



# ELŐTERJESZTÉS

KESZTHELY VÁROS ÖNKORMÁNYZATA  
KÉPVISELŐ-TESTÜLETE  
EMBERI ERŐFORRÁSOK BIZOTTSÁGA

2018. április 24-ei soros ülésére

*Tárgy:*

**Reklám, PR költségek a 2018-as turisztikai szezonra**

*Előterjesztő:*

*Törvényességi ellenjegyzés:*

.....  
**Csótár András**  
bizottság elnöke

.....  
**Dr. Horváth Teréz**  
jegyző

*Az előterjesztést készítette:*

*Az előterjesztést jóváhagyta:*

.....  
**Marton-Tamás Renáta**  
marketing- és kommunikációs referens  
Jogi és Szervezési Osztály

.....  
**Dr. Skoda Lilla** osztályvezető  
osztályvezető  
Jogi és Szervezési Osztály

## Tisztelt Bizottság!

Keszthely Város Önkormányzata Képviselő-testülete a 2018-as költségvetési tárgyalásokon döntött úgy, hogy Keszthely Város Önkormányzata éves költségvetésében reklám és propaganda kiadásaira elkülönített keret felhasználásáról a jövőben az Emberi Erőforrások Bizottság döntése alapján kerüljön sor.

Annak ellenére, hogy pontos adatok, végleges számok még nem állnak teljes körűen rendelkezésre, elengedhetetlenül szükséges a felkészüléshez, tervezéshez a főbb tendenciák és prioritások meghatározása.

### I. MÉDIASTRATÉGIA

Ahhoz, hogy városunkat és programjainkat hatékonyan jelenítsük meg a célközönségeink számára, tudatosan tervezett médiastratégiát kell létrehozunk. A 2018-as évben nagyobb hangsúlyt kellene fektetnünk a következő eszközökre, csatornákra:

*ATL (hagyományos médiumokon keresztüli kommunikációs formák)*

- A televízió, annak ellenére, hogy a média kínálata nálunk is gyorsan fejlődik, még mindig kiemelkedően népszerű Magyarországon. A Keszthelyről szóló igényes, érzelmi töltettel bíró reklámok, imázsfilmek hatékonyan képesek imázst építeni.

-A kültéri reklámhordozókkal az utca emberét érhetjük el, akit a közlekedés során szólítunk meg. A citylightok segítségével egy szélesebb réteget érhetünk el az egész ország területén, mind az imázsépítés, mind a programok népszerűsítése terén.

-A nyomtatott sajtó nemcsak az egyik legrégebbi kommunikációs műfaj, viszont a legszélesebb körű palettával bíró eszköz is. Igényes, célcsoport által kedvelt lapokban való megjelenéssel, illetve hirdetéssel Keszthely könnyebben kitűnhetne, imázst építhetne, illetve népszerűsíthetné országos szintű rendezvényeit.

-Az internetes reklámozási lehetőség rendkívül hatásos és népszerű eszköz a mai digitális világban. A Facebook, Instagram szöveges-képes illetve videós hirdetési lehetőségeivel egy adott célcsoport magasabb szintű elérését valósíthatnánk meg. A Facebook hírfolyamának algoritmusa miatt a felépített rajongó bázisnak csupán 0,1-4 %-a látja hírfolyamban a posztunkat, ezért folyamatos és konzekvens hirdetéskezelés is szükséges.

-Youtube csatorna tartalommal történő feltöltése (imázsfilmek, helyi rendezvények videóanyaga). Ez azért is fontos, mert a Google saját platformjaként indexeli a Youtube tartalmakat, így a Google keresőben is segítjük az organikus találatok közti megjelenést. A Youtube a világ egyik leglátogatottabb internetes oldala, ezért páratlan hirdetési felület is egyben. A „jövő TV-je”, 1 milliárdnál több egyedi látogató, 6 milliárdnál több megtekintett videó havonta. A reklám videó előnyei, hogy olcsón elkészíthető mindennapi eszközökkel, gyorsan nagy mennyiségű információt közöl és rendkívül figyelemfelkeltő.

#### Saját platformok

-2017-ben megújult Keszthely város honlapja. Elmondhatjuk, hogy az előző honlaphoz képest egy modernebb, letisztultabb, esztétikusabb oldal köszönti mind a turistákat, mind a helyi lakosokat. A weblap a mai kor és trend elvárásainak megfelel, friss tartalmat kommunikál, de több területen még további fejlesztést/újítást igényel:

- szállások tekintetében célszerű lenne egy egységes megjelenés
- láttnivalóknál, múzeumoknál, strandoknál a képanyagok frissítése
- éttermeknél, kávézóknál további tartalmak begyűjtése, feltöltése
- CMS rendszer és a honlap „összefésülése”
- nyelvi mutáció elkészítése (angol, német, orosz)

## II. KLASSZIKUS IMÁZSKAMPÁNY

Szükség lenne egy országos imázskampány indítására, melynek a keretei között Keszthely általános, egységes és mindenkor érvényes üzenetét (egy város, ahol időjárástól és szezontól függetlenül mindig lehet valamit csinálni) kommunikáljuk országos szinten. Cél, hogy Keszthely vonzerejének és karakterének bemutatásán keresztül a városról egy pozitív kép alakuljon ki és a kampány révén országos szinten építsük Keszthely ismertségét és elismertségét. A kampány elemei lehetnének a természeti kincseink (Balaton, Keszthelyi-hegység), a látnivalók (Festetics-Kastély, Balatoni Múzeum), a kulturális, minőségi programlehetőségek (Keszthelyfest, Nyári játékok), a vízi élmények vagy akár a Keszthely termékek (Keszthely Csokoládé, Keszthely Kollekcio, Kabalafigura) is. Az imázskampánynak az ATL típusú, hagyományos tömegkommunikációs hirdetési formák felhasználására kell épülnie, hogy a lehető legszélesebb spektrumon tudjuk megszólítani a teljes lakosságot. A kampány során elengedhetetlen az egységes arculat használata és egy szlogen (vezérmondat) megálmodása, mely beazonosítja és megkülönbözteti a várost a versenytársaitól.

Tisztelt Bizottság!

A 2018. évi turisztikai szezonra a hivatal marketing- és kommunikációs referense által összeállított, előzetes ajánlatokon alapuló szakmai javaslata szerint javaslom, hogy a rendelkezésre bruttó 4.500 eFt keret terhére legfeljebb 3.700 eFt kerülhessen a 2018. évi turisztikai szezonban felhasználásra.

Fentiek alapján kérem, hogy az előterjesztést megtárgyalni és a határozati javaslatot elfogadni szíveskedjenek.

### Határozati javaslat

...../2018. (IV. 24.) sz. emberi erőforrások bizottsági határozat

Keszthely Város Önkormányzata Képviselő-testülete Emberi Erőforrások Bizottsága a **”Reklám, PR költségek a 2018-as turisztikai szezonra”** című előterjesztést megtárgyalta és az alábbi határozatot hozta:

1.) Keszthely Város Önkormányzata Képviselő-testülete az önkormányzat 2018. évi költségvetésében az Emberi Erőforrások Bizottsága felosztási hatáskörébe utalt – Keszthely Város Önkormányzatának reklám és propaganda kiadásaira elkülönített – forrás terhére legfeljebb 3.700 eFt mértékig hozzájárul a 2018. évi turisztikai szezonban az önkormányzat reklám és PR költségeire az I. MELLÉKLET-ben megjelölt szakmai tartalom alapján történő felhasználásához.

2.) A bizottság felkéri a jegyzőt a kapcsolódó intézkedések megtételére.

**Határidő:** 2018. május 20.

**Felelős:** Dr. Horváth Teréz jegyző

(Dr. Skoda Lilla osztályvezető)

Keszthely, 2018. április 17.

**Csótár András**  
az Emberi Erőforrások Bizottsága elnöke