

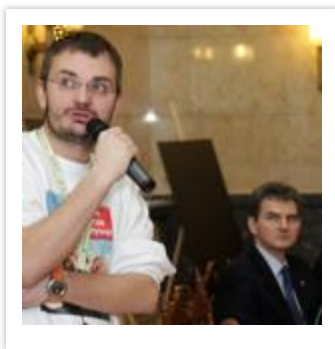
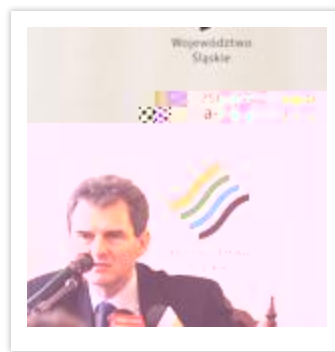
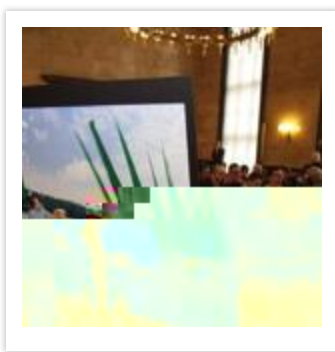
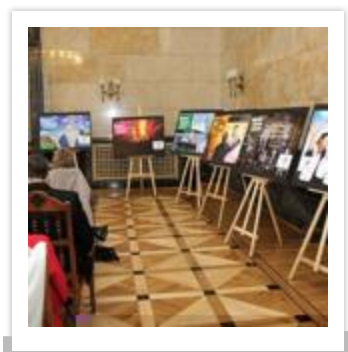
Informujemy, iż w celu optymalizacji treści dostępnych w naszym serwisie i dostosowania ich do Państwa indywidualnych potrzeb korzystamy z informacji zapisanych za pomocą plików cookies na urządzeniach końcowych użytkowników. Pliki cookies użytkownik może kontrolować za pomocą ustawień swojej przeglądarki internetowej. Dalsze korzystanie z naszego serwisu internetowego bez zmiany ustawień przeglądarki internetowej oznacza, iż użytkownik akceptuje stosowanie plików cookies.

A _ _ .

200 billboardów, plakaty, reklamy w prasie, radiu i telewizji oraz wydarzenia specjalne promują region. Rusza kampania Województwa Śląskiego.

Dzisiaj, 2 kwietnia 2008 rozpoczyna się kampania promująca optymistyczny wizerunek Województwa Śląskiego. W jej ramach wykorzystane będą różnorodne nośniki reklamowe i przeprowadzone zostaną liczne akcje z zakresu PR-u i marketingu bezpośredniego. Z tej okazji odbyła się konferencja prasowa z udziałem marszałka . W ubiegłym roku województwo śląskie jako pierwszy region w kraju przyjęło dwie strategie komunikacji marketingowej: w zakresie atrakcyjności turystycznej oraz inwestycyjnej. Oba dokumenty rozpoczęły planowe i długoterminowe działania na rzecz zbudowania marki regionalnej. Definiowanie marki „Śląskie” oparte w nich zostało na tzw. kluczowym przesłaniu „Śląskie. Pozytywna Energia”. Energia ta rozumiana może być dosłownie jako źródło światła, ciepła i bezpieczeństwa, ale także metaforycznie: jako wartość cechująca mieszkańców regionu, wypływająca z jego tradycji, różnorodności, kreatywności, dynamiki, efektywności i optymizmu. „Kampania skierowana jest do mieszkańców naszego regionu - do nas wszystkich, z przesłaniem, abyśmy docenili walory naszego województwa i polubili to co posiadamy” – powiedział marszałek Bogusław Śmigielski. „Dokładnie rok temu spotkaliśmy się w tym gronie i podzieliliśmy się z państwem informacją o powstaniu strategii marketingowej. Dzisiaj ją rozpoczynamy” – dodał , dyrektor Wydziału Promocji i Współpracy Międzynarodowej Urzędu Marszałkowskiego Województwa Śląskiego. Według założeń obu strategii pierwszym etapem ich wdrażania (rok 2008) powinna być komunikacja wewnętrzna w województwie. Odpowiedzią na ten postulat jest rozpoczynająca się 2 kwietnia 2008 r. kampania „Śląskie. Pozytywna energia”, która łączy „energetyczne” przesłanie z nastawieniem na odbiorców lokalnych, często – jak wskazują badania – ulegających negatywnym stereotypom na temat miejsca, w którym mieszkają. Kampania ma na celu pokazanie i wypromowanie optymistycznego wizerunku Śląskiego oraz przekonanie mieszkańców w lekki i dowcipny sposób do pozytywnej identyfikacji z województwem. Koncepcja kreatywna polega na pokazaniu wybranych miast województwa, które w dowcipny sposób uosabiają śląskie dumy i radości. Śląskie zaprezentowane w reklamach jest miejscem pełnym pozytywnych emocji i różnorodnych atrakcji, zamieszkanym przez ludzi z poczuciem humoru, potrafiący również na samych siebie spojrzeć z dystansem. Kampania oparta będzie na siedmiu projektach graficznych, które pojawią się na 200 billboardach, 160 citylightach, 25 autobusach komunikacji miejskiej, a także na łamach kilku tytułów prasowych. W reklamach wystąpili członkowie kabaretu Łowcy.B, rodem z Cieszyna. Przygotowane reklamy w przewrotny sposób traktują nazwy miast, do których się odnoszą, pokazując za ich pomocą pozytywne aspekty Śląskiego. Projekty przywołują siedem miast: Będzin, Częstochowę, Katowice, Zabrze, Cieszyn, Rybnik i Wisłę, podkreślając różnorodność Śląskiego i pozwalając zaistnieć w kampanii wszystkim tworzącym go subregionom. Nazwy miast, z pozoru zwyczajne i codzienne, użyte w niekonwencjonalny sposób, wskazują na wyjątkowy charakter całego województwa. Kampania swą skuteczność opierać będzie na komunikacji silnie związanej z konkretnym miejscem, wiarygodnej dla odbiorców dzięki odwołaniu do ich poczucia „lokalności”. „Śląskie” jako nazwa wplecione zostało w główne hasła kampanii – zabawne, ale jednoznacznie pozytywne. W ramach kampanii emitowane będą również spoty radiowe, oparte na grze słów wykorzystującej nazwy wybranych miast. W Internecie na stronie www.gosilesia.pl zamieszczono nawiązujący do tej koncepcji konkurs dla mieszkańców. Emitowany też będzie 8-sekundowy telewizyjny baner sponsorski w TVP Katowice, a na najczęściej odwiedzanych portalach internetowych milion razy wyświetlona zostanie reklama Śląskiego. Kampania obejmie

także szereg działań z zakresu marketingu bezpośredniego. W jej ramach przeprowadzone zostaną akcje „Fotoboard”, „Autostopowicze” i „Naklejka”. Pierwsza odbywać się będzie w galeriach handlowych i umożliwi każdemu zainteresowanemu otrzymanie zabawnej spersonalizowanej pocztówki. W drugiej udział wezmą animatorzy – „autostopowicze”, trzymający w rękach zamiast tabliczek z nazwami miast ich zabawne rozwinięcia znane z layoutów reklamowych. Trzecią z akcji będzie przeprowadzona z dużym rozmachem na terenie wybranych stacji benzynowych dystrybucja naklejek dla kierowców z tekstem „Ten samochód napędza Śląskie. Pozytywna Energia” oraz napojów energetycznych SLS (Silesian Life Style). Ponadto 26 kwietnia w Wojewódzkim Parku Kultury i Wypoczynku w Chorzowie odbędzie się rowerowy event, podczas którego pojawi się czteroosobowy tandem, symbolizujący cztery subregiony województwa, a mieszkańcy Śląskiego utworzą pełen pozytywnej energii peleton. Kampania potrwa od 2 kwietnia do 11 maja. Kampanię na zlecenie Urzędu Marszałkowskiego realizuje agencja reklamowa Grupa Eskadra.



Za c

PDF, 57.29 KB