



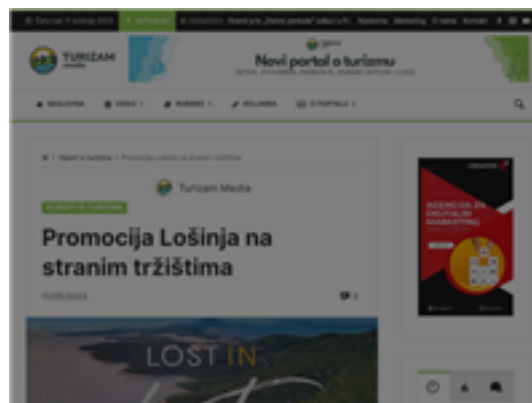
Teme: Direktor TZ Mali Lošinj, Grad Mali Lošinj,

Promocija Lošinja na stranim tržištima

Prirodne ljepote, kultura i tradicija Lošinja, kao i bezbroj outdoor mogućnosti centar su ovogodišnje promocije

MALI LOŠINJ Turistička zajednica Grada Malog Lošinja, u suradnji s partnericama u destinaciji i ove godine ostvaruje promotivnu kampanju o Lošinj u četiri emitivne zemlje; Austrija, Njemačka, Italija i Slovenija.

Prirodne ljepote, kultura i tradicija Lošinja, kao i bezbroj outdoor mogućnosti centar su ovogodišnje promocije. Radi se o online oglašavanju (banneri branding formata i video banner), a glavni medijski kanali su online mediji, odnosno top portali na tržištima, kao i društveni mediji.



U Njemačkoj (Baden-Württemberg i Bayern) pod nazivom: "Sommer '23 Coming soon" održava se promocija na izuzetno relevantnim medijima na tržištu; t-online.de i web.de, dok se u Austriji promovira na derstandard.at, mediju usmjerenom na segment higher earners. Kombinacijom storytelling formata, video oglašavanja te oglašavanja na društvenim medijima isprva se priča o Lošinj, svim prirodnim i kulturnim ljepotama te aktivnostima i ponudi koje otok nudi, a sve s ciljem privlačenja gostiju. Promocija na najpopularnijem njemačkom portalu t-online.de usmjerena je prema obiteljima i mladima, ljubiteljima aktivnog odmora te kampiranja, dok je promocija na austrijskom derstandard.at usmjerena prema segmentu luksuznog odmora te je fokus na jedinstvenom hotelskom smještaju, prirodnim ljepotama i eno-gastro ponudi destinacije. Također, atraktivan video format oglasa planiran je u Njemačkoj na web.de portalu, a svojom dinamikom privlačenja i pažnju korisnika te prenosi atmosferu i ljepotu destinacije. Kampanja je započela 3. svibnja i trajat će mjesec dana.

Najveća slovenska revija za putovanja i aktivni odmor je Fokusplus, riječ je o Alpe Adria Travel & Outdoor magazinu u kojem je Lošinj predstavljen po temama; vitalnost, sport, outdoor, kultura te događanja. Također, na portalu Objemi Hrvatsko, inače specijaliziranom za promociju hrvatske turističke ponude, objavljen je PR članak pod nazivom „Doživite Lošinj in se poživate“.

U suradnji s Turističkom zajednicom Grada Cresa planirana je zajednička promocija cresko-lošinjskog otoka na talijanskom tržištu (Emilia-Romagna, Friuli-Venezia Giulia, Lombardia, Veneto) na portalu TgCom2. Priču o Lošinj prikazat će i portal Turismo Itinerante, a ciljna skupina su žene i obitelji u dobi od 30 do 50 godina. Početak oglašavanja po temama; outdoor, relax, kampovi, plaže, tradicija, gastro ponuda i obiteljski odmor započeo je u drugoj polovici svibnja 2023. godine

Obzirom da većina turista koji prometa dolazi upravo s njemačkog i austrijskog tržišta te talijanskog i slovenskog tržišta, nije slučajno da se kampanja usmjerila na ta područja. U suradnji sa svim vodećim dionicima u destinaciji, kampanjom će se naglasiti prirodni čimbenici otoka Lošinja poput mikroklima, bioraznolikosti, mora visoke kvalitete i zraka prve kvalitete s velikim brojem sunanih dana godišnje, ali isto tako i outdoor ponuda. Relax, wellness, wellbeing i aktivni odmor centar su promocije čiji je cilj privući veći broj potencijalnih turista, ali i predstaviti Lošinj kao destinaciju dodatnih vrijednosti, smatra direktor turističke zajednice Grada Malog Lošinja Dalibor Cvitković.

KLJU NE RIJE I:

AUTOR:
Turizam.media