Zakończono kampanię promującą Invest-In-Silesia.pl

Ponad 45 tysięcy odsłon w ciągu półtora miesiąca. Blisko 9 tysięcy użytkowników (odwiedzin)

Śląskie pierwsze w Polsce uruchomiło system informowania o możliwościach inwestycyjnych w regionie: www.invest-in-silesia.pl.

Dziś w Katowicach podsumowano pierwsze półtora miesiąca działalności portalu oraz zakończoną właśnie kampanię promocyjną. „Na portal gospodarczy w pierwszych sześciu tygodniach działania weszło już dziewięć tysięcy odbiorców - między innymi z Chin, Rosji, Australii czy Stanów Zjednoczonych. Najwięcej jednak było mieszkańców Polski, a zwłaszcza naszego regionu" - mówił dyrektor wydziału gospodarki Urzędu Marszałkowskiego Województwa Śląskiego Tadeusz Adamski.

Portal prezentuje w jednym miejscu wszelkie informacje niezbędne inwestorom, ułatwiając podejmowanie decyzji i oszczędzając ich czas. Zastosowano w nim nowoczesne technologie inteligentnego przeszukiwania internetu, wyszukiwania semantycznego, automatycznego tłumaczenia i udostępniania danych. Informacje tłumaczone są automatycznie na cztery języki. Wykorzystane rozwiązania pozwalają na dostarczanie bieżącej i wiarygodnej informacji potencjalnym inwestorom z regionu, Polski i całego świata.

System Invest in Silesia to nowa jakość w promocji gospodarczej województwa śląskiego, pierwszy punkt dostępowy i kontaktowy dla osób z całego świata, które dzięki portalowi otrzymają zintegrowaną informację o regionie i jego walorach inwestycyjnych. Zarząd Województwa Śląskiego zaprosił do udziału w systemie wszystkie jednostki samorządu terytorialnego z regionu. W tej chwili portal prezentuje informacje o inwestycjach, terenach poprzemysłowych czy przetargach z 80 gmin regionu. „Cały czas jesteśmy w kontakcie z pozostałymi jednostkami samorządu regionu i staramy się je przekonać, aby włączyły się w budowę systemu" - powiedział wicemarszałek Zbyszek Zaborowski.

W czerwcu br. przeprowadzono kampanię promującą portal invest-in-silesia.pl. Odbiorcami kampanii byli biznesmeni, inwestorzy oraz wszyscy zainteresowani gospodarką i finansami. Jej istotą było synergiczne połączenie reklamy zewnętrznej - billboardów - z kampanią informacyjną w specjalistycznych czasopismach i na stronach internetowych poświęconych biznesowi.

Miesięczna kampania obejmowała działania outdoorowe. Na 88 nośnikach o wymiarach 6x3m oraz 12 nośnikach 12x3m prezentowano billboardy z adresem portalu. Wybór layoutów kampanii został wyłoniony na podstawie wniosków z badania ich czytelności. Do prezentacji wybrano te, które odznaczają się wysokim wskaźnikiem czytelności. Zaprezentowano je w najpopularniejszych lokalizacjach związanych z przedsiębiorczością m.in.: aglomeracji Górnośląskiej, Warszawie, Trójmieście, Wrocławiu i Poznaniu. Według badań tak zlokalizowane billboardy generowały ok. 1,5 mln kontaktów dziennie.

Zamieszczono także ogłoszenia w prasie ogólnopolskiej: Think Tank, Harvard Business Review, Forbes, Polish Market, Polish Business&Travel, Polish Business Report. Łącznie ogłoszenie ukazało się w 90 000 egzemplarzy.

Bannery reklamowe emitowane były na portalach o tematyce biznesowej, m.in. Bankier.pl, Eurobankier.pl, Money.pl, Elfin.pl i Infor.pl. Łącznie zanotowano 1 140 833 odsłony.

Do ponad 200 tys. użytkowników tych portali przeprowadzono wysyłkę mailową. Specjalne maile skierowano dodatkowo do prezesów, dyrektorów, menadżerów firm, inwestorów, przedstawicieli biznesu, lokalnych liderów opinii publicznej z europejskich krajów. Łącznie ok. 5 000 rozesłanych maili.

Specjalne listy otrzymało ok. 500 największych firm świata, ambasad Polski na świecie, ambasad zagranicznych w Polsce, dostali je posłowie, senatorowie, eurodeputowani z Województwa Śląskiego oraz izby gospodarcze w Polsce i Europie.

Przeprowadzono trzy konferencje prasowe dla mediów ogólnopolskich i regionalnych. Odsłona portalu odbyła się w ramach II Europejskiego Kongresu Gospodarczego. W Warszawie zorganizowano spotkanie biznesowe dla inwestorów, ludzi nauki, mediów, działających na rzecz rozwoju gospodarki na Śląsku.

W konferencji podsumowującej dotychczasowe działania uczestniczyli także Piotr Fuglewicz z firmy TiP, która stronę tworzyła oraz Włodzimierz Majer z firmy Business Consulting - agencji odpowiedzialnej za kampanię reklamową.

Koszt projektu to (netto):

1. Budowa i uruchomienie systemu - 486 000,00 zł
2. Opracowanie i przeprowadzenie kampanii promocyjnej - 456 000,00 zł.

Galeria









Dodana: 27 października 2023 14:15