

Grupa IV – promocja, fotografia, reportaż

I. Promocja, reklama sportu, turystyki i rekreacji

W lipcu 2009 zakończyły się prace związane z budową kąpieliska AKWEN TROPICANA w Owińskach. Fakt powstania kąpieliska w stylu egzotycznej plaży w Owińskach dotarł do wielu tysięcy osób.

Reklama telewizyjna

W ramach promocji nakręcono 30 sekundowy film promujący kąpielisko, z udziałem modelek Agencji Artystycznej CAT WALK z Katowic. Emisja filmu odbywała się w telewizji TVP Poznań oraz telewizji WTK Poznań w godzinach największej oglądalności, (przed i po wiadomościach Teleskopu, przed i po prognozie pogody, przed i po wiadomościach sportowych). Kampania promocyjna obejmowała 25 emisji w telewizji TVP Poznań nadawanej poprzez nadajniki naziemne i 33 emisje w telewizji WTK, do której dostęp mają mieszkańcy Poznania posiadający telewizję z sieci kablowej oraz mieszkańcy Koziegłów – miejscowości w Gminie Czerwonak, w której mieszka prawie połowa wszystkich mieszkańców gminy.

Informacja o kąpielisku przekazana była również w ramach tzw. „wydarzeńki” w dniu otwarcia kąpieliska (16.07.2009r) we wszystkich popołudniowych wydaniach wiadomości TVP Poznań i TV WTK.

Reklama radiowa

Na przełomie lipca i sierpnia odbyła się również emisja radiowa materiału reklamowego. Nagranie utrzymane w konwencji komunikatu lotniskowego emitowane było w Radiu Złote Przeboje przez 10 dni i obejmowało 70 spotów.

Reklama na stronie www.

Na stronie internetowej www.akwenczerwonak.pl umieszczono baner reklamowy, również utrzymany w tropikalnej konwencji, po którego kliknięciu można było wejść na zakładkę poświęconą kąpielisku. Znaleźć tam można było informacje na temat lokalizacji kąpieliska, mapę dojazdową, informację na temat bezpieczeństwa kąpeli, możliwości wypożyczenia sprzętu pływającego, skorzystania z parkingu, cennik i zdjęcia.

Reklama w prasie

Informacja o kąpielisku, bardzo często pojawiała się w lokalnej prasie. O Akwen Tropicanie można było przeczytać w Głosie Wielkopolskim, Gazecie Wyborczej, dzienniku Fakt w Echo Miasta. Relacje z otwarcia, informację o rekordowej frekwencji na kąpielisku, o bezpłatnych lekcjach salsy i zajęciach pilates na plaży, oferty spędzenia weekendu poza miastem były częstym tematem w/w dzienników. Akwen Tropicana znalazła się również na mapie kąpielisk wielkopolskich.

Dodatkowo w ramach reklamy zlecono publikację informacji/baneru reklamowego o kąpielisku w gazecie Echo Miasta bezpłatnie rozdawanej na ulicach Poznania.

Efektom działań promocyjno-marketingowych była rekordowa frekwencja ok. 6 tysięcy osób w słoneczny lipcowy weekend.