

A 2019. évi Kiskörei Ifjúsági Napok Reklámterve

Ungvárszky Pál

Az ifjúság Kisköre jövője

Kisköre a Tisza-tó bölcsője

Cél (Mission)

A 2019. augusztusában, a

KIN 2 (esetleg 3) napos rendezvény
résztevői létszámának célirányos
bővítése

a város ismertségének növelése, a nyugat-
dunántúli és budapesti térségben.

A fiatal látogatói létszám növekedjen az
eddigi átlag 550 főről, 950 főre.

„Konkurens” rendezvények

- Tisza-tavi Folklór Fesztivál (N / I)
- Hagyomány őrző Egyesület (ének, gasztronómiai attrakciók) (N)
- Csülökfesztivál (N)
- Opera Fesztivál (N)
- Kisköréhez közeli szervezésű rock koncert (I, ha)

A rendezvény előélete

a Kiskörei Ifjúsági Napok 2019-ben 4. alkalommal kerül megrendezésre

- a Kiskörei Ifjúsági Napok első két éve
 - Első 2 alkalom a rendezvénytéren
 - Ismert és kezdő együttesek
 - Egyéb (arcfestés, bazár, vetélkedők)
 - csapatok részére ismeretterjesztő verseny (Kisköre értékeinek a felkutatása, megismerése)
- a Kiskörei ifjúsági Napok 2018
 - Helyszín a kiskörei szabad strand
 - Fellépők: Csapnivaló (Eger), Brain Drain (Karcag), Brains (Budapest)
 - Strandfoci bajnokság



A rendezvény korábbi helyszíne



A 2018. évi sztár fellépők: Brains



Helyzetelemzés

- Kisköre a Tisza-tó menti települések sorába tartozik
 - Hasonló turisztikai adottságok, a környező településekkel
 - A kulturális programok is hasonlóak (kivételek: Poroszló és Tiszafüred)
 - Turisztikai lehetőségeit jelenleg nem használja ki, nagy a fejlesztési potenciál.
- Az eddigi Ifjúsági Napok, a helyi és a közeli 2-3 település fiataljait érték el
- A helyiek jelentős része közömbös az itteni programokkal kapcsolatban
 - A lakosság közel 60%-a az alacsony színvonalú mulatós zenét kedveli,
 - Csak ingyenes rendezvényen van ott
 - A lakosok befelé fordulnak, nem nyitnak a külvilág felé,
 - Tart az újszerű dolgoktól, és ez a fiatalok nagy részére is igaz

Pozicionálás

- A Tisza-tavi települések programjai a nyári szezonra esnek, nehéz az időpont megfelelő kiválasztása
- A környező települések hasonló rendezvényei, konkurenciát jelentenek, de!....
- Az Ifjúsági Napok rendezvénnnyel ki kell tűnni
- Ez a kitűnés” egyben illeszkedik Kisköre Turisztikai Fejlesztési Stratégiájához (Budapest, Nyugat-Dunántúl)

Pozicionálás (2)

Teendők a kitűnés érdekében

- Kapcsolt szolgáltatás erősítése (férőhely, étkezés, stb.)
- Eltérő program elem; „erősebb” rock vonal, vonzó a távolabb elő rajongóknak
- Strandon a kemping infrastruktúra fejlesztésének befejezése,
- Közlekedési fejlesztések (közút, vasút) várhatóan a rendezvény idejére befejeződik.
- Kiegészítő szállítókapacitás biztosítása (vonathoz + kocsik,) Kisköre állomástól külön „Ifibusz” az Erőmű megállóhoz

Célközönség

- Nyugat-dunántúli, budapesti és Budapest környéki, tanuló illetve dolgozó fiatalok
- a helyi fiatalság (új értékek közvetítése)
- helyi fiatalok nyitása a külvilágra, (látókör szélesítése)

Fontos, hogy két célcsoport „találkozzon”

Célközönség értékei

- A helyiek; önmagába forduló (önkéntes kirekesztő) életvitelével, önsorsrontó attitűd (a mulatós zene, nem minőségi része)
- A nyugati és budapesti régiókban élő fiatalok közös jellemzője a céltudatosabb életforma, tanulás, és a munka. Mobilisak, nyitottak.
- Más zenei irányzat jellemzi az elérendő célközönséget
- A modern rock vonulat rajongói zömében Budapesten és környékén élnek nagyobb számban.
- A rajongók követik kedvenceiket fellépéseiken.

Egyéb attrakciók a célközönségnek

- Kerékpározás, szabadvizű strand, óriás csúszda, vízibicikli, óriásbanán, homokfoci, hajókirándulás, evezés
- Az Erőmű megtekintése, Duzzasztómű üzemi híd bejárása, Tisza-tó 3D maketten
- Hallépcső
- Tájház
- Vadvízi evezés
- Sétakocsikázás
- Gasztronómia

Fontos más a szabadidő aktív, mozgalmas kitöltésére alkalmas attrakciók „bemutatása”. (Visszatérő vendég)

Helyi értékek promotálása

- az előzetes rendezvény beharangozás mellé az elektronikus médiába becsatornázzuk
- a rendezvény nyomtatott plakátjain címszavakban utalunk rá
- helyszínen, kiadványok és egyéb promóciós anyagok osztásával
- személyes meggyőzés a helyszínen

Figyelemkeltés - vágyfokozás

- a fellépő kulcsfigurák kihangsúlyozása
- a fellépők eredményeit ismertetjük (emlékeztető)
- a fellépők video üzenete a rajongókhoz, a közösségi oldalaikon
- lehetőség a fellépőkkel történő azonosulásra, pólók, egyéb emléktárgyak
- fellépők és rajongóik közös „játéka” (rajongó énekel, gitározik)
- a kiskörei attrakciók együttes mivoltának átélése, egy hosszúhétvégén unikális élményt nyújt

Üzenet (Message)

Érezd jól magad kedvenc
bandáddal, közben fedezd
fel Kiskörét!

Média mix (Media)

- A rendezvény saját közösségi oldala (kialakítandó)
- Kiskore.hu
- Hatvan Online
- Kiskörei Rendezvények
- Rádió 1, (Egerben) Győri Plusz Rádió, Retro Rádió,
- A fellépő együttesek közösségi oldalain, eseményközlés, egyéb szöveges és képi információ megosztása
- Színes plakát (A2) 200 db a helyi régió településein, 200 -200 db a nyugat-dunántúli régióban és Budapesten illetve vonzáskörzetében,

Költségek – szórásterv (Money)

Média típus	2018. év (heti)								Hirdetés terjedel me	Média	Megjel . szám	Költség ezer forint
	25	26	27	28	29	30	31	32				
Rádió									0,25'	Retro Rádió Rádió 1, Plusz Rádió	20	600 ?
Helyi Tv									2'	Győrplusz TV	4	1000
Közösségi									kiemelés	Facebook	50	15
Kiadvány									A 5	Tourinform	-	510
Plakát									A 2	Tourinform, Önkorm. hirdetőtábla	1	345
Internet									banner	Hammer World	1	40

Kutatás, elemzés (Measurement)

A résztvevők számának mérése

- Viszonyítása korábbi évek adataihoz
- Visszatérő vendégek számbavétele
- Honnan érkezte? (cél terület elérésének mérése)

Kutatás, elemzés (2)

(Measurement)

Elégedettség mérés - visszacsatolás

- Honnan érkeztél?
- Mit tanulsz, mi a foglalkozásod?)
- Hogy szereztél tudomást a „buliról”? Mivel érkeztél? Hol száltál meg?
- Mi tetszik a városban?
- Elégedettségmérés, mi még? mi a jó?,
 - mi a véleményed a helyszínről ?
 - rendezvény színvonaláról
 - étkezési lehetőségek?
 - az árak?, stb.

Kutatás, elemzés (3)

(Measurement)

Elégedettségmérés - visszacsatolás

- Találkoztál megismerkedtél helybéli fiatalokkal?
- Jövőre ugyan itt?
- rövid látogatói video snittek, készítése a vállalkozó kedvű vendéggel
- az eredmények feldolgozása, a következő KIN stratégiához,
- Hatékonyság elemzés, célok elérésének vizsgálata

Összegzés

Jelen reklámterv biztosítja

- a rendezvény hosszabb távú megerősödését,
- ismertségének kiszélesedését,
- Kisköre város hírnevének erősítését arculatának pozitív alakítását,
- a helyi turizmusban érintett vállalkozások üzleti bevételeit növeli,
- új igényeket generál,
- értékek közvetítése Kiskörei fiataloknak
- Lehetőséget ad a helyi fiatalság kirekesztődési folyamatának visszafordítására.



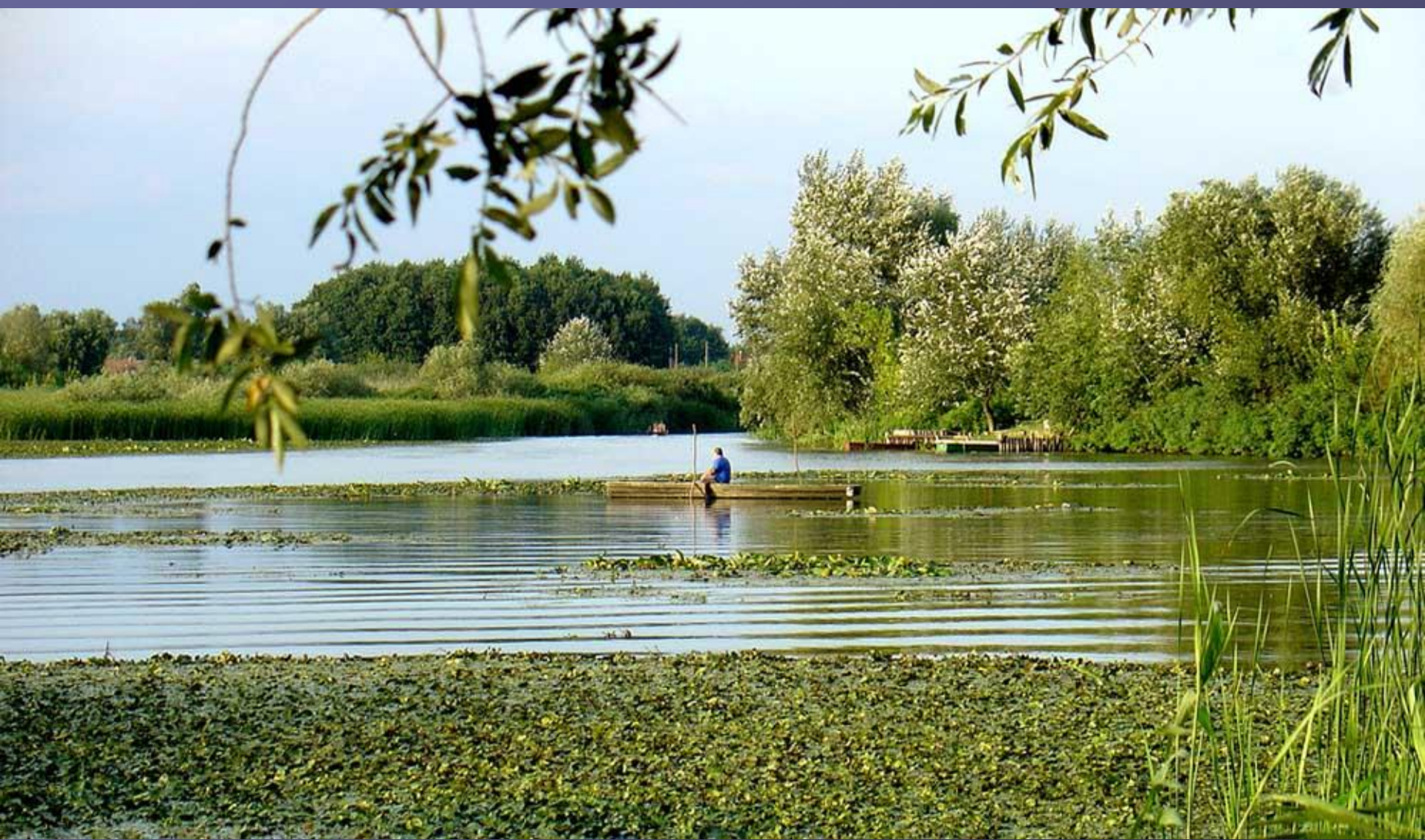






Fotó: Bugány János MTI





Köszönöm a figyelmet!

Ungvárszky Pál

2018