

cOPENhagen London, Glasgow, Edinburgh & Dublin

Marked:

UK

Resumé:

Kampagnerne på det engelske marked vil profilere København som en moderne storbydestination med vægt på gastronomi, design, shopping, events og grøn turisme. Det skal desuden skabe øget salg til projektets partnere, samt øge Københavns synlighed. Dette skal markedsføres online, offline samt via PR.

I al markedsføring vil cOPENhagen brandet blive benyttet.

Målgruppe:

Konsument: Modne par, de unge og gay-segmentet
Presse

Mål med aktiviteten:

Opbygge kendskabet til København som en moderne city break-destination på det engelske marked samt at skabe øget salg til partnerne i projektet.

Aktivitsbeskrivelse:

Online-aktiviteter:

- Online salgsfremmende kampagner med f.eks. Expedia, lastminute.com, Virgin Media, Lonely Planet, MSN, Yahoo
- Nye medier såsom Bloggs, Twitter, Facebook, YouTube etc.
- Nyhedsbreve Aktivitsbeskrivelse

Offline-aktiviteter:

- Aviser og dagblade
- Outdoor: tube/busser/taxi
- Radio

Presse-aktiviteter:

- Pressemeldelser og short news
- Pressebesøg til København

Periode:

Hele året

Kontaktdata:

Offline, online, presse og PR

Pris:

Stor pakke: DKK 100.000 ex. moms

Lille pakke: DKK 40.000 ex. moms

Andre oplysninger:

Denne kampagne forudsætter medlemskab af Erhvervspartnereskabet Moderne Storbyoplevelser.

Tilmeldingsfrist:

1. december 2009

Ansvarlig kontaktperson(er):

Projektleder International Markedsføring, Birgitte Olsen, bio@woco.dk