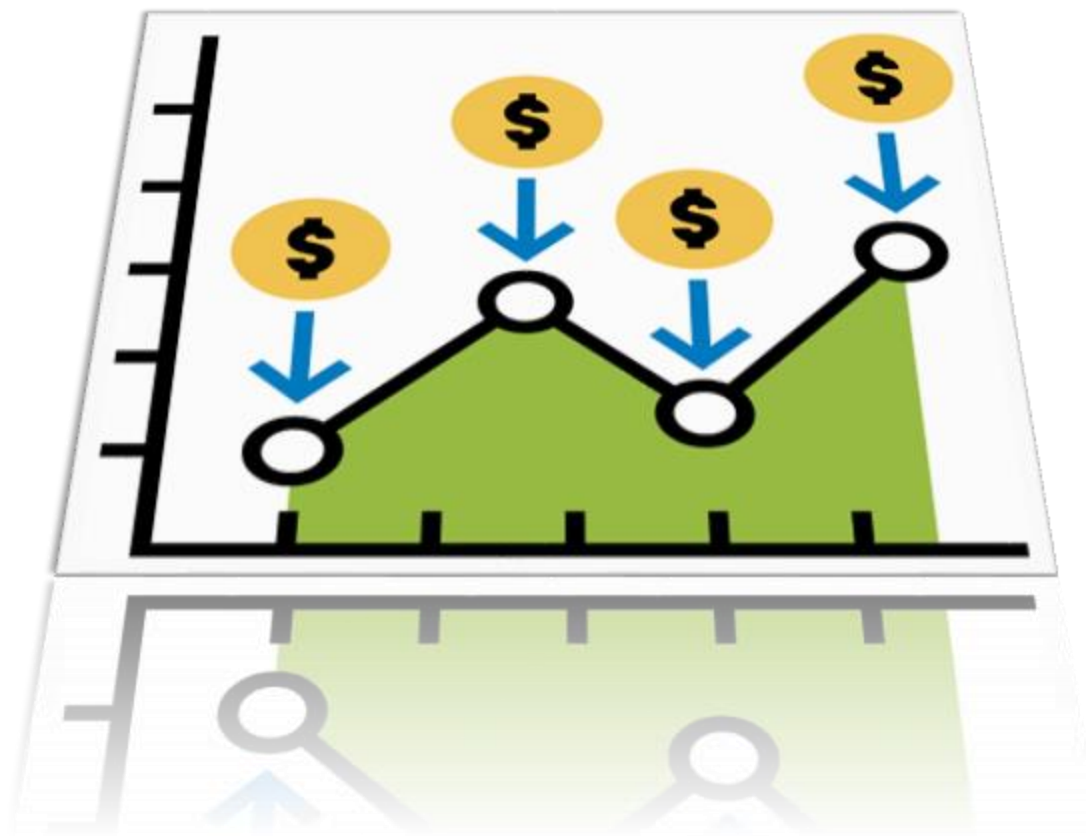




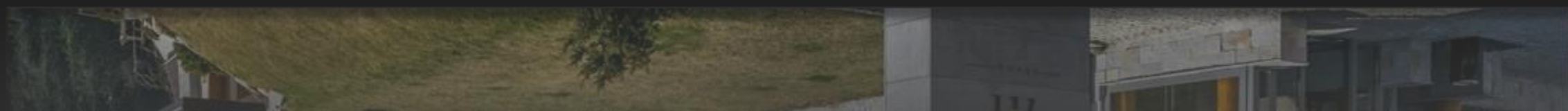
# PROJEKT KAMPANII REKLAMOWEJ HOTELU





GÓRSKIMI SZLAKAMI, NA KOPIENIEC...

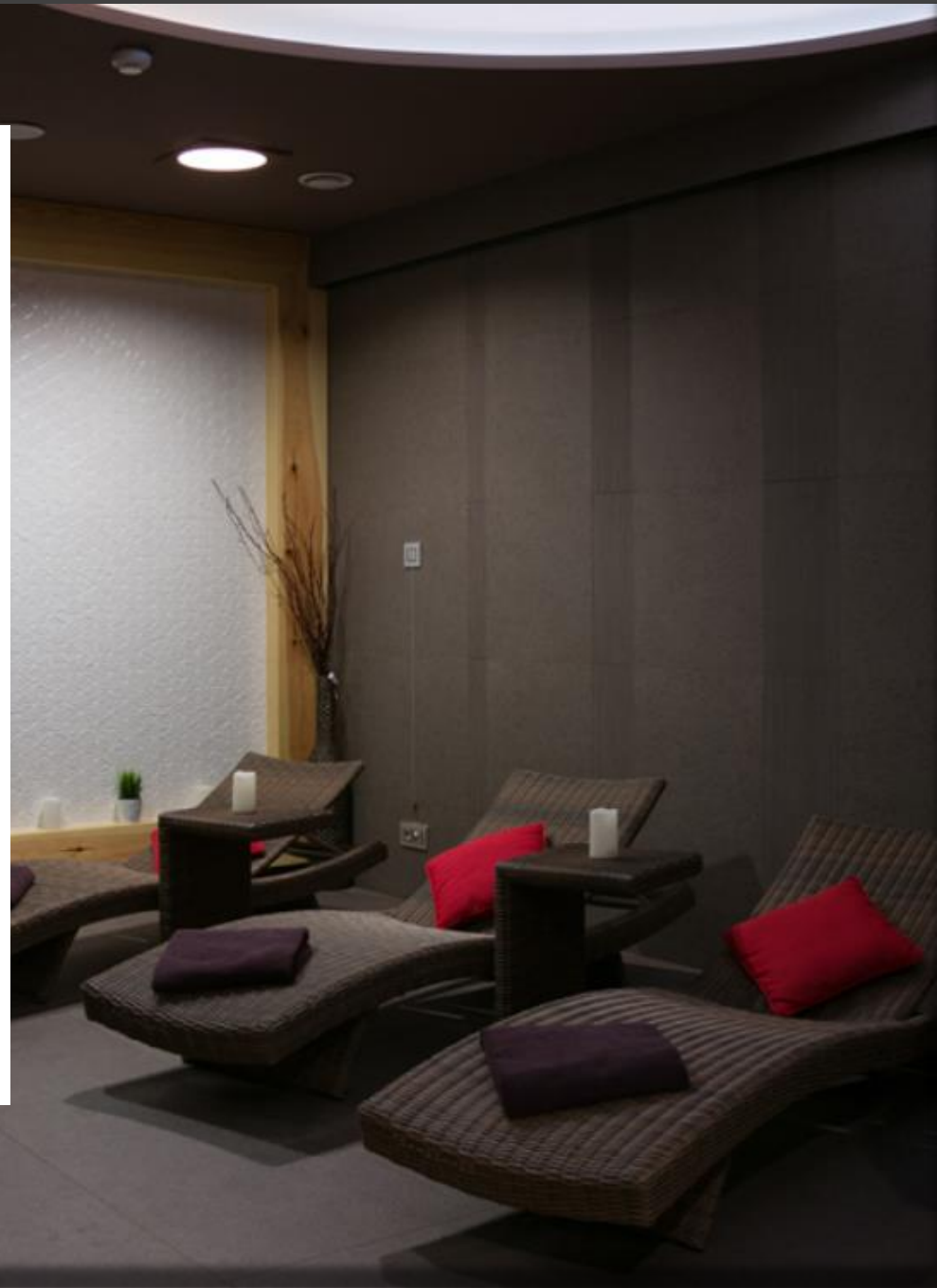
<https://www.kopieniec.pl>

















# NOŚNIKI REKLAMOWE

## 1. ULOTKI REKLAMOWE:

5 000 szt.-> 1 123,50 zł x6 = 30 000 szt.-> 6 741 zł



— ★ ★ ★ ★ —  
HOTEL KOPIENIEC  
FIZJO - MED & SPA  
—

## 2. REKLAMA W TV (PRZEZ 2 TYG.):

W soboty -> 30 000 zł x2

W dni powszednie -> 30 000 zł x4

BUDŻET REKLAMOWY: 186 741 zł

# SEGMENT DOCELOWY

Kampania reklamowa jest skierowana do rodzin z dziećmi z polski i z zagranicy, które latem mogą wybrać się na spacer do Tatrzańskiego Parku Narodowego, a zimą oglądać urokliwe widoki z wyciągu narciarskiego.

Osoby starsze też znajdą coś dla siebie, liczne ćwiczenia i zabiegi pod okiem ekspertów pomogą im poczuć drugą młodość.

Dzięki Sali konferencyjnej hotel ma możliwość organizacji wielu spotkań biznesowych w górskim zaciszu.

# TYP KAMPANII

W telewizyjnym spocie reklamowym zostanie przedstawiona krótka historia hotelu, zdjęcia usług dodatkowych, sali konferencyjnej, pokoi z pięknym widokiem na góry, oraz zdjęcia restauracji. Zostanie również podana lokalizacja i sposób dojazdu do hotelu.

# SPOSÓB REALIZACJI CELÓW

Celem kampanii reklamowej jest wzrost zainteresowania osób młodych jak i starszych do skorzystania z usług hotelu. Wzrost prestiżu hotelu, ale też zachęcenie dużych firm do organizacji spotkań i szkoleń.

# SKUTECZNOŚĆ REKLAMY

Działanie reklamowe uznamy za skuteczne, gdy w planowanym terminie będziemy wynajmować co najmniej 15 pokoi dziennie, 4 razy w tygodniu salę konferencyjną, oraz gdy wzrośnie liczba osób odwiedzających, co pozwoli na szybki zwrot kosztów.

DZIĘKUJĘ ZA UWAGĘ

WERONIKA MISZCZAK KL. 2THRg