

Přehled marketingového plánu Mnichov – Brno – Mnichov Únor – červen 2017

Pozadí

Můj kolega Fabrice Binet mě informoval o žádosti o komplexní marketingové partnerství mezi bmi regional a městem Brno, respektive Jihomoravským krajem, a to pro období od února do června.

Pro bmi bude potěšením vytvořit všechny marketingové nástroje a podporovat níže uvedený projekt propagace destinací a letecké trasy Mnichov-Brno-Mnichov

Nabídka produktu:

2 lety denně od pondělí do pátku

1 let v neděli

Základní myšlenka:

- Váš místní přepravce vás přes Mnichov doveze do celého světa (Marketing ze Švédska)
- Dva lety každý den

Příležitosti Brno – Mnichov

Mediální/PR activity

Tisková zpráva pro všechna relevantní oznámení bmi regional, prodaná do obchodních médií a médií pro místní spotřebitele. Je-li to vhodné, může být uspořádána tisková konference za účelem zveřejnění zajímavých informací.

Zajistíme člena vrcholného vedení bmi regional, který bude k dispozici pro rozhovory o letecké společnosti a jejích ambicích při plánování tras v příštích několika letech. Klíčovou součástí této příležitosti bude podpora trasy a také vysvětlení partnerství se společností Lufthansa, jakož i dalšími code share partnery, se zdůrazněním výhod, jaké tento projekt přinese kraji.

Za účelem propagace destinací budou organizovány lety pro novináře z vhodných německých médií (za pomoci mnichovského centrály cestovního ruchu).

Budeme také spolupracovat s vlivnými bloggery v klíčových odvětvích (cestování,

sport a gastronomie).

Kromě toho bude mít bmi regional vlastní stánek na veletrhu ITB, který se bude konat v březnu v Berlíně. Tím vznikne příležitost pro setkání vrcholného managementu bmi regional s novináři v rámci ITB a pro spolupráci s turistickým sdružením Jihomoravského kraje za účelem podpory letecké trasy. Jedno odpoledne budeme na ITB pořádát recepci (8. až 12. března [ITB Berlín - domovská stránka](#)) s nabídkou moravských vín. Pozvánky mohou být rozeslány turistickým sdružením (hostitelem bude bmi, avšak vína budou dodána).

Webové stránky (1 000 000 unikátních návštěvníků ročně). www.flybmi.com

Naše webové stránky jsou k dispozici v několika jazycích, doporučujeme vložit různé propagační materiály v angličtině, němčině a češtině.

Budou zahrnuty tyto propagační aktivity:

- Zobrazení na hlavní domovské stránce (velký banner)
- Zobrazení na menším displeji (obrazové nabídky)
- Vyhrazené vstupní stránky na našich webových stránkách (navíc k průvodci)
- Vyskakovací banner na podporu města Brna a/nebo Jihomoravského kraje jako cíl pro všechny německé uživatele naší webové stránky – například, pokud se zákazník v Německu přihlásí na flybmi.com, zobrazí se vyskakovací banner s reklamou na trasu do Brna. Totéž lze provést pro české zákazníky, například zobrazováním dodatečné informace o dvou nových letech denně.
- Samostatné newslettery „What’s On/ Co je nového“ pro databázi bmi regional – v aktuální databázi je 136 000 e-mailových adres. Kromě toho bude trasa součástí propagačních aktivit, například při prodeji míst.
- Rozesíláme také specializované e-maily našim obchodníkům (obchodním zástupcům, prodejcům letenek) se zpravodaji od našich obchodních manažerů.
- Sociální sítě – bmi regional se dobře prezentuje na:
 - o Facebooku – přibližně 30 000 sledujících

- o Twitteru – přibližně 3 000 sledujících
- o LinkedIn – přibližně 3 000 sledujících
- o Instagramu – přibližně 20 000 sledujících

Tyto sociální sítě budou použity k prezentaci cílů, událostí, soutěží, oznámení, prodeje apod.

- Palubní časopis – údaje o destinacích mohou být začleněny spolu s „aktuálními“ událostmi do každého vydání časopisu. Kromě toho mohou být vyrobeny a začleněny reklamy (za poplatek).
- Propagační kampaně pro cestovní agentury – návštěvy obchodních manažerů z naší země u místních cestovních agentur s letáky a reklamními předměty
- Seznamovací pobyty pro české cestovní agentury v Německu
- Máme vynikající vztahy s mnichovskou centrálou cestovního ruchu

Digitální reklama

- Rozsáhlé práce na SEO PPC (Google adwords) pro vylepšení povědomí o destinaci a letecké dopravě jako klíčovém způsobu cestování
- Zobrazování reklamy na klíčových stránkách v oboru
 - o Cílení
 - o Vyhledávání
 - o Skyscanner
- Kampaně s online cestovními agenturami, jako je Expedia, Opodo atd.

Další marketingové aktivity v Brně / Jihomoravském kraji

- „Experimentální“ reklama – zlaté lístky. V průběhu dne schováme xx zlatých lístků na různých místech po celém městě. Každý lístek bude platný pro zpáteční cestu s bmi regional pro dvě osoby z Brna do Mnichova. Lístky ve formě antistresového míčku ve tvaru letadla budou schované na různých místech ve městě v různé době. Lidé budou sledovat náповědu na stránkách flybmi.com. Tato kampaň (ve stylu hledání pokladu) přinese značce a trase velkou pozornost.
- Reklama na letišti (nový styl značky) podle dostupnosti
- Letáky a brožury na podporu kampaně
- Spolupráce s obchodními komorami – marketingové příležitosti v bulletinech, publikacích a sponzorství událostí.

Příležitosti Mnichov – Brno: Inbound marketing (příchozí návštěvníci)

Navrhovaný marketing v Německu (ve spolupráci s Visit Sweden)

- Digitální marketingová kampaň – PPC (Google AdWords), zobrazování reklamy (průzkum u cílových skupin ve správných zeměpisných oblastech), on-line cestovní agentury
- Kampaň na sociálních sítích – platba za propagaci, spolupráci s instagramovými skupinami, bloggery
- Zařazení do palubního časopisu bmi regional – vyhrazené články
- Interní reklama bmi regional – plný rozsah, jak je uvedeno v části outbound (odchozí návštěvníci), která bude použita
- PR / média (ve spolupráci s turistickou centrálou):
 - o Tiskové zprávy
 - o Mediální události v Německu
 - o Rozhovory
 - o Novinářské cesty do Brna pro novináře z celého Německa
 - o Bloggeři v Německu píšící o destinaci (město a region)
- Mezinárodní veletrhy – bmi regional už rezervovala stánek v hale 25 na ITB (stejný sál jako Lufthansa a další letecké společnosti), což bude výborná platforma pro agresivní propagaci. ITB je jedním z předních světových veletrhů cestovního ruchu s více než 200 000 návštěvníků. 82 % návštěvníků z Evropy, z toho 61 % z Německa, nabízí ideální příležitost k propagaci Brna jako destinace (lety do celého světa z MUC dostupné s naším code share partnerem Lufthansou)
 - o Rozhovory v médiích
 - o Příležitosti pro řečníky
 - o Propagační materiály na stánku (letáky a brožury)
 - o Vyhrazené a zkušené týmy bmi regional propagující Brno
 - o Soutěž o letenky do Brna
 - o Promo kód / voucher pro motivaci k cestě
- Podpora BTL ze strany letiště MUC
- Obchodní události v Mnichově na podporu této kampaně a návštěvy cestovních agentur s propagačními materiály, organizované našimi místními prodejními týmy
- Prodejní týmy bmi regional propagující Brno na různých „roadshows“
- Prodejní týmy bmi regional budou spolupracovat s německými cestovními operátory na maximalizaci příležitostí

- Seznamovací cesty pro německé cestovní agentury do Brna pořádané bmi regional (je vyžadována pomoc od turistického sdružení Jižní Moravy)
- Podpora obchodních komor

Jsme připraveni a ochotni i nadále podporovat rozvoj trasy mezi Brnem a Mnichově s využitím našich místních znalostí a kontaktů. Rozvoj trasy vidíme pro bmi regional jako důležitý z důvodu zlepšení regionální dopravní obslužnosti do destinací po celém světě a rostoucí příchozí dopravy do regionů.

Po stanovení smluvního rámce můžeme rozpracovat přesný harmonogram činností po týdnech/měsících.

Frank Mertens

Šéf marketingu BMI Regional