatra hívják fel a figyelmet. Kiemelve azt, hogy Hajdúszoboszló a gyógyulás, a testi-lelki feltöltődés, a gondtalan kikapcsolódás élményét nyújtja széles társadalmi rétegek és minden korosztály számára, az egész év folyamán. Az ígéret megvalósulásából származó előnyt és a fogyasztásra hívó felszólítást egyesíti tömören a jelmondat: Érezd jól magad!

A 2023-as év marketing kommunikáció során előtérbe helyezzük az alábbiakat:

1. Hajdúszoboszló változatlanul várja vendégeit, magas minőségű szolgáltatásokkal, kedvező árakkal
2. Hajdúszoboszló egy olyan turisztikai célpont, mely SZÉP Kártya elfogadóhelyek terén is gazdag
3. Turisztikai attrakcióink ismertségének növelése célcsoport specifikusan, kiemelten fókuszálva a húzótermékekre: Aquapark, Aqua-Palace, Prémium Zóna
4. Megvalósult fejlesztések ismertségének, növelése: Mátyás Király sétány, Bocskai Korona

A kommunikáció stílusa a megcélzott piaci pozíció, a márkaértékek és a kiemelt célcsoportok figyelembevételével alakult ki.

- Igényes, de nem elitista
- Szakszerű, de közérthető
- Dinamikus, de nem harsány
- Közvetlen, de udvarias.

Belföldi marketing kampányok

Online hirdetések

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

Facebook kampány: Hajdúszoboszló hivatalos Facebook oldalát a hajdúszoboszlói TDM szervezet kezeli, mely a több mint 238 ezer követővel, a legnagyobb közönséggel rendelkezik országosan a turisztikai települések között. Ezt szeretnénk 2023-ban megőrizni és a hirdetések, kommunikációs kampányok, nyereményjátékok által fokozni a rajongók aktivitását, ezáltal növelni a www.hajduszoboszlo.hu weboldalra történő látogatások számát az átlinkelésekkel. Ez fogja eredményezni a szolgáltatói elégedettség növekedését azáltal, hogy a weboldalon szereplő szolgáltatók számára több ajánlatkérés, foglalás generálódik.

Online hirdetések: rotált kattintás alapú hirdetések, linkes ajánlók, képes-linkes ajánlók nagy látogatottságú weboldalakon (programturizmus.hu; civishir.hu; borsodihir.hu, szabolcsihir.hu, termalfurdo.hu NLC.hu (minden, amire egy nőnek szüksége van. aktuális hírek, gasztronómia, kultúra, egészség, edzésterv, horoszkóp, divat, trendek és programok színes választéka), 24.hu, sokszinuvidek.hu, nosalty.hu, Házipatika.hu, Startlap.hu, Babaszoba.hu, SAS/natív hirdetési profil alkalmazása a related NativHirdetes portfóliójában női témák kategóriában(am.hu, beautylife.hu, blikkruzs.hu, cosmopolitan.hu, contextus.hu, csaladinet.hu , divatikon.hu, drivemebaby.hu, edenkert.hu, egeszsegkalauz.hu, eletforma.hu, elle.hu, est.hu, erettsegi.com, fejtsdmegmost.com, glamour.hu, gyerekprogramajanlo.hu, hamuesgyemant.hu, haziallat.hu, hetedhetorszag.hu, hoxa.hu, ifaktor.hu, igazino.hu, in.hu, indirekt.hu, karacsonyitipp.com, kiskegyed.hu, kulturaonline.hu, kvizmester.com, kvizprofesszor.hu, life.hu, met.hu, meglepetesvers.hu, mindemegette.hu, mobilkviz.hu, noizz.hu, nyeremenyhirek.com, plantae.hu, pszichoforyou.hu, rajzfilmhirek.hu, starity.hu, receptneked.hu, retromuzsika.hu, receptek365.info, sporolok.com, szerelmeszene.hu, vince.hu, zoldkamra.hu,).

Offline hirdetések

Nyomtatott hirdetések: nagy példányszámú, elsősorban magas női olvasottságú, tematikus utazási vagy szezonális, speciális időszakokra, mint például a nyári és őszi időszakokban megjelenő magazinokban (Story különszám Tavasz, Nők lapja különszám Tavasz, Nők lapja Egészség utazás melléklet, Nők lapja külön Nyár, Story különszám Ősz, Nők lapja különszám Tél, Nők lapja őszi utazási melléklet 39/23) 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 népszerűsítése egy lengyel nyelvű 30 mp-es videó spot által, mely az országos televízióban jelenik meg fő műsoridőben.

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

facebook kampány: Hajdúszoboszló hivatalos Facebook oldalát a hajdúszoboszlói TDM szervezet kezeli, mely a több mint 238 ezer követővel a legnagyobb közönséggel rendelkezik országosan a turisztikai települések között. A lengyel rajongók táborát bővítjük azzal, hogy a saját nyelvükön indítunk hirdetési kampányokat, valamint a posztokat is kommunikáljuk az adott nyelven a rajongók szélesebb körben történő eléréséhez, toborzásához, ezáltal aktivizáljuk őket.

Románia

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

facebook kampány: Hajdúszoboszló hivatalos Facebook oldalát a hajdúszoboszlói TDM szervezet kezeli, mely a több mint 238 ezer követővel a legnagyobb közönséggel rendelkezik országosan a turisztikai települések között. A román rajongók táborát bővítjük azzal, hogy a saját nyelvükön indítunk hirdetési kampányokat, valamint a posztokat is kommunikáljuk az adott nyelven a rajongók szélesebb körben történő eléréséhez, toborzásához, ezáltal aktivizáljuk őket.

sajtókapcsolatok ápolása a hajdúszoboszlói szolgáltatók bevonásával, eredményeként a számos ingyenes, Hajdúszoboszlót népszerűsítő megjelenés várható.

Szlovákia

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

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

facebook kampány: Hajdúszoboszló hivatalos Facebook oldalát a hajdúszoboszlói TDM szervezet kezeli, mely a több mint 238 ezer követővel a legnagyobb közönséggel rendelkezik országosan a turisztikai települések között. A szlovák rajongók táborát bővítjük azzal, hogy a saját nyelvükön indítunk hirdetési kampányokat, valamint a posztokat is kommunikáljuk az adott nyelven a rajongók szélesebb körben történő eléréséhez, toborzásához, ezáltal aktivizáljuk őket.

Németország, Csehország, Ausztria

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

facebook kampány: Hajdúszoboszló hivatalos Facebook oldalát a hajdúszoboszlói TDM szervezet kezeli, mely a több mint 238 ezer követővel a legnagyobb közönséggel rendelkezik országosan a turisztikai települések között.

2023. évi online workshopok, kitelepülések

A Hajdúszoboszlói Turisztikai Nonprofit Kft a 2023-as évben is kiemelt partnere marad a Magyar Turisztikai Ügynökségnek, így az MTÜ által szervezett online workshopokon továbbra is képviseli Hajdúszoboszló városát és turisztikai kínálatát.

Lengyel és román piacon testvérvárosi kapcsolatainkhoz kötődő kitelepüléseket is tervezünk.

Költségvetés

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

A TDM szervezet a 2023-as évre a városmarketing feladatok ellátására az alábbi táblázatban mutatja be a tevékenységeket és a hozzá tartozó költségkereteket: a városmarketing szerződéssel átruházandó keret és a forgalomélénkítő kampány támogatásként átadott összege mindösszesen bruttó 60 millió Ft.

Városmarketing fő tevékenységei 2023 tervezet	
	Bruttó összeg
Belföld	41.000.000 Ft
Hajdúszoboszló, mint desztináció - integrált marketing kampány a TDM koordinálásával a turisztikai szolgáltatók bevonásával, annak érdekében, hogy Hajdúszoboszló a vendégek számára vonzó legyen, újszerű marketing megoldásokkal	15.000.000 Ft
Kattintás alapú adwords és facebook online hirdetések, hírlevelek, TV és offline megjelenések	26.000.000 Ft
Külföld	15.500.000 Ft
Lengyel TV kampány	6.000.000 Ft
Kattintás alapú adwords és facebook online hirdetések PL, RO, DE, MD, SK, CZ piacokon és offline megjelenések SK piacon	6.500.000 Ft
Study tourok, influencerek (PL, RO, SK)	3.000.000 Ft
Honlap-, mobilapp frissítése, felhasználási-, műszaki feltételek és jogszabályi változásoknak megfelelés	3.500.000 Ft
Összesen (bruttó)	60.000.000 Ft

Összegzés

A turizmus jelenére és jövőjére számos jelenség hatással van. Ezek alakulását, felerősödését vagy éppen elcsendesedését nehéz előre megjósolni, de a hajdúszoboszlói turisztikai döntéshozókkal folytatott 2023. év eleji megbeszélésen a jelenlévők - a 2022-es év közös munkájának sikere alapján – azt nyilatkozták, hogy pozitív várakozással néznek a 2023-as év elé. Fontosnak tartják kiemelni a marketing kommunikációban Hajdúszoboszló töretlen fejlődését, az utóbbi évek újdonságainak kiemelését, és reményeink szerint városunk a jövőben is mindig egy lépéssel a versenytársai előtt lesz. Mely település legyen a legnépszerűbb vidéki desztináció, ha nem Hajdúszoboszló?

Hajdúszoboszló célzott marketingtevékenysége során világos élményígéreteket kínál a megfelelő turistaszegmensek számára. A célzott, specifikus kommunikáció egyben a turista magasabb elégedettségéhez, költéséhez és visszatérő látogatásához vezet, illetve személyes nagykövetünk képei őt környezetében. Jelen helyzetben az élményígérek mellé Hajdúszoboszló neve garancia is, hiszen desztinációnk turisztikai vezető szerepe hazai viszonylatban megkérdőjelezhetetlen, ezért az idei évben is mindent megteszünk azért, hogy ez így is maradjon és a jövőben is stabil piacvezető szerepünk egyértelmű legyen a hazai és nemzetközi utazók körében.

A marketing-kommunikációs 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.

