

Pomysłowa kampania Radzionkowa

Kategoria: Aktualności

Opublikowano: wtorek, 27, wrzesień 2011 00:00

Jarosław Komża

Odśłony: 1797

Pisaliśmy niedawno o różnych sposobach organizacyjnych obsługi inwestorów oraz o pomysłach promocyjnych Łodzi i Poznania. Tym tekstem informujemy o kampanii 16 tys. Radzionkowa koło Katowic. „Nosili inwestora w lektyce, teraz są gotowi wejść dla niego nawet do wody”. Tak „Puls Biznesu” komplementuje nową kampanię promocyjną terenów inwestycyjnych gminy, w ramach projektu, na który samorząd pozyskał 600 tys. zł ze śląskiego RPO.

Głównym bohaterem reklam jest burmistrz Radzionkowa Gabriel Tobor, który specjalnie na potrzeby spotu uczył się kilku zdań po japońsku. Kampania jest realizowana z przymrużeniem oka. Ma łamać stereotyp urzędnika, jako sztywnego formalisty. Tematem reklamy są sytuacje, w których urzędnicy spełniają wyszukane zachcianki wybrednego obcokrajowca. Przykładem fanaberii inwestora są np.: położenie światłowodu na bagnach. Gdy japoński inwestor konsultuje się w ojczystym języku ze swoimi partnerami, burmistrz bez zająknięcia włącza się do rozmowy mówiąc płynną japońszczyzną. W poprzedniej kampanii radzionkowscy samorządowcy nosili inwestora w lektyce. Podobno dzięki niej znaleźli chętnych na nieruchomości, które sprzedano za 5,5 mln zł.

Źródło: www.pb.pl, www.radzionkow.pl