Ogólnopolskie Obchody Światowego Dnia Turystyki

WIELICZKA

28 WRZEŚNIA 2018

WYKORZYSTANIE INFLUENCER MARKETINGU W PROMOCJI TURYSTYKI NA PRZYKŁADZIE KAMPANII #VISITPOLAND

#1

Magdalena Żelazowska

Kierownik Zespołu
Departament Komunikacji Internetowej
Polska Organizacja Turystyczna

#1

WYKORZYSTANIE INFLUENCER MARKETINGU W PROMOCJI TURYSTYKI NA PRZYKŁADZIE KAMPANII #VISITPOLAND

28 WRZEŚNIA 2018

POLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Ministerstwo Sportu i Turystyki

Ogólnopolskie Obchody Światowego Dnia Turystyki

#VISITPOLAND

INFLUENCER MARKETING

ZAŁOŻENIA KAMPANII #VISITPOLAND

#1 W kampanii weźmie udział 7 twórców popularnych kanałów YouTube o międzynarodowym zasięgu, wyselekcjonowanych w porozumieniu z **Google Polska**.

#2 Do udziału w kampanii zaproszono videoblogerów ze Stanów Zjednoczonych, Wielkiej Brytanii, Hiszpanii, Meksyku, Japonii i Kanady.

#3 Z myślą o każdym twórcy powstał osobny scenariusz wizyty, obejmujący miejsca i wydarzenia dopasowane do indywidualnych zainteresowań i stylu tworzonych filmów.

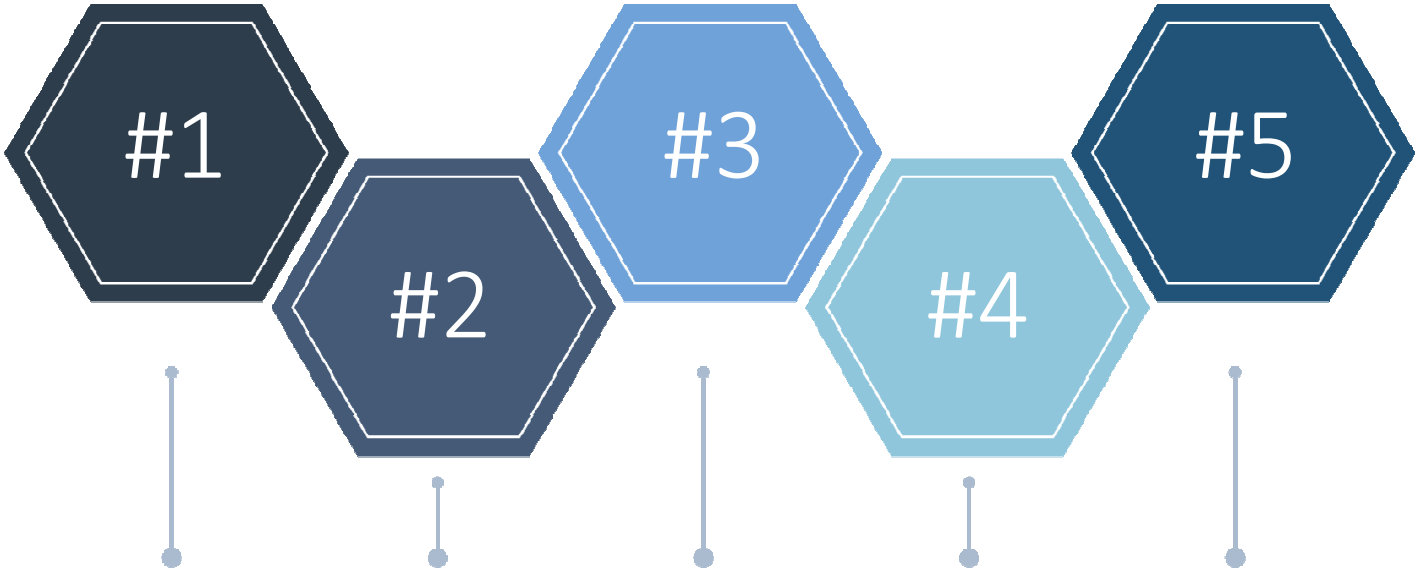
#4 Czas trwania kampanii: czerwiec 2018 – czerwiec 2019

Ogólnopolskie Obchody Światowego Dnia Turystyki

INFLUENCER, CZYLI KTO?

INFLUENCER MARKETING

KORZYŚCI ZE WSPÓŁPRACY Z INFLUENCERAMI



ZASIĘG

Influencerzy **budują lojalną publiczność**. Ich pozytywna rekomendacja często warta jest więcej niż **wysokobudżetowa kampania reklamowa**. Zapewniają też **precyzyjne targetowanie**.

JAKOŚĆ

Influencerzy to **eksperci w dziedzinie kontentu.** To świetni showmani, reżyserzy, scenarzyści, fotografowie, operatorzy. Używają **najnowszych technologii** i **narzędzi SEM/SEO**.

STORYTELLING

Youtuberzy i blogerzy to mistrzowie opowiadania **historii**. Dzięki temu ich **przekaz** jest **unikalny** i o wiele bardziej **angażujący** niż tradycyjne formaty reklamowe.

MUTLICHANNEL

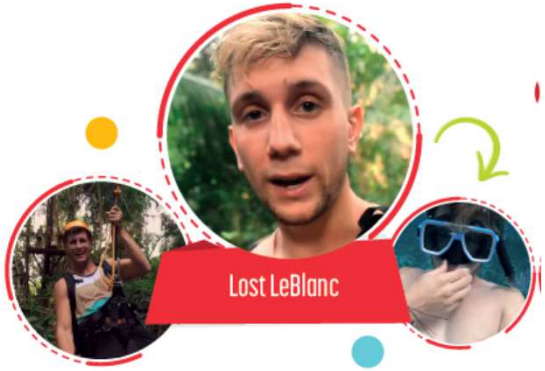
Influencerzy przeważnie korzystają z **różnych kanałów komunikacji** – YT, IG, FB, TT, własne blogi i inne.

DŁUGOTERMINOWOŚĆ

Materiały influencerów mają **znacznie dłuższą żywotność** niż wykupiona przestrzeń reklamowa czy czas antenowy.

TWÓRCY W KAMPANII #VISITPOLAND

Ogólnopolskie Obchody Światowego Dnia Turystyki



YT 0,72 mln IG 0,43 mln FB 0,46 mln

YT 0,73 mln IG 122 tys. FB 44 tys.

YT 0,48 mln IG 294 tys.

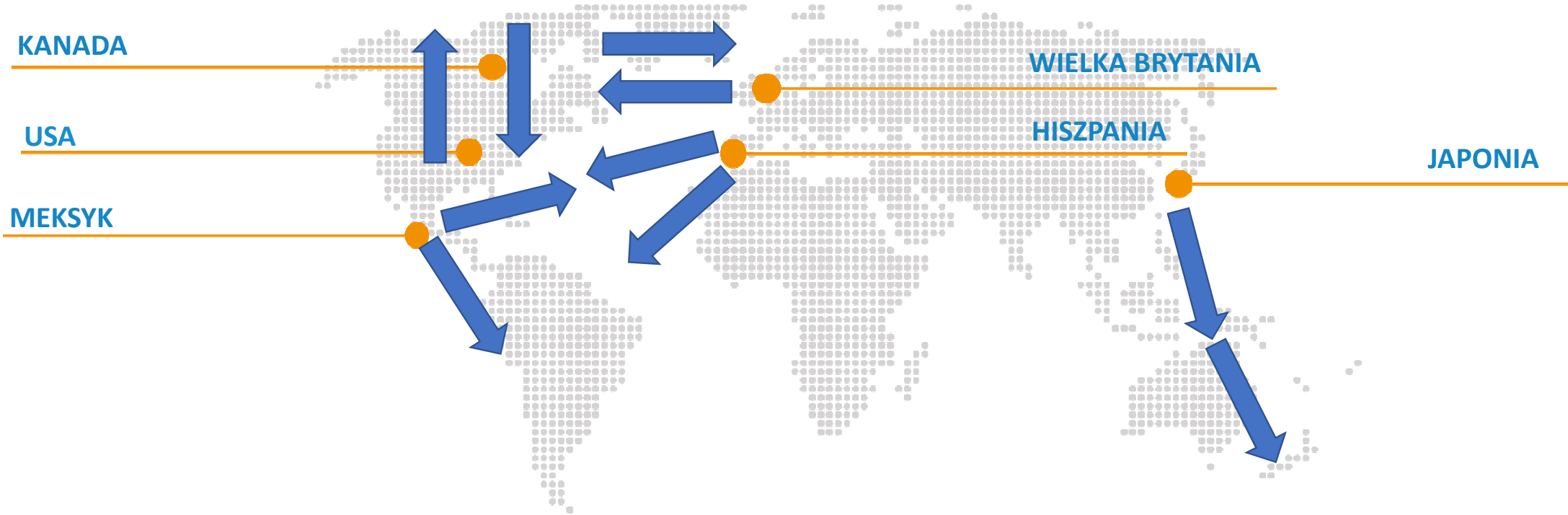
YT 0,2 mln IG 18,6 tys.

YT 0,73 mln IG 59 tys.

YT 2 mln IG 1,4 mln TT 0,95 mln FB 0,45 mln

YT 1,68 mln FB 1,23 mln FB 0,81 mln TT 185 tys.

ZASIĘG TERYTORIALNY KAMPANII



ZAKŁADANY ZASIĘG KAMPANII

#1 Łączny zasięg na YT: ponad 6,5 miliona

#2 Łączny zasięg w mediach społecznościowych: ponad 11 milionów

#3 Zasięg kampanii wspierającej: co najmniej 5 milionów

.

TRASY PODRÓŻY

INFLUENCER MARKETING

INDYWIDUALNE WIZYTY STUDYJNE

Ogólnopolskie Obchody Światowego Dnia Turystyki

Czerwiec 2018

PODLASIE

Christian LeBlanc odwiedził Tykocin, Supraśl, Białystok, Białowieżę i Janów Podlaski

Czerwiec 2018

POMORZE

Clavero odwiedził Trójmiasto, Malbork i Półwysep Helski

Czerwiec 2018

DOLNY ŚLĄSK

Internationallyme odwiedziła Wrocław, Zamek Czocha, Książ, Świdnicę i Polanicę Zdrój

Czerwiec 2018

MAŁOPOLSKA

Fun for Louis odwiedził Kraków, Wieliczkę, Tatry i Pieniny.

Lipiec 2018

PODKARPACKIE

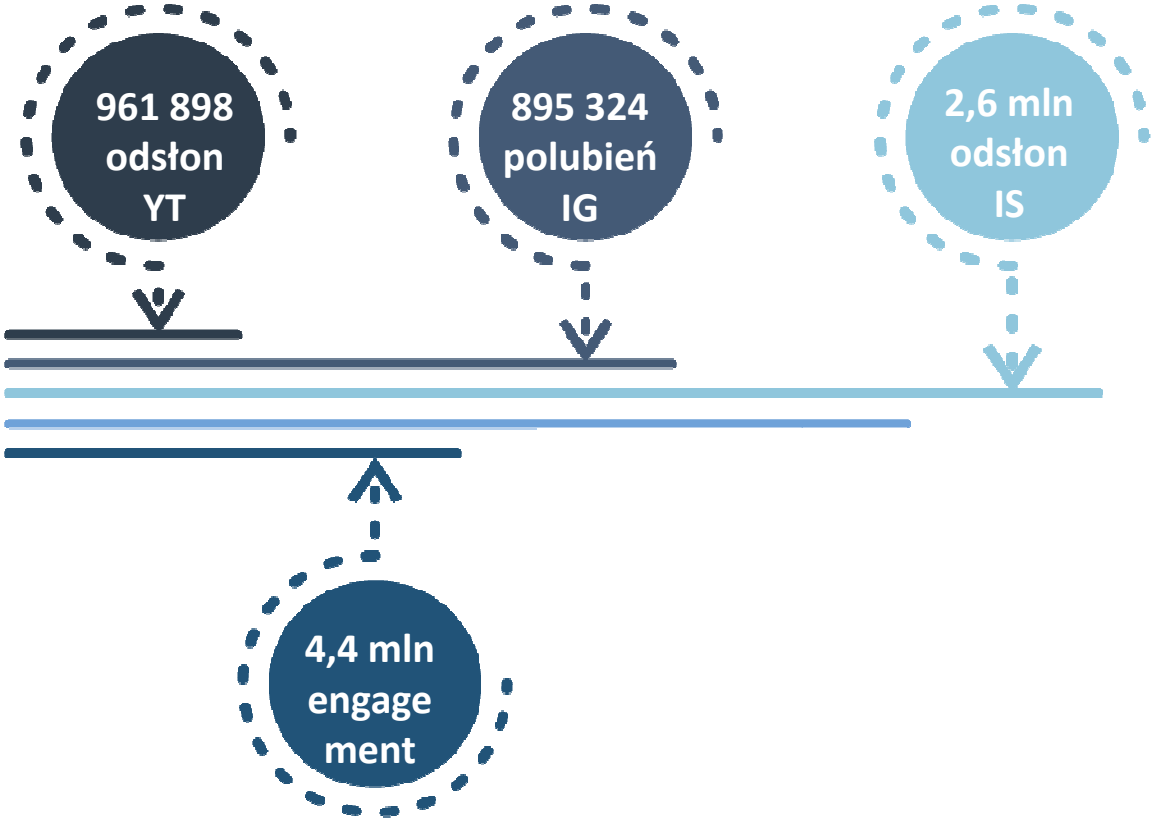
Conner Sullivan odwiedził Rzeszów, Uherce Mineralne, Przemyśl i Bieszczady.

Ogólnopolskie Obchody Światowego Dnia Turystyki

EFEKTY KAMPANII

INFLUENCER MARKETING

- Do tej pory zrealizowano 5 z 7 podróży studyjnych (obecnie trwa 6 podróż)
- Opublikowano 8 filmów na Youtube, które wyświetlono **961 898 razy**
- Zamieszczono 23 zdjęcia na Instagramie, które polubiły **895 324 osoby**
- Opublikowano 65 Instastories, o średniej oglądalności 40 tys. odsłon, łącznie ok. **2,6 mln odsłon**
- Całkowite zaangażowanie - ponad **4,4 mln**



KOMENTARZE

Alan Tan 2 tygodnie temu
Poland looks so amazing and the food looks delicious. ♡♡♡
9 ODPOWIEDZ

pbutter237 1 tydzień temu (edytowany)
Wow! A super video! You've shown parts of Poland that no one has shown on Youtube. I have traveled all around Poland and now I see that there are more great places to visit. Add the link to the tour company.
1 ODPOWIEDZ

Freedom Free For All 1 miesiąc temu
Poland about to become the tourist destination of the world because they still have culture, and even manners!
392 ODPOWIEDZ

Travel With Mansoureh 1 miesiąc temu
I didn't know poland is so pretty
51 ODPOWIEDZ

Khawaja Ramzee 2 tygodnie temu
A beautiful video and very informative tour about rural areas of Poland. Great work.
5 ODPOWIEDZ

Fernando Flores 6 dni temu
I had no idea how beautiful Poland is wow 😱😱😱
30 ODPOWIEDZ

Uwe 1 miesiąc temu (edytowany)
YOU ARE LUCKY GUY, You are in BEAUTIFUL POLAND ! I'm jealous, and you have a chance to eat DELICIOUS polish food,,,, I'm more jealous!!!!!!!!!!!
176 ODPOWIEDZ

Islands Of Fun 2 miesiące temu
Poland!!! It looks so amazing there, I can't waiti to venture out to places like this. Thank you for sharing with us.
ODPOWIEDZ

Kaya ASMR 3 miesiące temu (edytowany)
Thank you for showing us this beautiful country ! 😃
66 ODPOWIEDZ

Ogólnopolskie Obchody Światowego Dnia Turystyki

TO NIE KONIEC

INFLUENCER MARKETING

KONTYNUACJA KAMPANII

#1 Kampania #visitpoland potrwa do czerwca 2019 r.

#2 Przez cały czas trwania kampanii POT realizuje organiczne i płatne działania wspierające we własnych mediach społecznościowych, na własnych stronach www oraz w Google Ads

#3 Współpraca obejmuje prawa do części materiałów, które posłużą do realizacji kolejnych kampanii promujących Polskę

#4 Najlepsze materiały zostaną wykorzystane w spersonalizowanej kampanii wizerunkowej programmatic z wykorzystaniem retargetingu. Planowany przebieg kampanii: I kwartał 2019 r.

Magdalena Żelazowska

DZIĘKUJĘ ZA UWAGĘ

POLSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Ministerstwo Sportu i Turystyki