

## Javaslat Balatonboglár Város 2018. évi online médiakampányának megvalósítására

### Bevezetés:

Balatonboglár népszerűsége folyamatosan növekszik, ami részben az elmúlt évek fejlesztéseinek, részben a gazdasági konjunktúrából fakadó élénkülésnek köszönhető. Mindezek ellenére a város még mindig a három legismertebb látványosságáról ismert: a BB Szüreti Fesztivál, a BB mint márka és a Gömbkilátó. Egyébként a Gömbkilátóval tavaly egy országos média kampány is készült, ami ajándékként hullott a helyi marketing ölébe és nagyon szép eredményeket produkált.

Balatonboglár a három felsoroltnál sokkal több és gazdagabb kínálattal rendelkezik, de ennek megismertetése még hosszas feladat lesz. Viszont egy nagyobb hazai, vagy nemzetközi média kampány lebonyolítására a városnak nincs és várhatóan nem is lesz anyagi forrása. Ezért egyetlen járható útként az online média a kézenfekvő megoldás, melyre az alábbi felületeket, ütemezést és eszközöket javasoljuk:

### A kampányban használandó eszközök:

#### Fotók

Balatonbogláron több kiváló, nagyon tehetséges fotós él. Ráadásul, a város maga is szinte kimeríthetetlen fotós téma. Egy szép fotó tényleg többet mond ezer szónál, és az online felületek látogatói pedig szeretik is ezeket. Emiatt, könnyen megosztják, terjesztik, lájkolják a képeket, ami a város hírének gyakorlatilag ingyen viszi.

A területen legolcsóbb és egyúttal nagyon hatékony megoldásnak látom, ha kiírunk egy fotópályázatot Balatonboglár témában. A pályázat kiírása legyen május elején, a határidő pedig szeptember vége. Eredményhirdetés október közepén. Fontos motiváció a díj kérdése, amiben a város használhatná eszközeit: egy hétvégére szállás a nyertes családjának, vállalkozók bevonásával egy vacsora Bogláron, csúszás a bobbal, stb. A legjobb képekből pedig lehetne kiállítást szervezni, illetve online galériát készíteni a balatonboglár.com oldalon.

Vállalom a kampány teljes lebonyolítását, az díjak felkínálójának szervezését, a kiállítás létrehozását a művelődési központtal közösen.

### Költségek:

- Az online kampány/pályázat hirdetési költsége cca. 80.000 Ft (Ez már önmagában is Boglárra irányítja a figyelmet.)
- Fotók nagyítási díja: 4.000 Ft/db (műanyag lapra kasírozva) x 25 fotó = 100.000 Ft
- Alap szervezési költség: 40.000 Ft (ez tartalmaz némi telefont és a reklámkampányok grafikai költségeit)

### Nem pénzbeli költség:

- Az önkormányzat valamelyik szálláshelyének használata egy hétvégére.
- Esetleg ajándék Boglár Kártya (ez egyben reklám is az eszköznek)

## Videók

Az online felületeken működő videós megjelenéseknek két fő csoportja van:

### 1., Tematikus videók

A tavaly elkészült imázs filmre alapozva idén februárban térítés mentesen 4-5 tematikus videó készül majd a következő témákban:

- Boglár és a sport → Ez főleg az Urányi lehetőségeinek értékesítésére
- Aktív Boglár → aktív pihenés és kikapcsolódás a városban
- Boglár és kultúra → a város húzó rendezvényein keresztül a város értékesítése
- Boglár és Bor → borkultúra
- Boglár és család → a családi nyaralás helye
- Boglár és hangulat → romantikus napok a városban

Ezek rövid 30-40 másodperces videók, amik a város Youtube-csatornáján keresztül kerülnek be az online körforgásba, majd innen kerülnek további fizetős megosztásra.

### 2., Gerilla videók

Gerilla videónak nevezzük azon kisfilmeket, melyek csak burkoltan reklámok, erejük a meghökkentésben, a meglepetésben van. Előnyük, hogy az ötletesség, humor miatt az emberek önként továbbadják, így tömegek érhetők el velük fillérekből.

Idén kettő darab boglári gerilla videó készítését tervezzük, de a téma legyen meglepetés 😊 Erre költséget sem számolunk...

## Program infók

Ezek sima esemény megosztások elsősorban a Facebook-on fizetett reklám formájában. A hatékonyságuk annyira nem erős, de egy-két rendezvényen keresztül jól el lehet adni a várost, mint nyaralóhelyet.

## Használandó felületek:

### 1., Facebook

Előnye, hogy nagyon jól célozhatók a kampányok nemre, helyre, érdeklődési körre. Ennek megfelelően például a tematikus videók elhelyezésére kiválóan alkalmas, hiszen a videó témája, mint pontos nyilvános belőhető az adott érdeklődésű csoportba. Pontos célzással pedig nagyon sok pénz lehet megspórolni.

Az online kampányok szervezésében 10 éves gyakorlatom van, ami nagy előnyt jelenthet a városnak. Ráadásul, a sok-sok itt elköltött forint miatt a Facebook nekem már alacsonyabb áron számol.

## 2., Youtube kampány

Bizonyára mindenkinek ismerős, hogy a Youtube videók lejátszásánál sokszor előbb, vagy közben reklámok indulnak el. Ezt általában 4-5 másodperc után lehet átugrani. Ennek megfelelően ütős Youtube kampány lebonyolításához olyan videó kell, ami már 4-5 másodperc alatt is visz át üzenetet, vagy nagyon megfogja a nézőt és nem nyomja el. Erre egyébként a gerilla videók a legalkalmasabbak.

## 3., AdWords kampány

Ez a Google hirdetési rendszere. A világon több száz millió olyan weboldal van, amely szerződésben áll a Google-el és ott a rendszer hirdetéseket jelenít meg. Ezek is fizetős reklámok, de meg van az az előnyük, hogy rendkívül pontosan igényre célozhatók. Itt lehet megtenni például azt, hogy ha egyszer rákeresett Balatonboglárra, akkor utána hetekig boglári dolgokkal fog találkozni

### Ütemezés:

Három különböző ütemezést javaslok:

#### Február közepétől – április közepéig

Boglár mint nyaralóhely, valamint a Boglár és a sport. Ez az az időszak, amikor az emberek döntenek a nyaralásról. Természetesen, ezen felül vannak az ad-hoc hosszú hétvégék, melyek előre nehezen kezelhetők.

Ebben az időszakban mindhárom fent leírt felületet kellene aktívan használni! Az online felületeken az aktív és erős jelenléthez legalább 100-150 forintot ekkor kellene elkölteni.

#### Május elejétől június közepéig

Ez a szintentartó időszak, amikor a köztudatban ott kell tartani a várost. Itt jöhetnek a látnivalók és a fontosabb programok információi.

Javasolt összeg: 40.000 Ft

#### Június közepétől augusztus 20-ig

Nyár! Programok, kikapcsolódási lehetőségek, eső programok kommunikálása. Itt már azok is érdekesek, akik a szomszédos településeken nyaralnak, hiszen az jó a városnak, ha átjönnek és itt költik a pénzüket.

Az időszakra javasolt összeg: 80.000 Ft

#### Költségek összesítése:

Fotópályázat lebonyolítása: 220.000 Ft

Online város kampányok a megadott felületeken: 220.000 – 270.000 Ft (döntés kérdése)

Adminisztrációs költség: 40.000 Ft → Mivel a fenti online kampány összegek számlával igazolt módon teljes egészében a megjelölt felületeken kerülnek elköltésre, ezért merülnek fel kiegészítő költségek is. Ezek a banki tranzakciós díjak, grafikai költségek és pár fotó jogdíjának megvásárlását jelentik.

A megadott árak és tranzakciós költségek nagyon nyomott összegek, ami jelentős mennyiségű önkéntes, kizárólag Balatonboglár szeretetéből fakadó tevékenységet is feltételez. Haszonnal szándékosan nem számoltam.

A teljes összeg kicsit több mint félmillió forint, de lehet úgy is dönteni, hogy ennek csak egy részét költi el idén a város. Ami fix és nem szorítható lejjebb az a fotópályázat költsége, ez legfeljebb törölhető, mint program. Az első, április közepéig tartó időszaknál pedig fontos, hogy nagyon erős legyen a jelenlét, így ez nehezen képzelhető el 100.000 Ft alatt. A többi döntés kérdése...

Balatonboglár, 2018. január 14.

Készítette: \_\_\_\_\_

Szentes László

média szolgáltató