



# Strategia kampanii

na rynki GB, DE i USA

# Analiza grupy docelowej



# Analiza grupy docelowej

## Demografia

- Młodzi ludzie w wieku 20-39 lat z USA, UK i Niemiec, reprezentujący pokolenie millenialsów i gen Z.
- Wykształceni, zorientowani na doświadczenia, zatrudnieni w branżach kreatywnych i technologicznych.
- Cechuje ich otwartość na świat, ciekawość kulturowa, pragnienie autentycznych podróży oraz wysoka mobilność,
- Cenią sobie elastyczność, rozwój osobisty i poznawanie nowych perspektyw,
- Dysponujący średnim dochodem pozwalającym na samodzielne, świadome podróżowanie.

# Analiza grupy docelowej

## Proponowane segmenty

Odkrywcy  
kultury  
Muzea, sztuka,  
galerie

Foodies  
Restauracji,  
street food,  
lokalna  
kuchnia

Zrównoważeni  
Ekologia,  
zrównoważony  
rozwój

Łowcy trendów  
Moda, bycie  
na czasie

# Insight



# Insight

Młodzi ludzie mają  
dość zatłoczonych turystycznie  
miejsc.

Mieszkańcy Europy Zachodniej  
mają dość turystów.

Im więcej **contentu**  
w **social media**, tym więcej ludzi  
wybierze daną destynację.

Każdy chce znaleźć swój **hidden**  
**gem**, nawet jeśli nie jest ukryty,  
ani nie jest skarbem.

To wskazówki, jak **pokazać się grupie**  
**docelowej** oraz sprawić, by postrzegała nas  
jako atrakcyjną destynację.

# Cele



# Cele

Zdobycie  
zainteresowania

odbiorców z naszej grupy  
docelowej.

Budowanie  
rozpoznawalności:

dynamiczne, przyjazne,  
zielone i dobrze  
skomunikowane miasto.

Kreowanie wizerunku  
miasta atrakcyjnego  
turystycznie.



# Big Idea, hasło i KV



# The hidden gem of Europe.

Warszawa to hidden gem Europy.

Zaskakuje zmianą przebyłą na przestrzeni lat.

Stanowi idealną alternatywę dla zatłoczonych turystycznie miejsc Europy Zachodniej.

Ma wszystko to co one, ale podane inaczej, w lokalnie charakterystycznym sosie.

Hasło - na rynek GB i USA

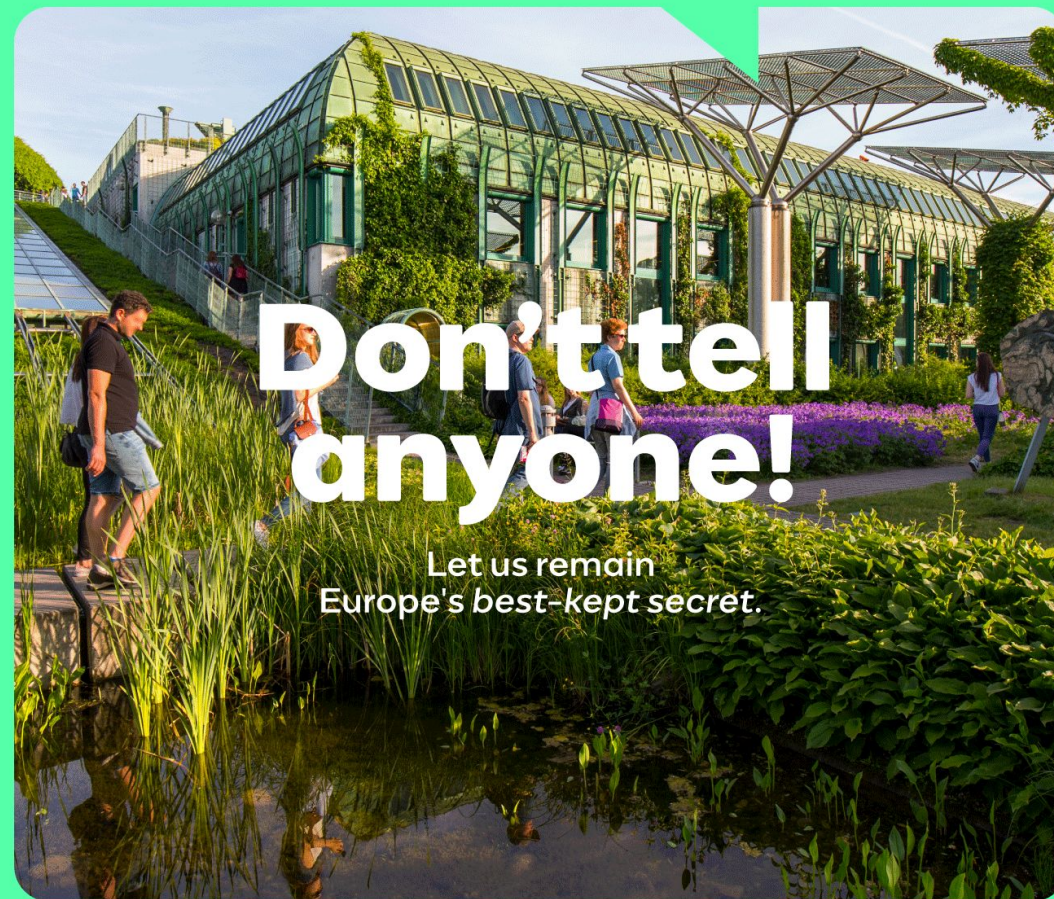
Warsaw

# Don't tell anyone!

Let us remain  
Europe's *best-kept secret*.



Warsaw thrives  
with greenery, but...



Learn more on:  
[go2warsaw.pl](http://go2warsaw.pl)



Hasło - na rynek DE

Warschau

# Erzähl's niemandem!

Lasst uns Europas  
bestgehütetes Geheimnis bleiben.



Warschau  
blüht vor Grün, aber...



Lasst uns Europas  
bestgehütetes Geheimnis bleiben.



Erfahren Sie mehr über:  
[go2warsaw.pl](http://go2warsaw.pl)

# Aspekty komunikacji Emocjonalne

## Przyjaźnie nastawione miasto

Przekonasz się jak łatwy dostęp do wszystkich potrzebnych usług mają u nas turyści.

## Otwartość

Poczujesz, że każdy jest u nas mile widziany, a turyści szanowani.

## Bogactwo doświadczeń

Doświadczysz pełnego wachlarza przeżyć - od Ciebie zależy, które z nich wybierzesz.

## Dynamiczny rozwój

Zobaczysz jaką przeszliśmy transformację i zbudujesz zupełnie nowe skojarzenia z Warszawą.

# Aspekty komunikacji

## Funkcjonalne

### Różnorodność

Niezależnie co lubisz, będziesz miał co robić.

### Energia miasta

Każdą ulicę wypełnia wielkomiejski vibe,  
pełny energii do działania.

### Zieleń

Zobaczysz jak natura i zieleń wniknęła  
w tkankę miasta.

### Poruszanie się w miejskiej przestrzeni

Nieważne ile masz lat i w jakiej jesteś  
kondycji, będziesz mógł eksplorować miasto  
bez przeszkód oraz w bez problemu  
porozumieć się po angielsku.

# Tone of Voice

## Bezpośredni

Mówimy wprost do swoich odbiorców, budując bezpośrednią i bliską relację z każdym, kto chce ją rozwinąć.

## Pozytywny

Zawsze skupiamy się na najlepszych, najbardziej inspirujących aspektach Warszawy.

## Z humorem

W części komunikatów użyjemy humorystycznego reverse psychology, a w części zabawimy się copy.

## Internetowy

Wykorzystamy język nawiązujący do internetowych trendów.

# Narracja

## Pssst, hej!

Znudzony kolejnym zatłoczonym europejskim miastem, w którym aż roi się od turystów?  
Nie dziwimy się.

Pewnie nie wiedziałeś, że Warszawa jest świetnie skomunikowana z Twoim krajem?

Nie słyszałeś nigdy, że możesz tu pójść na plażę w centrum miasta?

Nie spodziewałeś się, że Polacy lubią turystów i bardzo chętnie ich goszczą?



# Narracja

Nie przyszło Ci nawet do głowy,  
że możesz ominąć korki jadąc miejskim  
rowerem i dojechać nim  
w dowolne miejsce?

Nie miałeś pojęcia, że możesz  
u nas zjeść dania z całego świata,  
imprezować do rana albo pójść  
na zakupy do topowych butików?

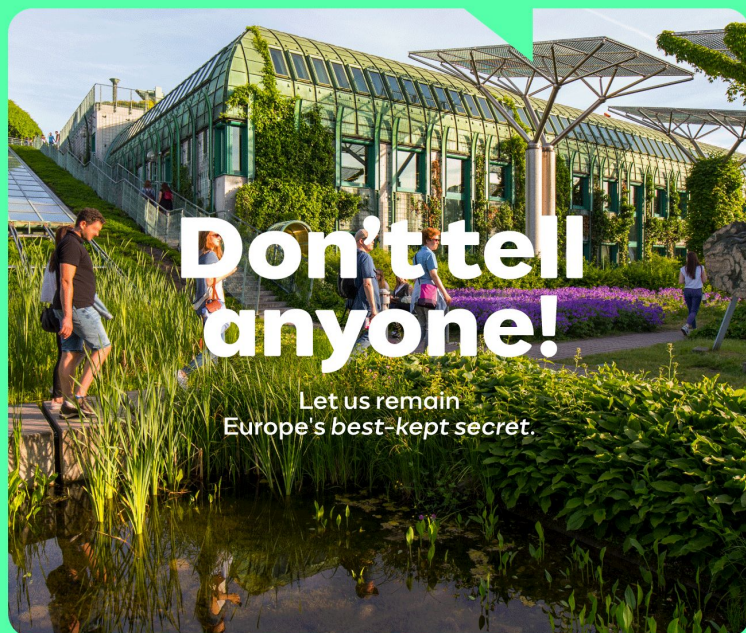
Mamy do zaoferowania coś  
więcej niż same pomniki  
II Wojny Światowej.

No dobra, wpadnij do nas,  
zapraszamy!

**Ale nie mów o tym  
nikomu i pozwól nam  
pozostać ukrytym  
skarbem Europy.**

# Przykłady komunikatów

Warsaw thrives  
with greenery, but...



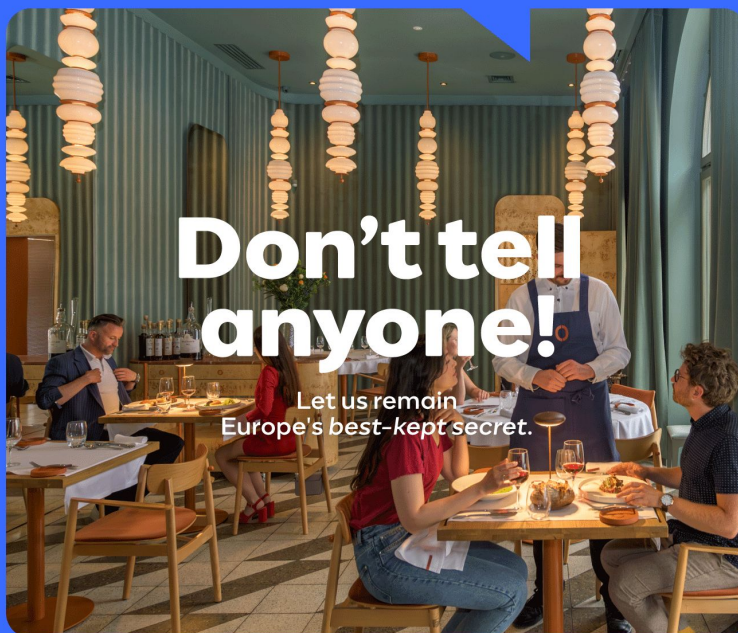
**Don't tell  
anyone!**

Let us remain  
Europe's best-kept secret.



Learn more on:  
[go2warsaw.pl](http://go2warsaw.pl)

Warsaw's culinary scene  
surprises, but...



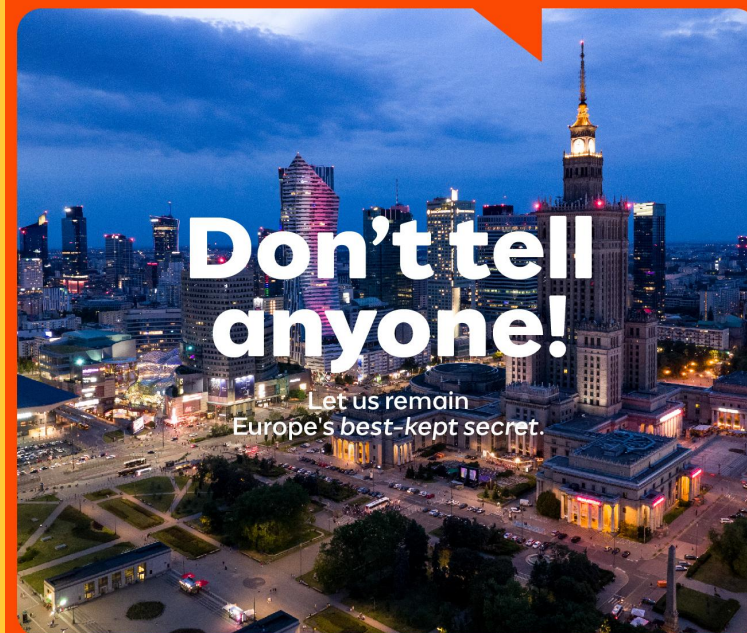
**Don't tell  
anyone!**

Let us remain  
Europe's best-kept secret.



learn more on:  
[go2warsaw.pl](http://go2warsaw.pl)

Warsaw keeps  
redefining itself, but...



**Don't tell  
anyone!**

Let us remain  
Europe's best-kept secret.



learn more on:  
[go2warsaw.pl](http://go2warsaw.pl)



# KV główny

- Do kreacji możemy używać dowolnych zdjęć.
- Zaprezentowane górne hasło to materiał roboczy - rotuje w zależności od komunikatu.
- Należy pamiętać, by w miarę możliwości wybierać zdjęcia z bardziej jednolitym tłem w miejscu podpisu.

Warsaw welcomes with hospitality, but..

**Don't tell anyone!**

Let us remain  
Europe's best-kept secret.

learn more on:  
[go2warsaw.pl](https://go2warsaw.pl)



Warsaw thrives  
with greenery, but...

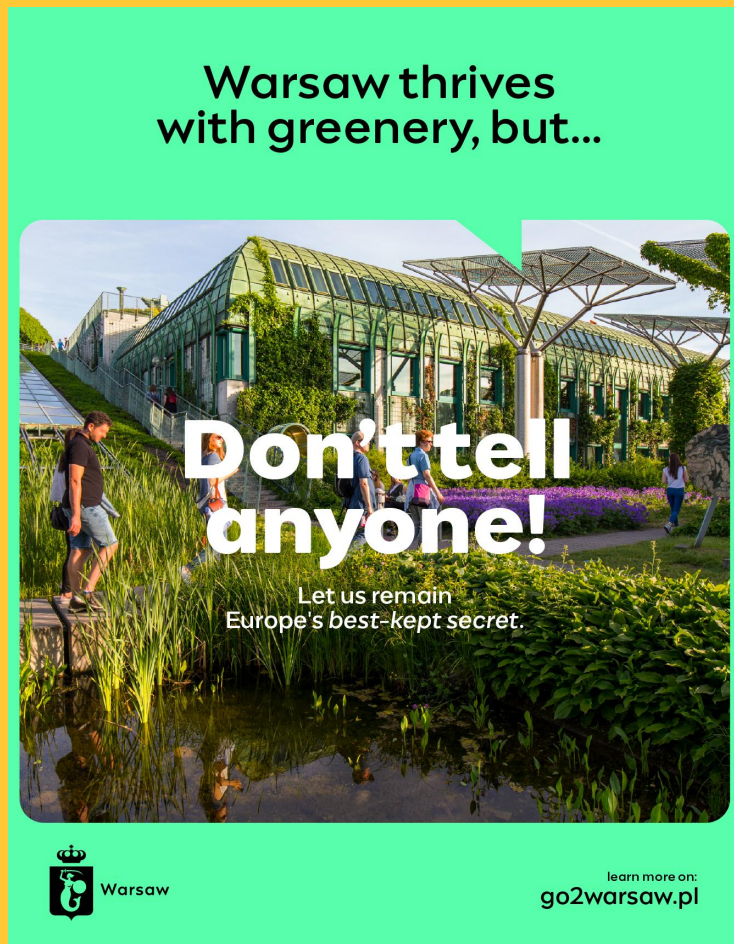
**Don't tell anyone!**

Let us remain  
Europe's best-kept secret.



learn more on:  
[go2warsaw.pl](https://go2warsaw.pl)

# KV konstrukcja



----- typografia Engram

----- elementy graficzne  
nawiązujące do dymków konwersacji

----- mocna typografia  
głównego hasła kampanii

----- mocne, nowoczesne  
i wyróżnialne kolory

----- godło i CTA  
odnoszące do strony www



# Przykłady komunikatów

Nightlife in Warsaw  
is unmatched, but...



**Don't tell  
anyone!**

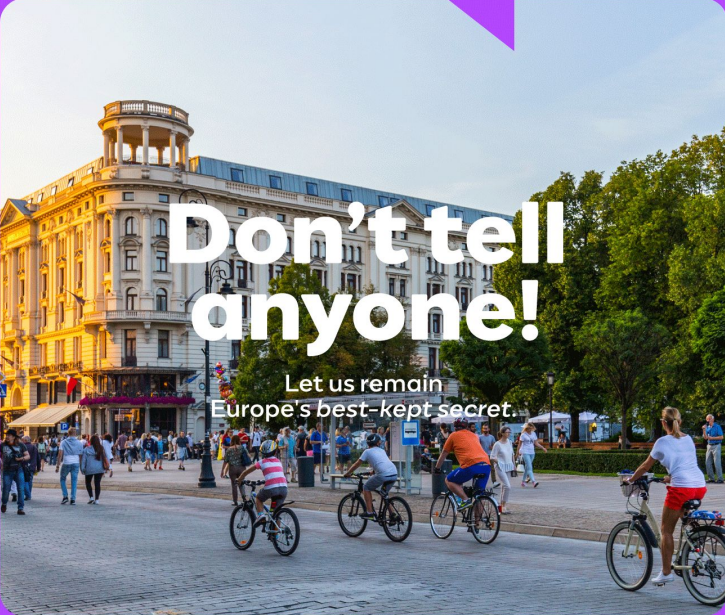
Let us remain  
Europe's best-kept secret.



Warsaw

learn more on:  
[go2warsaw.pl](http://go2warsaw.pl)

Warsaw makes life  
convenient, but...



**Don't tell  
anyone!**

Let us remain  
Europe's best-kept secret.



Warsaw

learn more on:  
[go2warsaw.pl](http://go2warsaw.pl)

Warsaw welcomes  
with hospitality, but..



**Don't tell  
anyone!**

Let us remain  
Europe's best-kept secret.



Warsaw

learn more on:  
[go2warsaw.pl](http://go2warsaw.pl)



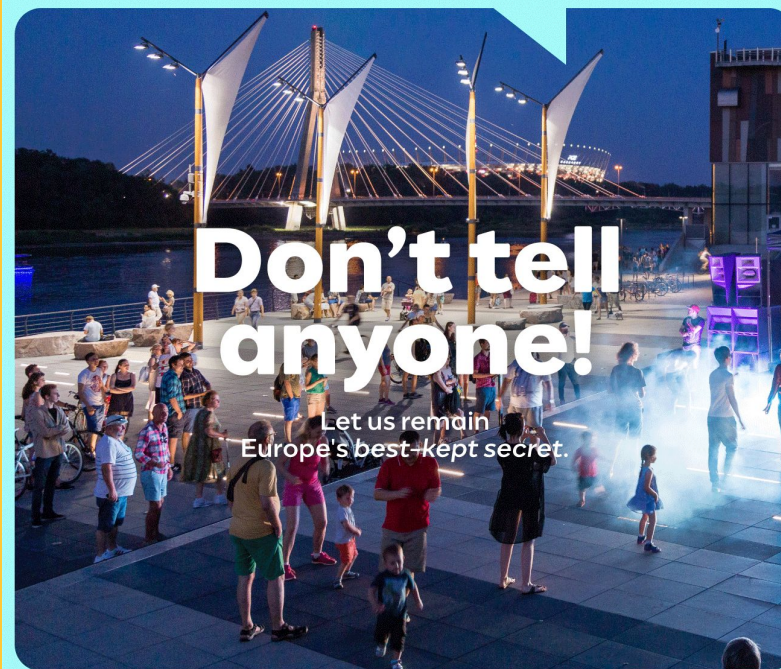
# Przykłady komunikatów

Warsaw moves  
efficiently, but...



learn more on:  
[go2warsaw.pl](http://go2warsaw.pl)

Warsaw's energy  
inspires, but...



learn more on:  
[go2warsaw.pl](http://go2warsaw.pl)

