



Trzy razy promocja, czyli Sztokholm, Bruksela i Paryż

2015-04-22

W marcu pracownicy Krakow Convention Bureau uczestniczyli w targach i prezentacjach na rynkach szwedzkim, belgijskim i francuskim.

W dniu 11 marca Kraków Convention Bureau reprezentowało miasto podczas **Travel Show B2B Business Edition w Sztokholmie** wspólnie z Poland Convention Bureau (PCB) oraz Zagranicznym Ośrodkiem Polskiej Organizacji Turystycznej (ZOPOT) w Sztokholmie. W pierwszej edycji wydarzenia wzięło udział ok. 450 profesjonalistów z branży spotkań.

Targi miały kameralny charakter, z gośćmi spotykano się face to face przy stolikach, gdzie możliwe było przedstawienie prezentacji i filmu promocyjnego oraz przeprowadzenie rozmów biznesowych. Odwiedzający dobrze znali Kraków jako destynację turystyczną, w większości mieli już okazję odwiedzić miasto. Podkreślali walory Krakowa – zwracali uwagę na jego kameralność, wyjątkową atmosferę i bogatą ofertę kulturalną. Znajomość marki miasta jest niezwykle ważna w pozyskiwaniu klienta biznesowego, a ten etap wydaje się być już osiągnięty jeśli chodzi o rynek skandynawski. Poznając ofertę biznesową miasta odwiedzający bardzo pozytywnie reagowali na informacje o nowoczesnej infrastrukturze konferencyjnej i obiektach takich jak ICE Kraków, Kraków-Arena, EXPO Kraków. Istotnym był także fakt rozbudowy lotniska i ułatwień komunikacyjnych z nim związanych.

26 marca oferta miasta Krakowa przedstawiona była również w ramach **spotkania zorganizowanego przez Wydział Promocji Handlu i Inwestycji Ambasady RP w Brukseli, ZOPOT w Brukseli, PCB oraz wydawnictwo TRAV Magazine z Belgii**. Celem spotkania była promocja oferty Krakowa i Małopolski jako wyjątkowego miejsca na organizację wszelkiego rodzaju spotkań biznesowych, oferty biznesowej Polski prezentowanej przez PCB, oferty Grupy TRIP z Zakopanego, jak również połączeń lotniczych oferowanych przez Polskie Linie Lotnicze LOT. W spotkaniu wzięli udział przedstawiciele branży turystycznej z Belgii m.in. dziennikarze, touroperatorzy i profesjonalni organizatorzy spotkań (firmy PCO).

Przybyli goście wykazywali bardzo duże zainteresowanie zarówno Krakowem jak i Małopolską. Większość osób nigdy nie była w Krakowie, jednak deklarowała chęć przyjazdu. Najczęściej zadawane pytania dotyczyły bazy hotelowej, w szczególności oferty hoteli kategorii 5 i 4 gwiazdkowych, oferty kulturalnej, oferty imprez motywacyjnych, zabytków w Krakowie i Małopolsce, jak również Kopalni Soli w Wieliczce i atrakcji turystycznych w Zakopanem. Uczestnicy pytali również o nowe inwestycje, które zostały już zakończone, jak również o te, które będą miały miejsce w Krakowie w nadchodzących latach.

Udział w tego typu inicjatywach jest komplementarną formą promocji Krakowa i Małopolski. Ciekawy, interaktywny przekaz informacji o mieście m.in. poprzez pokaz zdjęć oraz prezentację filmu jest bardzo dobrze odbierany.

Ostatnim wydarzeniem w marcu, w którym mieliśmy możliwość uczestniczyć były



**Magiczny
Kraków**

targi turystyki biznesowej MEEDEX 2015. W tegorocznej edycji uczestniczyło ok. 250 wystawców. Reprezentowali oni zarówno biura kongresów, hotele, centra kongresowe i innych dostawców usług dla branży spotkań. Dzięki takiej różnorodności Meedex International zaprezentował wachlarz ofert dla ponad 2200 meeting plannerów z Francji, Belgii, Monako i Luksemburga. Krakowska oferta była przedstawiana w ramach stoiska reprezentowanego przez Krakow Convention Bureau oraz ICE Kraków.

Podczas MEEDEX 2015 zauważyliśmy duże zainteresowanie naszym miastem. Najczęściej zadawane pytania dotyczyły bazy konferencyjnej Miasta, bazy hotelowej, w szczególności oferty hoteli kategorii 5 i 4 gwiazdkowych, bezpośrednich połączeń lotniczych do Krakowa oraz unikatowych atrakcji miasta. Organizator, dzięki uruchomionemu wcześniej kalendarzowi spotkań zadbał o merytoryczny dobór rozmówców.

Współpraca Krakow Convention Bureau, Poland Convention Bureau, a także szerokie działania Zagranicznych Ośrodków Polskiej Organizacji Turystycznej sA fundamentalna dla efektywnej promocji naszego miasta i regionu. W związku z powstawaniem w Krakowie wielu nowych obiektów hotelowych i konferencyjnych oraz dobrej rozpoznawalności marki Kraków, należy w dalszym ciągu konsekwentnie promować miasto jako destynację biznesową, ponieważ dzięki zmianom jakie miały miejsce w ciągu ostatniego roku z powodzeniem możemy konkurować z największymi miastami konferencyjnymi o pozyskanie wszelkiego typu wydarzeń branżowych.