

*Podsumowanie realizacji zadań
zaplanowanych w 2024 r.*

Rozwój Karty Turysty

Główny wskaźnik: 17 000 sprzedanych pakietów w 2024 roku
Zakładana realizacja: 17 086 sprzedanych pakietów (100% realizacji celu)

Wskaźniki wspierające:

Przychód z tytułu sprzedaży Karty Turysty cel: 800 000 zł

- Realizacja 898 499 zł (112% realizacji celu)

dotatkowe 4 punkty dystrybucji

- 100% realizacji celu

500 000 odsłon strony internetowej Karty Turysty

- 515 011 odsłon (103% realizacji celu)

17 000 bezpłatnych wejść w ramach Karty Turysty

- 16 969 bezpłatnych wejść z KT (99,82% realizacji celu)

1 000 skorzystań ze zniżki w ramach Karty Turysty

- 54,70% realizacji celu obserwowane jest przeniesienie uwagi turystów na bezpłatne wejścia z Kartą kosztem korzystania ze zniżek.

Wzrost wpływów ze sprzedaży kanałem on-line o 15% w stosunku do roku 2023

- realizacja do 18.11.2024 - wzrost o 21% w stosunku do analogicznego okresu w 2023 roku

Prace rozwojowe:

- Smaki Gdańska w Karcie Turysty - dalszy rozwój pakietów kulinarnych, poszerzanie oferty- sześć nowych restauracji w projekcie (Piwnica Rajców, Pomelo Bisto, Fishmarkt, Pobite Gary, Mielżyński, Maniera)
- Rozwój aplikacji mobilnej - dodatkowe ścieżki spacerów w aplikacji mobilnej, przewodnik po Jarmarkach, dodanie modułu zgłoszeń oraz konfiguracja narzędzia do zbierania opinii o produkcie
- Udział w grupie roboczej City Cards Experts Meeting
- Promowanie turystyki zrównoważonej poprzez ograniczanie produkcji plastikowych nośników i wprowadzanie już użytych do ponownego obiegu, zachęcanie do korzystania z aplikacji mobilnej
- Zmiana szablonu strony internetowej
- Dodanie do strony Karty Turysty kalendarza wydarzeń



Działania promocyjne

Kampania GDAŃSK Autentycznie.

- rozciągnięcie sezonu turystycznego poza miesiące wakacyjne
- przeniesienie ruchu turystycznego poza obszary najbardziej oblegane w sezonie letnim, ze szczególnym uwzględnieniem natury
- komunikacja oparta o turystykę zrównoważoną i dostępną oraz turystykę kulinarną
- promocja filmu Gdańsk Autentycznie (łącznie ponad 4.5 mln wyświetleń)
- kampania Social Media z wykorzystaniem sesji zdjęciowej
- influencer marketing
- Współpraca z dziennikarzami branżowymi - krajowymi i zagranicznymi
- reklama outdoorowa w Krakowie, Warszawie, Poznaniu, Łodzi oraz Wrocławiu
- promocja miasta przy okazji wydarzeń
- nagroda Cannes Corporate Media & TV Awards 2024!



Działania promocyjne

Inside Seaside - partner główny wydarzenia

- jedna z trzech scen o nazwie “ Scena Gdańsk”,
- zniżki z Kartą Mieszkańca oraz Kartą Turysty dla kupujących bilety na festiwal,
- wspólna kampania outdoorowa promującej muzykę w Gdańsku oraz kalendarz wydarzeń,
- współpraca z influencerami promującymi event oraz ich pomysły na spędzanie wolnego czasu w Gdańsku podczas pobytu na festiwalu - współdzielone rolki na IG,
- dystrybucja materiałów promocyjnych Visit Gdansk na terenie festiwalu,
- oferta promocyjna na hotele dla gości Inside Seaside,
- promocja subbrandów GOT Karta Turysty, Gdańska Karta Mieszkańca, Smaki Gdańska, System Treevent oraz www.sklep.visitgdansk.com na social mediach festiwalu,
- logotypy partnera głównego na materiałach promocyjnych festiwalu,
- stoisko sprzedażowe na festiwalu promujące Gdańsk.



Jarmark Bożonarodzeniowy oraz konkurs “Best Christmas Market 2024”

- publikacje zachęcające do głosowania i kampanie reklamowe w mediach społecznościowych
- mailing z wykorzystaniem bazy GKM i Karty Turysty
- mailing z partnerami i członkami GOT
- mailing z oddziałami ROT, LOT i ZOPOT
- mailing z ponad 90 ośrodkami Polonii m.in. USA, Wielka Brytania, Niemcy, Norwegia
- przesłanie informacji o udziale w konkursie do influencerów lokalnych i zagranicznych
- wizyty studyjne podczas Jarmarku Bożonarodzeniowego



Audyty Dostępności

- przygotowanie podstrony o audytach dostępności i kartach komunikacji na stronie Visit Gdansk
- przygotowanie i promocja filmu reportażowego dotyczącego audytów dostępności
- przygotowanie filmu instruktażowego dla kart komunikacji



Smaki Gdańska

- umieszczenie Gdańska na mapie kulinarnej świata
- działania edukacyjne budujące świadomość na temat turystyki kulinarnej zrównoważonej
- promowanie lokalnych produktów, restauracji oraz szefów kuchni
- publikacja filmów promocyjnych z ambasadorem projektu - Wojciechem Modestem Amaro
- nagranie oraz publikacja vlogów z wizyt Modesta Amaro w Gdańsku na tematy związane z gdańską kuchnią
- zorganizowanie wywiadów z ambasadorem projektu, m.in. kanał YT Imponderabilia Karol Paciorek
- reklama outdoorowa, m.in. słupy reklamowe z reklamą Smaków Gdańska
- reklama w środkach komunikacji miejskiej - na ekranach oraz w formie plakatów
- współpraca z lokalnymi kucharzami
- cykl publikacji na Facebooku VisitGdansk i GKM artykułów-ciekawostek związanych z dawną gdańską kuchnią
- regularne umieszczanie ciekawostek "Smaków Gdańska" w newsletterze GKM
- przeprowadzenie kampanii płatnej na Google Ads oraz Social Media
- współpraca z influencerami na platformie IG
- Promowanie projektu na eventach, m.in. NTT, Jarmark Dominikański, Jarmark Bożonarodzeniowy
- Utrzymanie całorocznego pakietu Smaki Gdańska w Karcie Turysty oraz w Gdańskiej Karcie Mieszkańca.



Przewodnik Michelin

- podstrona Przewodnik Michelin na stronie Visit Gdansk
- kampania na mediach społecznościowych
- influencer marketing
- sesja zdjęciowa szefów kuchni wyróżnionych restauracji
- kampania outdoorowa z szefami kuchni, we współpracy z AMS: Kraków, Warszawa, Poznań, Wrocław, Łódź
- koordynacja wizyty ekipy programu Pytanie na Śniadanie, wywiady z szefami kuchni w Gdańsku, w programie na żywo
- promocja cyklu Star Hunters - kolacji restauracji Eliksir, wyróżnionej Zieloną Gwiazdką Michelin
- przygotowanie materiału wideo z Gali Wręczenia Wyróżnień Michelin w Olivia Business



Wskaźniki Organizacji

Wzrost znaczenia GCB

**Główny wskaźnik: Organizacja Let's Meet 2024 w nowej odsłonie
100% realizacji celu**

- 27-29.05.2024 / Let's Meet edycja wiosenna 15 podmiotów , z Austrii, Belgii, Danii, Francji, Hiszpanii, Holandii, Norwegii, Węgier i Wielkiej Brytanii.
- 19-21.08.2024 / Let's Meet edycja letnia 9 podmiotów, z Holandii, Niemiec i Wielkiej Brytanii.

Wskaźniki wspierające:

**Pozyskanie 24 HB na wydarzenie Let's Meet 2024
(100 % realizacji celu)**

**Realizacja szkoleń dot. turystyki zrównoważonej dla branży
i pracowników Visit Gdansk (100 % realizacji celu)**

- 11.06.2024 roku GOT wraz z Fundacją dla Edukacji Ekologicznej (FDEE) szkolenie online dla hoteli odnośnie certyfikatu Green Key.
- 09.09.2024 roku GOT warsztat facylitowany dla branży gastronomicznej prowadzony przez Agnieszkę Mróz (Missing dot).

**Turystyka zrównoważona: wzrost punktowy w rankingu GDS
Index (100 % realizacji celu)**

- Rok 2023 - 28,65 pkt. na 100 możliwych, co dało nam 95. miejsce.
- Rok 2024 - 45,40 pkt. na 100 możliwych, co dało nam 79. miejsce.

Nominacja do GDS-Movement Most Improved Destination Award!
za największy skok punktowy wśród destynacji w skali roku.

W 2024 roku zrealizowano następujące projekty badawcze

Badanie wielkości i struktury ruchu turystycznego

- Ruch turystyczny w Gdańsku w 2023 roku (infografika)
- Szacunek wielkości ruchu latem 2024
- Analiza danych o zachowaniach turystów z badań ankietowych
- Obłożenie miejsc noclegowych, wielkość bazy noclegowej
- Szacunek liczby noclegów w Gdańsku (dla Urzędu Miejskiego)
- Goście zagraniczni w Gdańsku (dla WizzAir - dokument w przygotowaniu)
- Frekwencja w atrakcjach turystycznych (dla GARG)
- Rynek spotkań w Gdańsku i woj. pomorskim w 2023 roku

Impakt turystyki i turystyka zrównoważona

- Opinie mieszkańców Gdańska na temat turystyki. Impakt społeczny turystyki (2 pomiary)
- Targi TRAKO 2023. Próba oszacowania wpływu targów na branżę turystyczną w Trójmieście
- Impakt ekonomiczny Mystic Festival 2024. Szacunek wydatków uczestników na noclegi i gastronomię
- Impakt ekonomiczny festiwalu Inside Seaside (w przygotowaniu)
- Kierunki rozwoju turystyki zrównoważonej w Gdańsku. Opinie branży turystycznej i mieszkańców - maj 2024

Dostępność oferty dla osób ze specjalnymi potrzebami

- Podnoszenie kompetencji osób obsługujących ruch turystyczny w zakresie jakości obsługi klienta, w tym osób z niepełnosprawnością (projekt dofinansowywany ze środków Ministerstwa Sportu i Turystyki)
- Audyty dostępności obiektów
- Przygotowanie i wdrażanie Karty komunikacji

Ocena działań organizowanych przez GOT

- Nowe Trendy w Turystyce 2024. Opinie i oceny uczestników konferencji
- Let's Meet. Podsumowanie wizyt studyjnych
- Ocena projektu Gdańskiej Karty Mieszkańca. Badanie opinii posiadaczy - grudzień 2023
- Konkurs GKM podczas Jarmarku św. Dominika. Opinie uczestników
- Badania tajnego klienta w punktach obsługi GOT
- Ocena szkoleń dla pracowników GOT

Pozostałe

- Wizerunek Gdańska jako destynacji turystycznej
- Jarmark św Dominika i Jarmark Bożonarodzeniowy. Poziom znajomości i oceny marek
- Wielkość i kondycja branży turystycznej na podstawie danych ZUS

Dziękuję za uwagę

Łukasz Wysocki

Prezes Zarządu

Gdańskiej Organizacji Turystycznej