

cOPENhagen Berlin, Hamburg, Düsseldorf og sydtyskland

Marked:

DE

Resumé:

Tyskland er Europas største rejsenation. Med sine 81 mio. indbyggere er Tyskland et meget vigtigt city break-marked for København. Mange tyskere synes, at København er spændende og har en livlig atmosfære, og de sætter stor pris på vores historiske og kulturelle attraktioner. København er let tilgængelig fra de store tyske byer, og det er vigtigt at udnytte denne tilgængelighed ved at informere målgruppen om byen og dens mange interessante tilbud.

Marked Tyskland er et af de største city break-projekter i København. Det samlede tyske projekt vil være opbygget omkring fire delprojekter med fire transportører, og hvert projekt vil have sin egen kampagne. Det betyder, at der vil være en lang række spændende offline og online kampagner inkorporeret med presse og andre vigtige marketingværktøjer.

I al markedsføring vil brandet cOPENhagen blive benyttet.

Målgruppe:

25-60 årige, par, venner og singler med mellem og høj indtægt som søger moderne storbyoplevelser.

Mål med aktiviteten:

At øge kendskabet til København og markedsføre byen som en spændende by, man absolut skal besøge.

Aktiviteterne skal øge salg til partnerne.

Aktivetsbeskrivelse:

Online-aktiviteter:

- Online-kampagner
- Kampagnesider
- Nyhedsbreve
- Direct Mail
- Nye værktøjer som SMS-kampagne inkorporeret med konkurrencer
- Online-konkurrencer sammen virale kampagner

Offline-aktiviteter:

- Offline annoncering samt outdoor aktiviteter
- Danmarks-gæster konceptet
- 3 Famtrips
- 12 pressemeddelelser, hvor projektets partnere får præference
- 10 presseturer, hvor projektets partner får præference
- Samarbejde med non turisme-partnere
- Samarbejde med turoperatører

Denne kampagne forudsætter medlemskab af Erhvervspartnereskabet Moderne Storbyoplevelser.

Periode:

Hele året, dog mest forår og efterår samt jul.

Kontaktdata:

- Online-kampagner generer mindst 5 mio. impressions
- Online-konkurrencer, minimum 3.000 deltagere
- Genererer minimum 1.500 sms som respons
- Kampagnesiden 1.000 unikke brugere
- Nyhedsbrevet åbnes af 25 % af alle modtagere
- Direct mailen har en respons kvote på mindst 0,5 %
- Genererer en annonceværdi på mindst DKK 28.000.000 (presse, tv)
- Mindst 5 x 2 deltagere i Danmarksgæst konceptet
- Genererer mindst 30.000 bednights, 25.000 legs (fly)

Pris:

Stor pakke:

DKK 71.500 ex. moms + 5x2 overnatning til DK-gæster, famtrip eller konkurrencer.

Den store pakke har samme indhold som den lille pakke. Derudover får partnere med stor pakke større omtale og synlighed i kampagnerne.

Lille pakke:

DKK 33.000 ex. moms + 3x2 overnatning til DK-gæster, famtrip eller konkurrencer.

Attraktioner: DKK 16.500

Andre oplysninger: Denne kampagne forudsætter medlemskab af Erhvervspartnerkabet Moderne Storbyoplevelser

Tilmeldingsfrist:

1. december 2009

Ansvarlig kontaktperson(er):

Projektleder i internationale markeder, Sunrid Johansen, suj@woco.dk