

МЕДИУМСКА КАМПАЊА 2018

3.1 Вовед

Според програмата на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот на Република Македонија за 2018 година го доставуваме следниов извештај за реализација на медиумските активности за 2018 година.

Се со цел успешно промовирање на туризмот на Република Македонија на овие пазари оваа, 2018 година беа изготвени стандарди за истражување на таргетираниот пазар при изготвување на план за медиумска кампања.

3.2 Поставените стандарди за истражување се следните:

3.2.1 Статистички податоци за бројот на туристи и бројот на ноќевања од странската земја

- Кои месеци доаѓаат туристите во Македонија и изработка на временска рамка во кој период да се рекламираме
- Споредбени статистички показатели на месечно ниво според земји
- Посета на туристите според региони во Македонија
- Посета на странски туристи според градови
- Остварени ноќевања на туристи по години
- Остварени ноќевања по региони во Македонија
- Остварени ноќевања по земји на припадност
- истражувања и податоци од UNWTO и EU STAT
- Просечен престој на странски туристи во Македонија по земји на припадност
- Посетеност на страницата www.macedonia-timeless.com и аналитичките алатки за пребарување достапни од Google Analytics, број на посетеност, земја на припадност, содржини на пребарување, години на старост на пребарувачите, нови посетители, време на задржување и опсег на рударење содржини и др.

3.2.2 Авионски линии и денови на реализиран авио сообраќај

Тренд во светот се покаратки одмори но повеќе пати годишно што доведува до зголемена динамика на патувања. Зголемен број на нови отворени авио-линии на ниско буџетни компании кои овозможуваат полесно поврзување на Македонија со светот и обратно. Доколку авионската линија е петок и вторник тоа е одлична можност за развој на Македонија како викенд дестинација за одредени туристи или Скопје да прерасне во City Break дестинација. Патувањето низ Македонија е бесконечно искуство и затоа многу од нашите посетители се враќаат повеќе пати за да го посетат истото или некое друго место.

Кулинарските рути низ целата земја ја поставија патеката за извонредно животно патување, каде што туристот се запознава со културата, поврзува со локалното население и добива високо персонализирани искуства. Гастрономијата е силно вградена во нашата историја и култура, која се разликува по вкус и суштина, со нашите локални свежи производи тоа е секојдневна навика која го промовира здравиот начин на живот и долговечност.

Мора да развиеме нови туристички тематски производи и во исто време да ја продолжиме нашата официјална туристичка сезона за да привлечеме повеќе посетители кои сакаат да ги истражуваат сите аспекти на земјата низ целата година. Ова стратешко планирање вклучува напори за ширење на дополнителни туристички текови во текот на целата година, а исто така им дава можност на нашите посетители да го поминат својот одмор во нашите земји низ годината.

Македонија ги поканува туристите на патување со автентични високо персонализирани искуства и ги поттикнуваме да се изложат на многуте избори што ги нудиме и со кои можеме да ги разгалиме.

Македонија е земја на природата, културата и светлината: светлина на животот, радост што произлегуваат од топлината на сонцето, нашето срдечно чувство на гостопримство и живост на македонскиот народ, кои ќе направат да се чувствуваме како дома додека ги истражувате богатствата на нашите шармантни дестинации.

Исклучителниот пејзаж, богатата историја и култура се безвременски елементи кои ги одржуваме со најголема почит во однос на одржливиот туризам и кои ги подобруваме и развиваме нови туристички производи од посебен интерес.

3.2.3 Генерални податоци за странската земја

- Демографија,
- Географска поставеност,
- Религија,
- БДП,
- Интернет корисници.
- просечната потрошувачка на туристите во земјата и надвор, најчести нивни дестинации

3.2.4 Карактеристики на населението и на потенцијалните туристи од дадената странска земја

- Менталитет,
- Култура,
- Обичаи,

- Години на старост.

3.2.5 Трендови и што искуства бараат туристи од дадената странска земја?

- Вкусови и барања на патувачот (храна, сместување, што искуства бараат)
- Каде најмногу патуваат и колку трошат на патувања (Да се најдат статистички податоци од Националните заводи за статистика со цел добивање на дел од горенаведените податоци)

3.2.6 Колку финансиски средства вложила АППТ за маркетинг во дадената земја во 2013, 2014, 2015, 2016 ,2017 и 2018 година, како и ефектите од досегашното рекламирање на тие пазари.

3.2.7 Се прават истражувања на најчитани и најактуелини

- Печатени медиуми (весници, списанија, магазини),
- Интернет портали,
- Билборд компании,
- Блогерски портали кои обработуваат туристички теми и патувања.

3.2.8 Контакт и комуникација со Амбасадата на дадената земја во Македонија и обратно од кои се бара мислење за одредени медиумски канали на рекламирање во одредена земја.

Согласно претходно наведените истражувања, оваа година како таргет земји во кои што се промовира туризмот на Република Македонија со медиумска кампања се:

- Србија,
- Албанија,
- Косово,
- Бугарија,
- Полска,
- Турција,
- Хрватска,
- Израел,
- Естонија,
- Словенија,
- Шведска,
- Романија,
- Италија.

3.3 Главна цел

Промоцијата во овие земји со цел да се зголеми свесноста за туризмот во Македонија и запознавање на можностите за откривање на нови дестинации. Промоцијата е насочена на веќе познатите туристички центри во Македонија надополнети со туристички содржини од авантуристички и активен карактер кои треба да ја мотивираат помладата генерација да не посети. Капмањите се интегрирани со еден слоган „Macedonia your next destination“ и порака која е претставена на сите креативи, текстови и др. При реализација на медиумските активности се пратат новите трендови за дестинациски маркетинг и во промоцијата вклучен е соодносот од 70/30. Односно, 70% од промотивните алатки вклучуваат онлајн рекламирање, останатите 30% се насочени преку конвенционалните медиуми: ТВ, радио и печатени медиуми.

3.3.1 Туристички продукти кои што беа промовирани се следните:

- Природа, авантура и активни форми на туризам во Македонија,
- Гастрономија и вински региони,
- Верски туризам,
- City break,
- Рурален туризам,
- Содржини покрај патниот правец E75 (Стоби, Вински тури, Дојран и др) за транзитните туристи.

Медиумска кампања во Косово

Медиумската кампања во Косово за 2018 година се реализираше преку следните медиуми:

Онлајн рекламирање:

1. www.gazetaexpress.com

- Leaderboard banner 728x90 px
 - Wide skyscraper banners 160x600 px
 - 4 PR Articles
- (Total 2.000.000 impressions)

2. www.telegrafi.com

- Banner 300x250px
 - Banner 728x90px
 - Mobile Banner 300x250px
 - 3 PR Article
 - 1 news
 - 1 Sponsored Article
 - Facebook Post PR Article
- (Total 3.350.000 impressions)

Билборд Кампања:

1. MediaMarketingu

- Билборд 12x4 м (Регионален пат: Приштина – Аеродром ‘‘Адем Јашари’’)
- Билборд 4x3 м (Регионален пат: Приштина – Скопје)
- Билборд 4x3 м (Регионален пат: Скопје - Приштина)

Кампањата се одвиваше во 2 (два) периода.



*компаративна споредба на посетата на интернет страната www.macedonia-timeles.com за 2017 и 2018 година од Косово

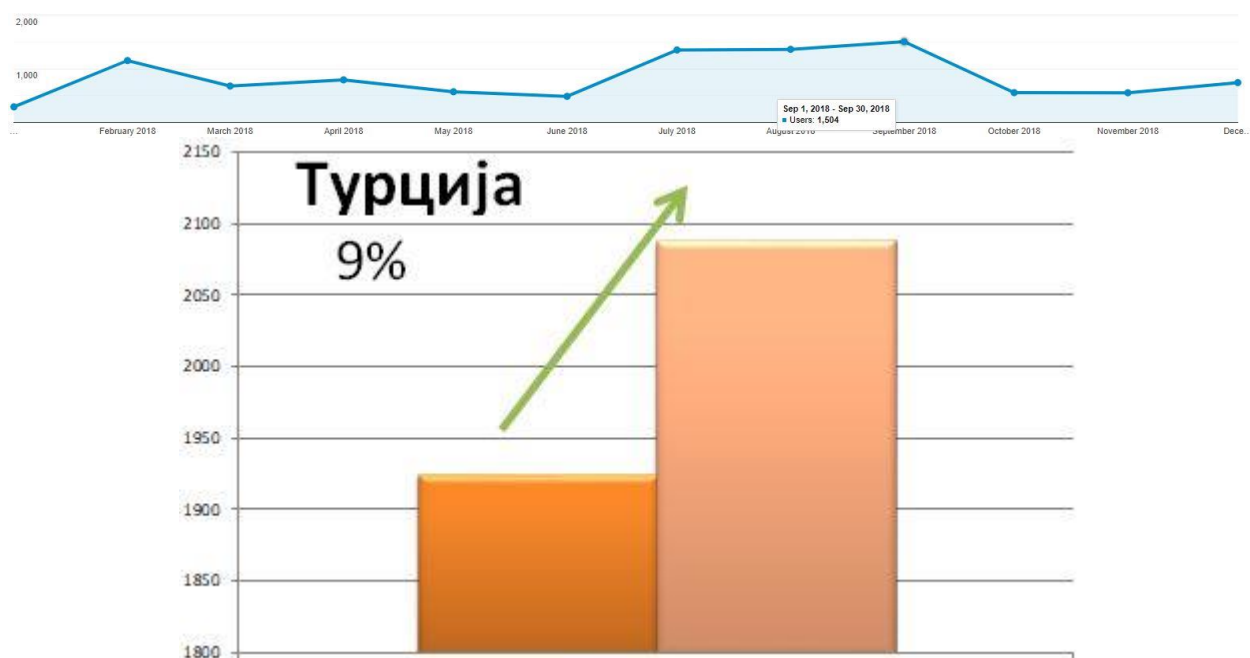
Медиумска кампања во Турција

Медиумската кампања во Турција за 2018 година се реализираше преку следните медиуми:

Онлајн рекламирање:

1. www.gezimanya.com

- Banner 300x600px
- Banner 300x250px
- 3 PR Article
- 5 Instagram posts
- 5 Instagram stories
- 5 Facebook posts



*компаративна споредба на посетата на интернет страната www.macedonia-timeles.com за 2017 и 2018 година од Турција

Медиумска кампања во Естонија

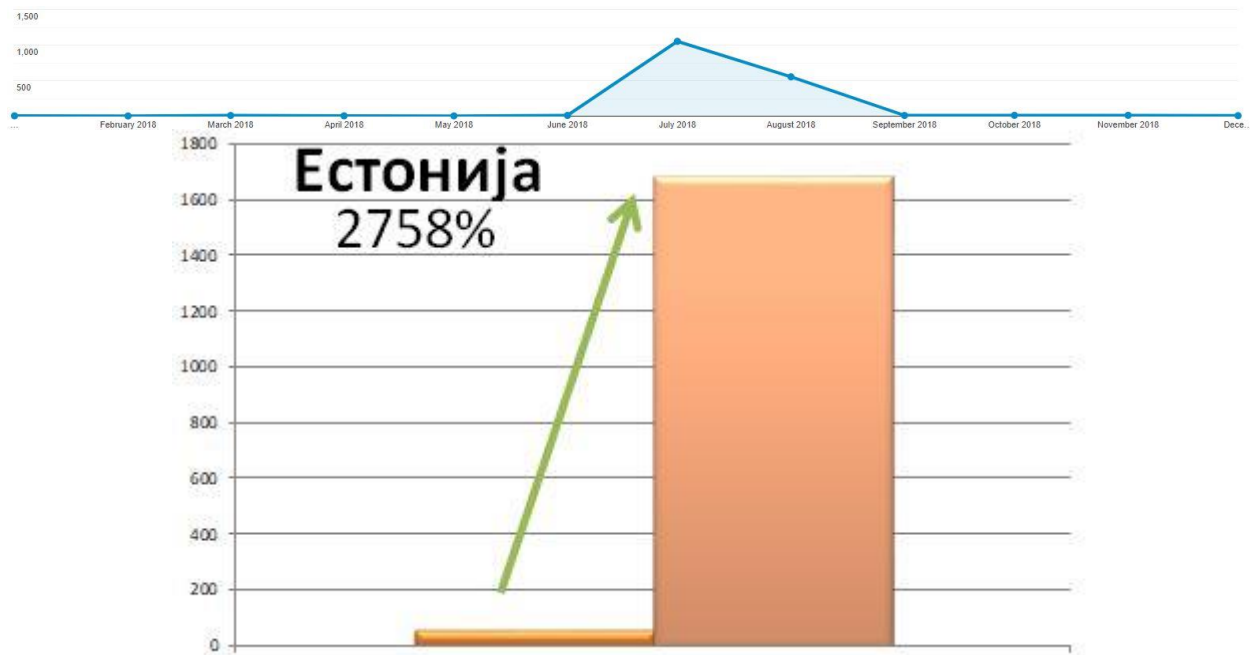
Медиумската кампања во Естонија за 2018та година се реализираше преку следните медиуми на интернет:

1. Рекламирање во www.eestimedia.ee

- 2 премиум ПР артикли
- 1 банер со 5 импресии по посетител
(понудата е и за руската верзија на сајтот)

2. Рекламирање во www.expressmeedia.ee

- 1 контент банер на сајтот Делфи 995x330
- 1 мобилен банер 600x500
- 1 ПР артикл
- 1 контент банер на експрес медиа 995x300



*компаративна споредба на посетата на интернет страната www.macedonia-timeles.com за 2017 и 2018 година од Естонија

Медиумска кампања во Албанија

Онлајн рекламирање:

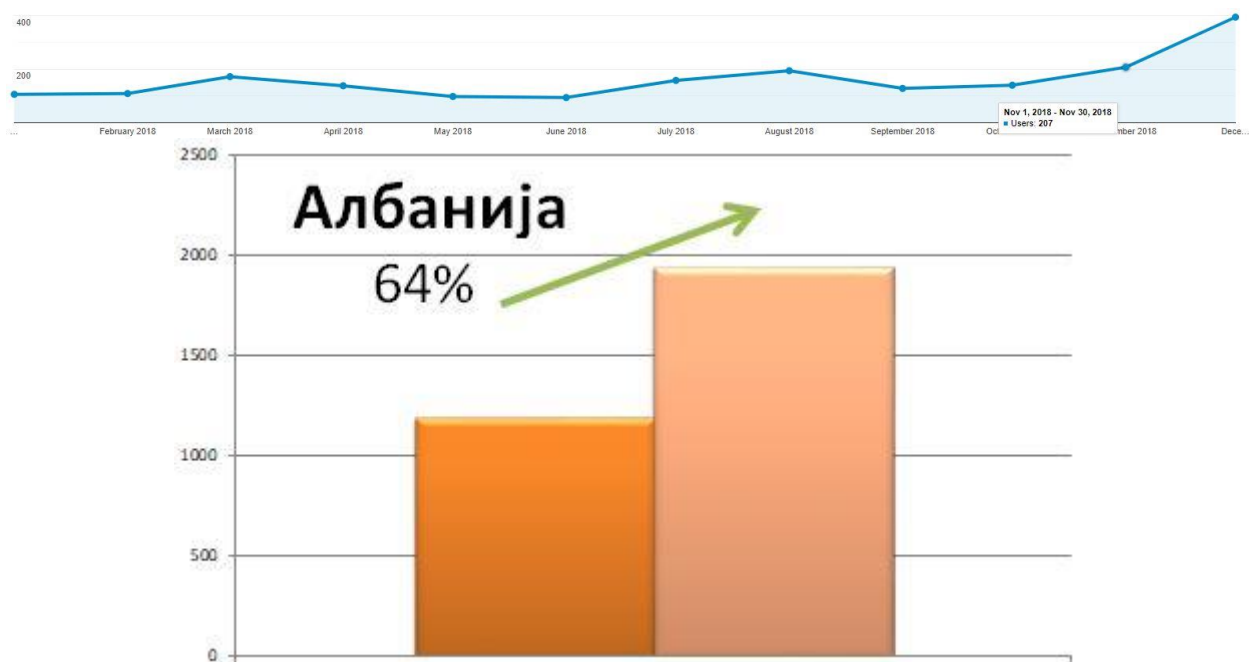
2. www.gazetaexpress.com
 - Leaderboard banner 728x90 px
 - Wide skyscraper banners 160x600 px
 - 4 PR Articles(Total 2.000.000 impressions)

3. www.telegrafi.com
 - Banner 300x250px
 - Banner 728x90px
 - Mobile Banner 300x250px
 - 3 PR Article
 - 1 news
 - 1 Sponsored Article
 - Facebook Post PR Article(Total 3.350.000 impressions)

Билборд Кампања:

1. Albartex
 - 9 Citylights Билборди во Тирана

Кампањата се одвиваше во 2 (два) периода.



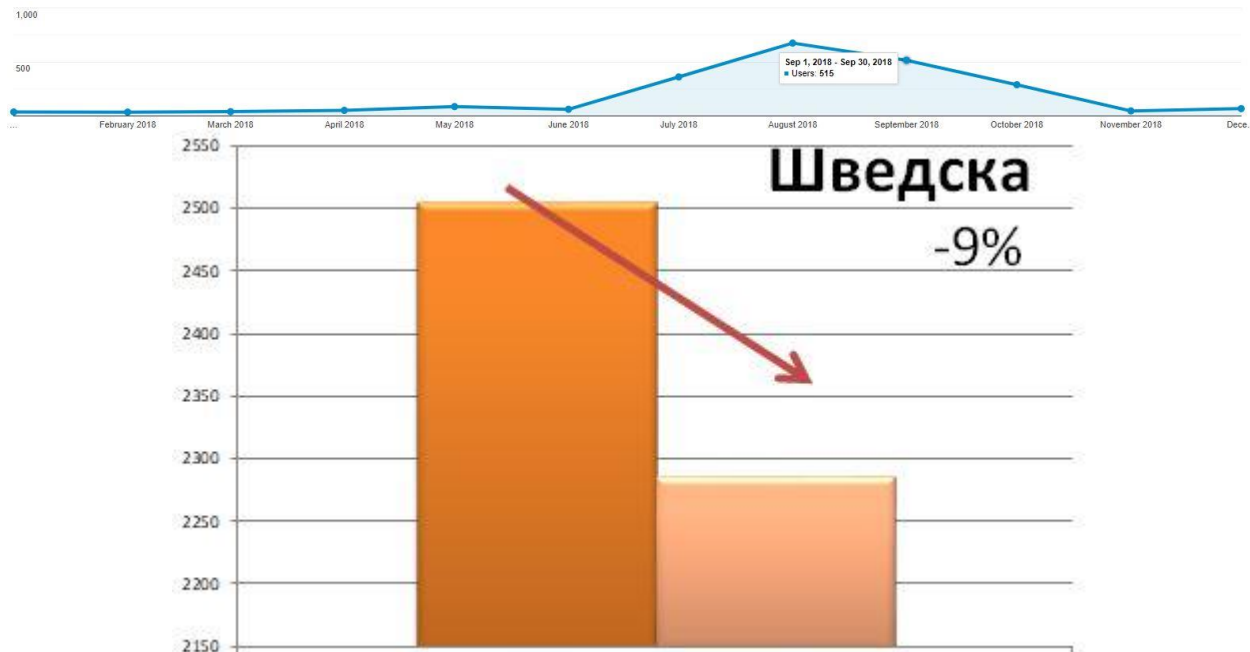
*компаративна споредба на посетата на интернет страната www.macedonia-timeles.com за 2017 и 2018 година од Албанија

Медиумска кампања Шведска

Медиумската кампања во Шведска за 2018 година се реализираше преку следните медиуми:

Онлине рекламирање во www.reseguiden.se преку следните активности:

- Банер desktop: 980x120, 980x240, 250x800, Sticky250x480 Mobile: 320x320 вкупно 1.300.000 импресии
- 1 ПР артикл
- 1 пост на социјалните медиуми ФБ и Инстаграм



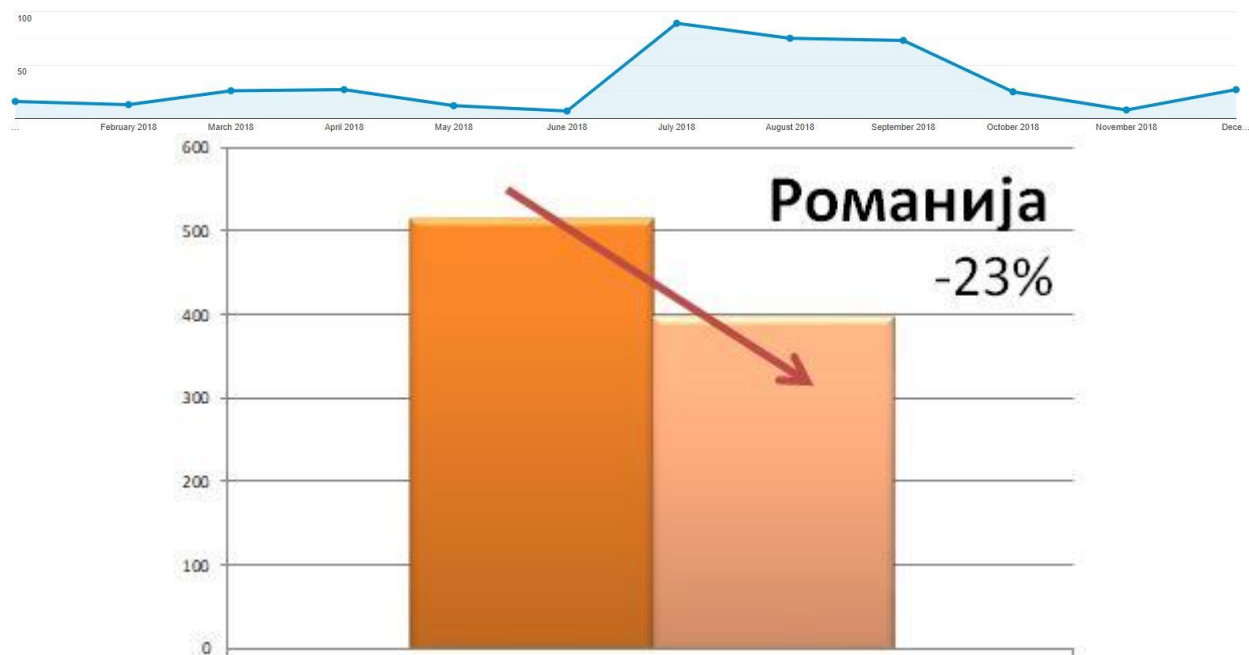
*компаративна споредба на посетата на интернет страната www.macedonia-timeles.com за 2017 и 2018 година од Шведска

Медиумска кампања Романија

Медиумската кампања во Романија за 2018 година се реализираше преку следните медиуми:

Онлине рекламирање во www.libertatea.ro преку следните активности:

- Банери 250x800, 980x240 со вкупно 2.000.000 импресии.
- 10 ПР артикли
- 10 постови на социјалниот медиум ФБ



*компаративна споредба на посетата на интернет страната www.macedonia-timeles.com за 2017 и 2018 година од Романија

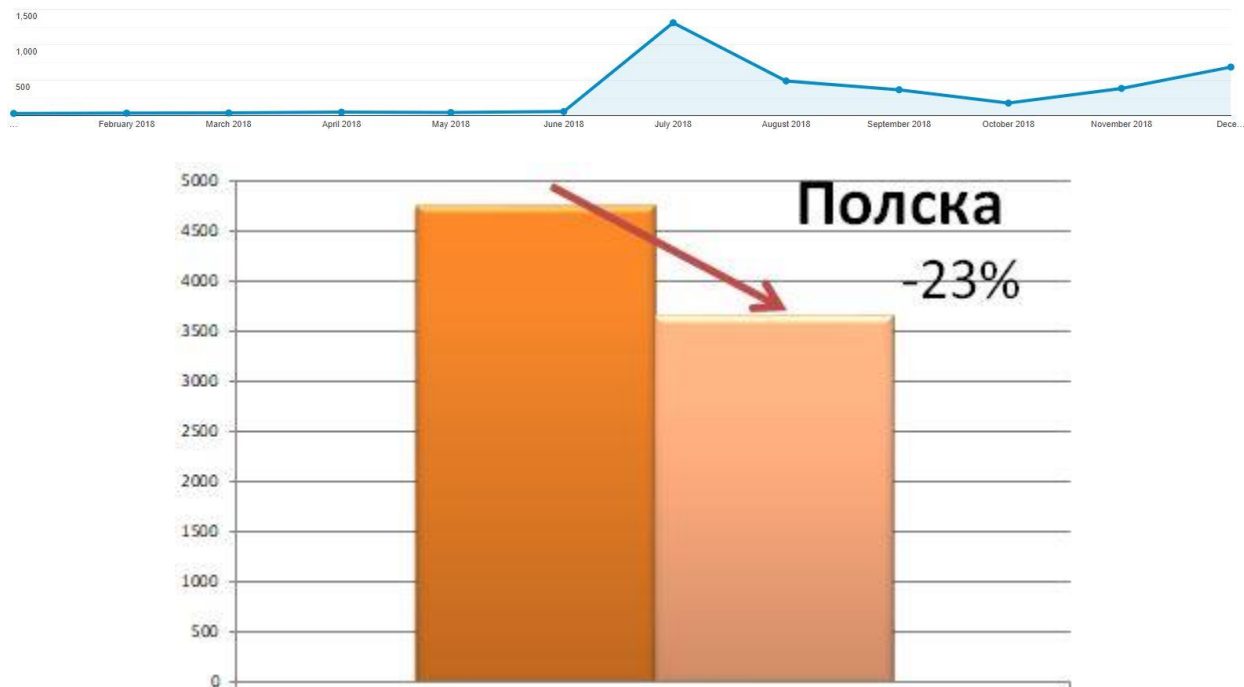
Медиумска кампања во Полска

Медиумската кампања во Полска за 2018 година се реализираше преку следните медиуми:

1. Магазин Подорже (принт) вкупно 4 изданија 1/1 страна
2. Онлине рекламирање во www.wp.pl преку следниот банер 750x200 во 2 (два) периода на рекламирање со вкупно 2.928.570 импресии.
3. Онлине рекламирање во www.wykop.pl преку следните банери 300x600 и 300x200 со вкупно 1.170.000 импресии и со 1 (еден) ПР текст. Кампањата се одвиваше во 2 (два) периода.
4. Онлине рекламирање во www.tur-info.pl преку следните активности:
 - Банер 750x100 (постојано) и банер 300x250 со 500.000 импресии

- 3 ПР артикли
- 1 интервју
- 5 постови на социјалните медиуми
- 4 newsletter до туристички агенции и 2 newsletters до туристи

Кампањата се одвиваше во 2 (два) периода.



*компаративна споредба на посетата на интернет страната www.macedonia-timeles.com за 2017 и 2018 година од Полска

Медиумска кампања во Словенија

Онлајн медиуми

- Билборд банери, позадински сид, адвенторијал и ПР тексови се рекламните алатки кои се користеа за промотивни цели при релаизација на медиумската кампања во Словенија.

1. TS media / www.siol.net

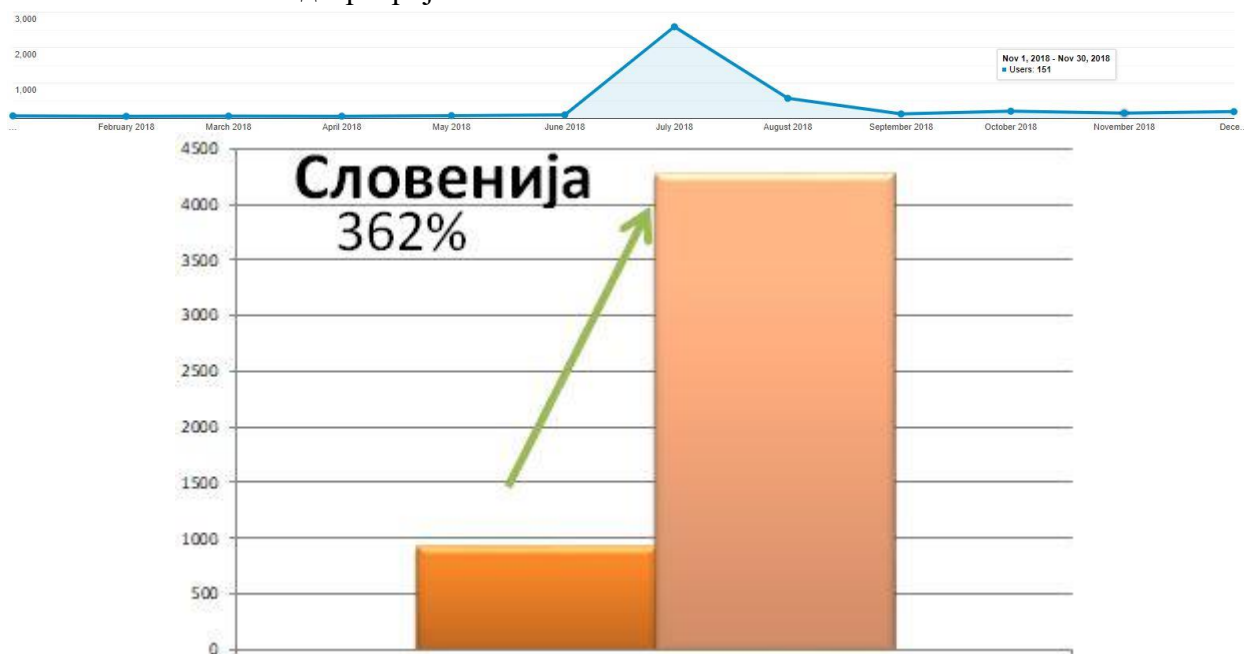
- 2 x Premium advertorial article (две недели)
- 2 x advertorial takeover (wallpaper, billboard, 300x250)
- Siol.net_Wallpaper – section siol.net/trends/traveling – 97.000 impressions
- Siol.net_mobile 300x250 - section Trends/traveling - <https://siol.net/trendi/potovanja> - 100.000 impressions

2. Delo DOO www.delo.si

- Позадински сид (30.000 импресии)
- Билборд 970x250 (30.000 импресии)
- Банер 300x250
- ПР ТЕКСТ и адваторијал

www.slovenskenovice.si

- Позадински сид (51.143 импресии)
- Билборд 970x250 (50.000 импресии)
- Банер 300x250
- ПР ТЕКСТ и адваторијал



*компаративна споредба на посетата на интернет страната www.macedonia-timeles.com за 2017 и 2018 година од Словенија

Медиумска кампања во Хрватска

Медиумската кампања во Хрватска за 2018та година се реализираше преку следните медиуми на интернет:

1. Рекламирање во www.24sata.hr

- 2 PR артикл
- 2 банер билборд 970x250
- 4 банери на пола страна 300x600
- 2 мобилен ректангл банер 300x250

2. Рекламирање во www.jutarnji.hr

- 3 банери на предна страна 300x600
- 2 банер на предна страна 300x250
- 3 мобилен банер 300x250
- 5 ПР артикл (насловна, колкумна, вести)



*компаративна споредба на посетата на интернет страната www.macedonia-timeles.com за 2017 и 2018 година од Хрватска

Медиумска кампања во Србија

- **онлајн промоција** со користење на банери, видеа, позадински сид, адверторијал и ПР тексови, како рекламните алатки кои се користеа за промотивни цели при релаизација на медиумската кампања во Србија.

1. Internet Group DOO www.telegraf.rs

- Branded background front page (4 дена)
- Billboard banned 970x250 (20 дена)
- 2 PR articles
- Pre roll video 150.000 impressions

2. Adria media group d.o.o www.kurir.rs

- PR article и позадински сид
- Billboard 970x250px (20 дена, 242.000 илјади импресии)
- 320x100px mobile sticky (30 дена, 1.320.000 илјади импресии, 20 дена, 1.100.000 илјади импресии)
- Preroll –Adriamedia.tv (2- дена, 147.950 илјади импресии)

3. Ringer Alex Springer www.Blic.rs

- blic.rs Native text
- mobile site 300x600 banner near text,
- BILBORD 970 X 250 (11 дена, 233.333 илјади импресии)
- Bilboard 970 X 250 (10 дена, 150.000 импресии)
- Premium 300 x 250 P1 (10 дена, 250.000 импресии)
- Video pre roll (up to 15sec) (15 дена, 200.000 импресии)
- PR TEXT

- Телевизиски репортажи во емисијата “Србија коју волим”

➤ **BilbordBox**

Билборди по европската интернационала Е-75 банери, во насока Белград-Јужна Србија (5 билборди)

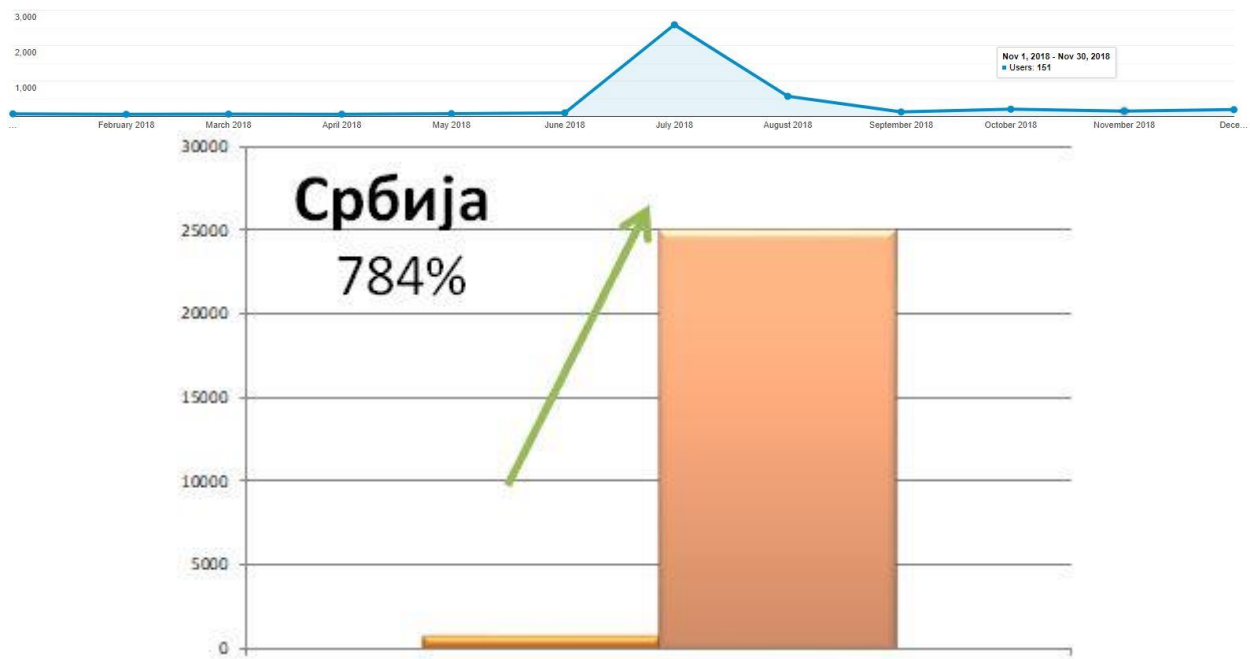
➤ **Принт медиуми** (ПР текстови и реклами во туристички магазини, дневни и неделни списанија магазин)

1. **City Magazine**

- 4/1 full colored pages PR advertorials/ mini guide,
- PR in printed magazine
- 1 video (50.000 preview)
- 1xA1 banner 1000x250 + 310x100 with 50.000 views per banner,
- 1 native text on www.citymagazine.rs

2. **Туристички свет (туристички магазин)**

- Оглас 1/1 x 3
- ПР текст 1/1 x 3
- Банер на www.turistickisvet.com август-декември
- Банер во Newsletter
- Интервју со директорот на две страни



*компаративна споредба на посетата на интернет страната www.macedonia-timeles.com за 2017 и 2018 година од Србија

Медиумска кампања во Бугарија

➤ DIR.BG.AD

- Банер 980x250 630000 импресии (30 дена)
- Банер 300x250 300000 импресии (15 дена)
- Билборд банер 1330x250 107500 импресии (25 дена)
- ПР текст на веб страна 140000 импресии и на мобилна везрија 140.000 импресии (вкупно 5 дена)

➤ Trud Mdia LTD

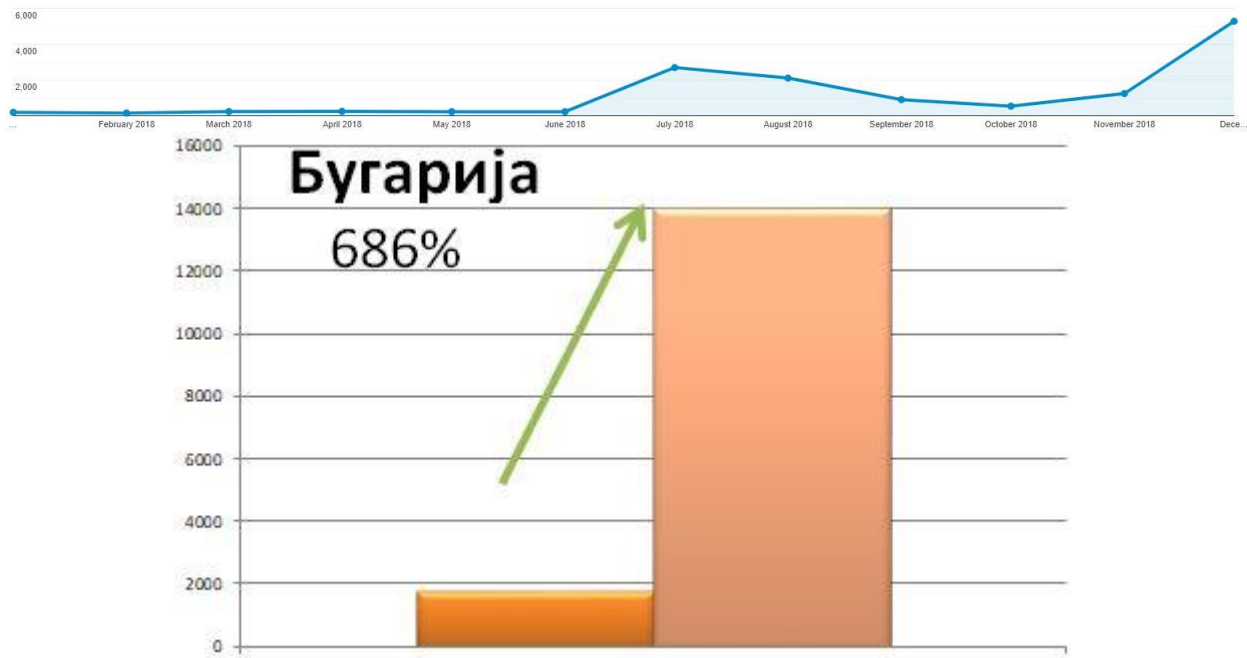
- Дневен весник 8 публикации (реклами) ½ страна

➤ 168 chasa Ltd

- Дневен весник 4 публикации (реклами) ½ страна и две публикации во магазинот Тренд 1/1 страна
- PR текст на www.24casa.bg , позадински сид 31 ден и билборд банер 292461 импресии.

➤ **IA Blitz Ltd**

- Wallpaper 170000 импресии
- Видео 170000 импресии
- ПР текст
- Билборд банер 750000 импресии



*компаративна споредба на посетата на интернет страната www.macedonia-timeles.com за 2017 и 2018 година од Бугарија

Медиумска кампања во Израел

Медиумската кампања во Израел за 2018та година се реализираше преку следните медиуми на интернет:

1. Рекламирање во www.lametayel.il

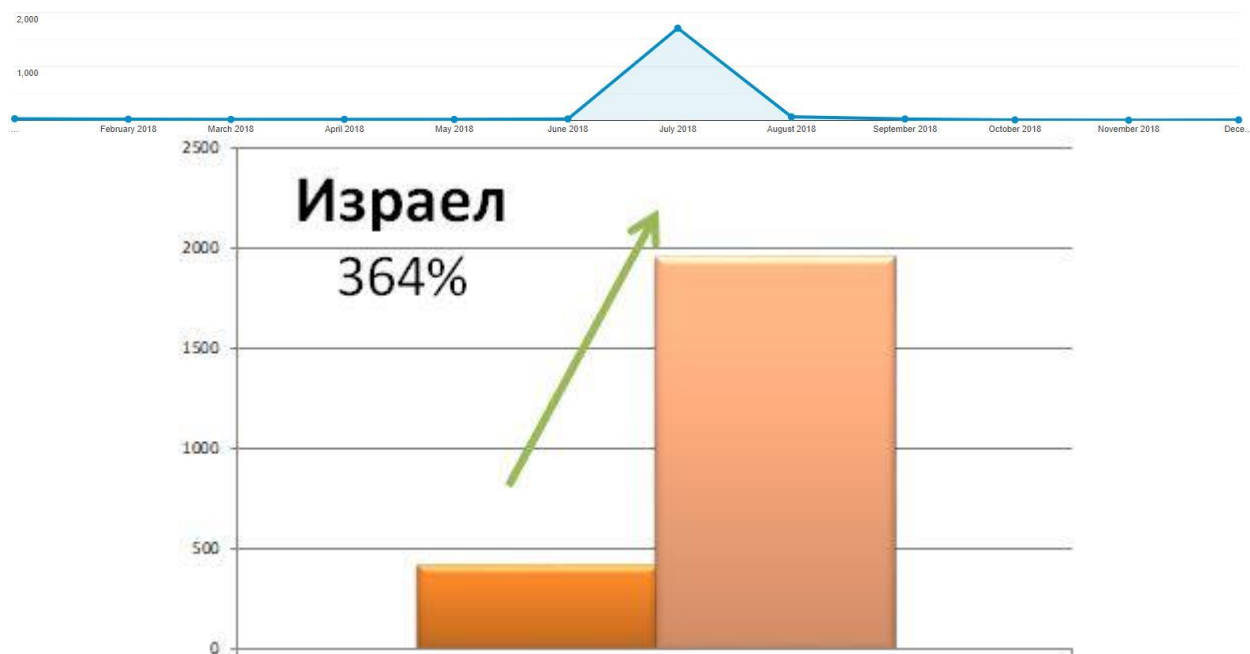
- 1 десктоп банер 900x300

- 2 топ банер 970x100

- 2 Цамбо банер 300x600

- 4 мобилен банер 320x480

- 2 линк со текст



*компаративна споредба на посетата на интернет страната www.macedonia-timeles.com за 2017 и 2018 година од Израел

Во следниот графикон е претставена компаративно генералната посета на интернет страната www.macedonia-timeles.com за 2017 и 2018 година. Се согледува пораст од 23%.

