

Zakończyła się kampania promocyjna województwa świętokrzyskiego w internecie | 1

9 grudnia 2022



Zakończyła się kampania promocyjna województwa świętokrzyskiego w internecie

1,8 mln wyświetleń, 68 tys. reakcji na posty, 2 tys. komentarzy. To niektóre z efektów kampanii promocyjnej w internecie, którą przygotował Departament Edukacji, Sportu, Turystyki i Spraw Zagranicznych Urzędu Marszałkowskiego Województwa Świętokrzyskiego.

Kampania wystartowała w sierpniu. Zaangażowani przez Województwo Świętokrzyskie blogerzy i wideoblogerzy zachęcali do odwiedzenia najpopularniejszych atrakcji turystycznych w regionie. Twórcy regularnie odbywali wycieczki samochodowe, piesze i rowerowe po regionie. W programie zwiedzania znalazły się m.in.: Wąchock, Wykus, Bodzentyn, Bałtów, Krzemionki, Busko-Zdrój, Święta Katarzyna oraz Kielce. Relacje z podróży publikowane były w internecie na blogach, wideoblogach oraz mediach społecznościowych influencerów. Przykładowe efekty zrealizowanej kampanii można obejrzeć klikając w poniższe artykuły:

[**Ponidzie - kraina winem i miodem płynąca. Poznaj najsmaczniejsze atrakcje Ponidziańskiego Duktu**](#)

[**Ponidzie rowerem dla zdrowia, ducha i ciała**](#)

[**Świętokrzyskie skarby ziemi: Geologiczno-archeologicznym szlakiem w okolicach Chęcin i Kielc**](#)

[**Województwo świętokrzyskie - W krainie krzemienia, pięknej przyrody i niezwyklej porcelany**](#)

[**Bałtów - tajemniczy świat dinozaurów, pięknej przyrody i nie tylko!**](#)

[**Sandomierz na weekend. Poznaj najciekawsze atrakcje Sandomierza i jego okolic.**](#)

[**Odkrywamy tajemnice Świętokrzyskiego**](#)

Jak mówi **Tomasz Jamka**, członek Zarządu Województwa Świętokrzyskiego - promocja z wykorzystaniem twórców internetowych daje dzisiaj największe szanse na skuteczne dotarcie z przekazem reklamowym do turystów. Trend ten potwierdzają badania wizerunkowe zrealizowane w listopadzie tego roku na zlecenie Województwa Świętokrzyskiego przez pracownię ARC Rynek i Opinia. Wśród najczęściej wymienianych miejsc styku z kampanią reklamową województwa respondenci wymieniali: strony internetowe 44%, media społecznościowe 32%, Blogi/Wideoblogi 14%.

- Kampania spotkała się pozytywnym odbiorem wśród turystów dlatego działania o podobnym charakterze będą kontynuowane w 2023 roku. Świętokrzyskie coraz chętniej wpisuje się w nowoczesne trendy w marketingu turystycznym czego przykładem jest choćby oddana niedawno do użytków platforma i aplikacja #swietokrzyskieszlaki, która jest multimedialnym przewodnikiem turystycznym po regionie - dodaje **Piotr Kisiel**, dyrektor Departamentu Edukacji, Sportu, Turystyki i Spraw Zagranicznych.

Warto zauważyć, że kampania promocyjna została realizowana przez jednych z najpopularniejszych w Polsce twórców internetowych: Rudeiczarne Travel Blog, 101 Countries Before 50, Wędrowne Motyle, Ready for Boarding, Gdzie Bądź. Wykonawcy są wielokrotnymi laureatami najbardziej prestiżowych plebiscytów dla blogerów organizowanych m.in. przez Portal Onet, National Geographic oraz Polską Organizację Turystyczną.

Galeria zdjęć

