

Kampania „Wide Open for Meetings” laureatem w konkursie MP Impact Awards

2024-01-12

Realizowana przez Wydział ds. Turystyki i Kraków Convention Bureau kampania promująca ofertę turystyki biznesowej Krakowa i Małopolski została laureatem pierwszej edycji konkursu MP Impact Awards w kategorii „Kampania”. Jury i publiczność doceniły kompleksową i profesjonalną kampanię, a także szeroki zakres działań samego projektu „Małopolska - cel podróży”.

Projekt „Małopolska - cel podróży”

W latach 2022-2023 Kraków, województwo małopolskie oraz Małopolska Organizacja Turystyczna wspólnie prowadziły kampanię „Wide open” w ramach projektu „Małopolska - cel podróży”. Jej głównym założeniem jest odbudowa ruchu turystycznego w Krakowie i Małopolsce po pandemii COVID-19.

Kraków Convention Bureau działające w strukturach Wydziału ds. Turystyki Urzędu Miasta Krakowa skupiło się na promocji turystyki biznesowej. Jest ona strategiczna dla gospodarki turystycznej w mieście ze względu na ogromny potencjał organizacyjny i bazę obiektów, które mogą stać się miejscem spotkań biznesowych dla organizatorów z całego świata.

Kampania „Wide Open for Meetings”

Od sierpnia do listopada 2023 realizowano **kampanię internetową** „Wide Open for Meetings”, skierowaną na aktywizację podróży biznesowych do Krakowa i okolic oraz promocję regionu jako miejsca idealnego na organizację spotkań biznesowych. Aby dotrzeć do odbiorców, postawiono na kompleksową promocję online, która prowadzona była na profilach na Facebooku, Instagramie oraz LinkedInie. Dodatkowym uzupełnieniem komunikacji były kampanie odsłonowe i spoty emitowane w sieci reklamowej Google. W każdym miesiącu przygotowano dwa hasła oraz dwie kreacje wizualne wraz z ich przeformatowaniami: łącznie 120 grafik statycznych oraz 48 plików HTML5.

Łączny zasięg kampanii szacowany jest na **niemal 30 milionów** – do takiej liczby osób dotarła kampania w mediach społecznościowych. Na samym Facebooku łączny zasięg na wszystkich rynkach szacowany jest na **ponad 10 milionów**. Największy wskaźnik CTR (1-3%) na wszystkich rynkach odnotowaliśmy w kanale Display.

Ponadto od kwietnia do listopada 2023 przeprowadzono **kampanię w zagranicznej prasie branżowej i opiniotwórczej**. Reklamy promujące Kraków i Małopolskę ukazały się w renomowanych tygodnikach The Economist oraz WirtschaftsWoche na rynku brytyjskim i niemieckim oraz prasie branżowej w trzech wydaniach Conference News, MICE Benelux, HQ Magazine, dwóch wydaniach Punto MICE i Tendence Nomade oraz w jednym wydaniu Boardroom oraz AMI. Publikacje pojawiły się w papierowych i cyfrowych wersjach magazynów.

Dotarcie do odbiorcy offline szacowane na podstawie sumy nakładów w 17 gazetach i magazynach



**Magiczny
Kraków**

wyniosło niemal 388 tysięcy, zaś dotarcie online liczone jako suma interakcji i subskrybentów poszczególnych tytułów wyniosło blisko 360 tysięcy.

Kampania prasowa dotarła zatem do **747 834 czytelników**.

Dodatkowo w ramach projektu Kraków Convention Bureau zrealizowało **trzy filmy** z wykorzystaniem sylwetek Ambasadorów Krakowa i Małopolski, które służą międzynarodowej promocji małopolskiej nauki, gospodarki i sztuki oraz **10 wirtualnych spacerów** po obiektach konferencyjnych Krakowa i Małopolski.

Ze środków unijnych przez dwa lata pozycjonowano angielską wersję strony convention.krakow.pl, która jest na bieżąco aktualizowana. Warto zwrócić uwagę, że prowadzone kalendarium wydarzeń zawiera informacje o kongresach, konferencjach i targach planowanych w mieście.

Zapewniono również bieżącą obsługę mediów społecznościowych:

- [Facebook](#)
- [Instagram](#)
- [YouTube](#)
- [LinkedIn](#)

Projekt „Małopolska – cel podróży” jest finansowany z Funduszy Europejskich w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Małopolskiego na lata 2014-2020.

Budżet całego projektu wyniósł 24 mln zł, z czego na kampanię krajową przeznaczono 8 mln zł, a 16 mln zł na kampanię zagraniczną, w tym na promocję MICE 4 mln zł. Warto podkreślić, że to jedyny projekt finansowany w całości z funduszy europejskich.

Konkurs MP Impact Awards

MP *Impact Awards* to pierwszy konkurs poświęcony inicjatywom, kampaniom, wydarzeniom, które mają wpływ na funkcjonowanie i rozwój branży spotkań i wydarzeń. **Organizatorem konkursu jest MeetingPlanner.pl**. Celem konkursu MP *Impact Awards* jest docenienie, wyróżnienie i promocja inicjatyw, kampanii i wydarzeń, które mają lub mogą mieć istotne znaczenie w rozwoju branży spotkań, podejmowaniu ważnych dla niej wyzwań czy rozwiązywaniu problemów, zarówno w skali lokalnej, ogólnopolskiej, jak i międzynarodowej. W konkursie nagrodzono projekty w czterech kategoriach: Inicjatywa, Wydarzenie, Kampania oraz MICE *for Good*.

Finalistów wyłoniła kapituła konkursu, której przewodniczy Dominik Górka (CEO i dyrektor kreatywny, Live Age). Konkurs MP *Impact Awards* przebiegał dwuetapowo. W pierwszym etapie Kapituła konkursu kapituła na podstawie zgłoszeń wyłoniła finalistów. W drugim etapie realizatorzy projektów zaprezentowali je podczas wydarzenia MP *Impact Summit* 12 grudnia oraz odpowiadali na pytania jury i publiczności. O wyborze zwycięzców zdecydowali wszyscy obecni na sali: jurorzy i publiczność. Zwycięskie i finałowe projekty zostaną zaprezentowane w MP *Impact Report*. Podczas gali MP *Impact Awards* zostały wręczone statuetki – Impacty.