

## **PRIPRAVA PROMOCIJSKIH REŠITEV ZA PROMOCJO LJUBLJANE V LETU 2018/19**

### **IZHODIŠČE:**

Če rečemo, da je Ljubljana glavno mesto Slovenije s tem mislimo na veliko več kot le to, da je naša prestolnica. Izjemen vzpon turizma v zadnjih letih je posledica vizualne in urbanistične preobrazbe, ki jo je Ljubljana doživela v zadnjem desetletju ter izjemno privlačne prehranske in kulturne ponudbe.

Njena geografska umestitev pa omogoča, da je center za raziskovanje in odkrivanje cele Slovenije in širše regije. Če upoštevamo še dobro letalsko povezavo z največjimi prestolnicami Evrope, je turistični potencial izjemen.

### **IZZIV:**

Ljubljana beleži visok obisk turistov, vendar so ti obiski kratki. Največkrat ostanejo le za noč ali dve. Naša želja je, da povečamo število turistov skozi celo leto in predvsem povečati povprečno število nočitev turista na 3-4 nočitve.

Nekateri od razlogov za to:

Majhnost, Ljubljana le kot postojanka na "Balkanski turi", nepoznavanje širše Slovenije ...

### **NALOGA IN ŽELJENE REŠITVE:**

Priprava kampanje, ki bo v Ljubljano pripeljala več turistov za dalj časa. Pri tem je kampanja lahko tudi samostojen viralni video, samostojna objava v kakšnem mediju, zanimiva in izvirna uporaba novih medijev in družabnih omrežij ...

### **TON:**

Ljubljana je zelo odprto in strpno mesto. Ton komunikacije je prijazen, humoren in zanimiv. Komunikacija ne sme biti žaljiva.

### **PRIČAKOVANE REŠITVE:**

Slogan promocijske kampanje

Scenarij online videa / serije videov za promocijo Ljubljane (poljuben medijski kanal)

Način kreativne izrabe kateregakoli medija (edina zahteva je, da ima predlagana rešitev viralni potencial)

### **OCENJEVANJE:**

Slogan: 15 / 100

Scenarij: 30 / 100

Kreativna izraba medija: 30 / 100

Najboljši posamezni element po mnenju ocenjevalca: 25 / 100

Zmaga, kdor zbere največ točk.