

cOPENhagen Amsterdam, Rotterdam, Den Haag og Utrecht

Marked:

NL

Resumé:

City Breaks er den rejseform i Holland, der tegner sig for den største vækst. I 2007 rejste hver hollænder på kortere ferier 2,81 gange om året – et tal, som forventes at stige til 3,0 gange om året i 2015. Dette gør Holland til et meget interessant marked, og vi vil udnytte den fordel, at København er utrolig tilgængelig herfra med 82 afgang fra Amsterdam til København om ugen.

Hollandske city breakere sætter stor pris på mode og design, og derfor vil vi i denne kampagne satse på temaerne shopping og mode. Gastronomi og grøn livsstil er også vigtige temaer for målgruppen.

Der vil primært være fokus på en online-kampagne og i mindre omfang på offline, hvor man vil samarbejde med turoperatører og prioritere pressedelen. Altsammen for at skabe synlighed omkring København og øget salg til partnerne i projektet

I al markedsføring vil brandet cOPENhagen blive benyttet.

Målgruppe:

Kvinder, der søger den moderne storbyoplevelse, par uden børn, mor-datter turer, veninder, presse og tour operatører.

Mål med aktiviteten:

At skabe et større kendskab til København gennem udvalgte temaer og øge salg til partnerne i projektet.

Aktivetsbeskrivelse:

Off/online salgskampagne (afhænger af valg af medie) med udvalgte turoperatører og/eller direct sellers.

Online aktiviteter:

- Redaktionel omtale i nyhedsbreve
- Synlighed i kampagneside

Offline aktiviteter:

- Pressebearbejdning på temaerne shopping/gastronomi/grøn med henblik på læserejser i magasiner
- 3 pressemeddelelser (1 shopping og 1 grøn og 1 gastronomi)
- 1 Pressetur
- Tour operator-samarbejde

Denne kampagne forudsætter medlemskab af Erhvervspartnerkabet Moderne Storbyoplevelser

Periode:

Januar til november

Kontaktdata:

Mål med salgskampagnen er at opnå en øget omsætning på 3,7% i forhold til 2009

Minimum DKK 350.000 i annonceværdi

Minimum salg af rejser på 200 personer via hollandske partnere/salgskanaler

Pris:

Stor pakke: DKK 30.000 ex. moms + 5 x 2 overnatninger til DK-gæster, famtrip, presse 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:

Hoteller: DKK 15.000 ex. moms + 3 x 2 overnatninger til DK-gæster, famtrip, presse eller konkurrencer

Attraktioner: DKK 7.500 ex. moms

Tilmeldingsfrist:

1. december 2009

Ansvarlig kontaktperson(er):

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