ŁÓDZKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA

ŁÓDZKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA - DZIAŁALNOŚĆ

ŁÓDŹ 2019

ŁÓDZKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Plan prezentacji

1. Czym jest Łódzka Organizacja Turystyczna
2. Dlaczego Łódź? – nasze mocne i słabe strony z analizy SWOT
3. Flagowe produkty turystyczne Łodzi
4. Kluczowe działania zrealizowane w 2018 roku
   - Internet
   - Informacja turystyczna / sklepik turystyczny
   - Wydawnictwa
   - Podróże studyjne
   - Targi i prezentacje
   - Kampanie Ryanair / Lonely Planet
   - Polska za pół ceny
   - Projekty
5. Projekty do współpracy w ramach ŁOT na 2019 rok
6. Zespół ŁOT
7. Kontakt

Ulica Piotrkowska

ŁÓDZKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Czym jest ŁOT?

Łódzka Organizacja Turystyczna

- Stowarzyszenie z możliwością zrzeszania podmiotów prawnych (ustawa o POT z 1999 roku)
- Podobne organizacje działają od lat w Gdańsku, Poznaniu czy Warszawie
- Platforma współpracy i realizacji wspólnych projektów przez samorząd gminy, branżę turystyczną i NGO'sy działające w obszarze marketingu turystycznego
- Misja: budowanie pozytywnego wizerunku Łodzi jako miejsca atrakcyjnego turystycznie oraz wspieranie rozwoju rynku turystycznego w Łodzi i aglomeracji łódzkiej.
- Założona w 2017 roku

EC1 Centrum Nauki i Techniki

ŁÓDZKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

67 członków ŁOT

Łódź Kreuje
Lodz Airport
Aquapark FALA
DoubleTree by Hilton Łódź
Holiday Inn an IHG Hotel
expo Łódź
Fumed
manufaktura
CityCenter Rooms
B&B Hotels
EC1 Łódź
Muzeum Tradycji Niepodległościowych w Łodzi
Muzeum Miasta Łodzi
Muzeum Museum of the Factory Fabryki
Loft Aparts Apartamenty Hotelowe
Konsorcjum.pl Trade & Travel Company
Freatour Biuro Podróży
Grupa DJ Show
Arriva Bed & Breakfast
Lux Pro Monumentis
MAKiS Miejska Arena Kultury i Sportu
Fabryka Sztuki
Akademia Sztuk Pięknych im. Władysława Strzemińskiego w Łodzi
Muzeum Kinematografii w Łodzi
Acora Events
Łódzka Izba Przemysłowo-Handlowa
MPK-Łódź
Eventy Diamenty Agencja Eventowa
CFI Hotels Group
Łódź Art Center
Brass Suites
ibis Hotels
Quale Restaurant
Pura Vida! Pokłady życzliwości
Port Łódź
Piwoteka Narodowa
PIT Oddział Łódzki
217 Piotrkowska
OFF Piotrkowska Center
Stacja Nowa Gdynia www.hotelnowagdynia.pl
Novotel Hotels & Resorts Łódź Centrum
Centrum Dialogu im. Marka Edelmana w Łodzi
Łódź Zoo Miejski Ogród Zoologiczny w Łodzi Spółka z o.o.
TTP
Hotel Tobaco
Teatr Powszechny w Łodzi
Teatr Nowy im. Kazimierza Dejmka w Łodzi www.nowy.pl/www.bilety.nowy.pl
Teatr Muzyczny
Teatr Wielki w Łodzi
Aparthotel Stare Kino Cinema Residence
Regio Centrum Inicjatyw na Rzecz Rozwoju
Bis Lufthansa City Center
Lowcevent
Centralne Muzeum Włókiennictwa
Book&Cook
festiwal dobrego smaku
Tułódź.pl
PolandPops Meetings & Incentives
lim+ Produkcja Wydarzeń
Silver Catering
af Alliance Française Łódź
Outdoor Events
Restauracja Stary Rynek 2
Base Camp Poland
Mysterious Room
Villa Masoneria Hotel Restauracja
Puro Łódź

ŁÓDZKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Współpraca kluczem do sukcesu

OFF Piotrkowska

Współpraca to nie sentyment – to konieczność ekonomiczna.
Charles Steinmetz (matematyk)

Działania integrujące sektor turystyki w Łodzi:

✓ wspólne spotkania członków ŁOT

✓ Wigilia Branży Turystycznej

✓ wzajemne site inspections, objazdy po mieście, szkolenia dla osób pierwszego kontaktu

✓płynny przepływ informacji:

branża – ŁOT – grupy docelowe

Miasto – ŁOT – branża

✓ członkostwo w ROT Województwa Łódzkiego, Łódzkiej Izbie Przemysłowo-Handlowej, International Congress & Convention Association

ŁÓDZKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Dlaczego Łódź?

Ulica Piotrkowska

DLACZEGO ŁÓDŹ – NASZE ATUTY:

- Dobra dostępność drogowa
- Wysoki poziom noclegów potwierdzony opiniami Gości
- Duża rola turystyki biznesowej, wzrost popularności turystyki miejskiej, silny ośrodek naukowy
- Unikatowa architektura pofabryczna i eklektyczna
- Specyficzny klimat, nieco offowy, życie wolniejsze niż w innych dużych miastach
- Znaczące wydarzenia kulturalne, sportowe i rozrywkowe
- Niższe ceny niektórych usług i produktów niż w innych miastach Polski
- Doświadczona kadra managerska

ŁÓDZKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Dlaczego Łódź?

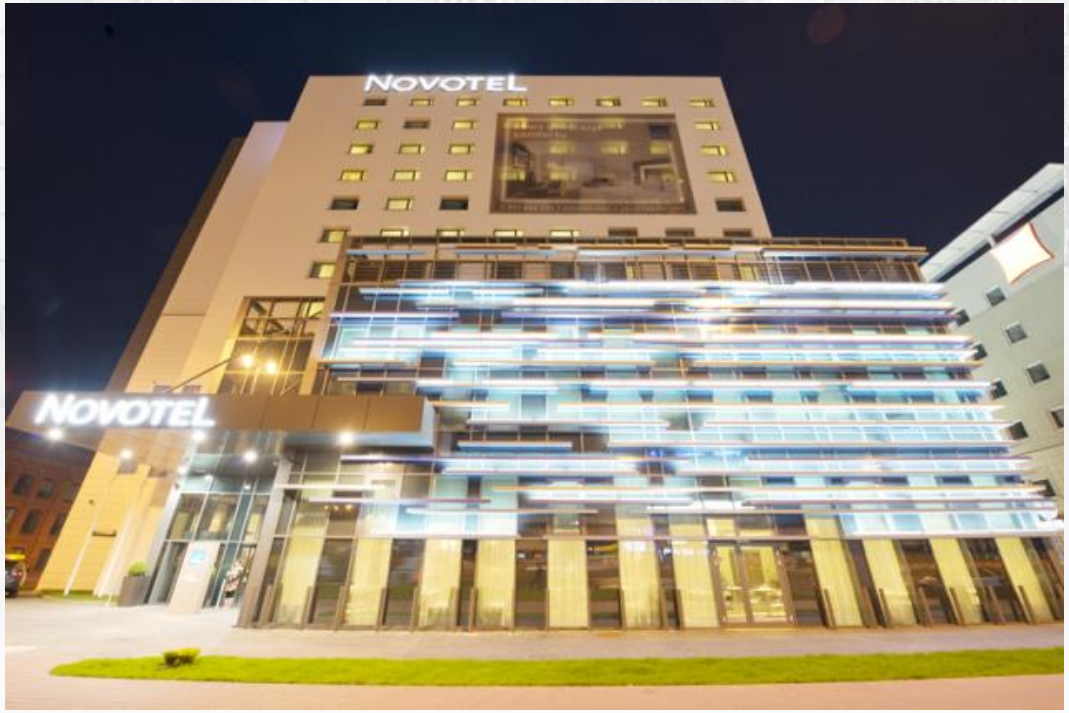
DLACZEGO ŁÓDŹ – NASZE PROBLEMY:

- negatywne postrzeganie Łodzi
- zły stan techniczny niektórych obiektów, brak centrum kongresowego z prawdziwego zdarzenia
- słabe oznakowanie
- niskie poczucie bezpieczeństwa
- zły stan infrastruktury drogowej, przeciągające się remonty, brak miejsc parkingowych dla autokarów
- brak wystarczającej liczby połączeń lotniczych i kolejowych
- brak Łodzi w ofertach biur podróży, stosunkowo słabi lokalni touroperatorzy
- niewielki w porównaniu do innych miast budżet przeznaczany przez Miasto na promocję turystyczną

EC1 i Light Move Festival

ŁÓDZKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Dlaczego Łódź?



Hotel Novotel Centrum Łódź****

DLACZEGO ŁÓDŹ – NASZE PROBLEMY:

- duża sezonowość ruchu turystycznego z okresami słabymi (VII/VIII oraz I/II)
- niewielki lobbing branży lokalnie na rzecz wsparcia dla turystyki, brak konsolidacji
- niska rentowność inwestycji hotelarskich związana z niskimi cenami i walką cenową
- brak koordynacji dużych wydarzeń, brak informacji o tych wydarzeniach z wyprzedzeniem
- niski nakład materiałów promocyjnych oraz informacyjnych,
- rosnąca konkurencja ze strony zagranicznych potentatów z grupy sharing economy (Uber, AirBnB – ok. 300 obiektów przy ok. 150 zł średniej cenie / dobę, BlaBla Car)

ŁÓDZKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Flagowe produkty Łodzi

MICE

(wydarzenia firmowe, konferencje, kongresy (do 2 tysięcy osób), targi podróże motywacyjne, szkolenia

EDUKACJA

(oferta muzealna, atrakcje Turystyczne, wystawy Tematyczne, EC1)

CITY BREAK

(wydarzenia, zakupy, obiekty pofabryczne, rozrywka, kultura)

Reprezentacyjna jadalnia w pałacu I. Poznańskiego, Muzeum Miasta Łodzi

ŁÓDZKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Flagowe produkty Łodzi – odbiorcy

Hotel Holiday Inn Łódź****

Produkt MICE

- ❑ Rynek krajowy, Wielka Brytania, Niemcy
- ❑ Meeting plannerzy w korporacjach (Mazowsze, Śląsk, Poznań), agencje eventowe, biura podróży z działami MICE (zwłaszcza PCO's), dziennikarze branżowi, międzynarodowe i krajowe stowarzyszenia, fundacje i organizacje, łódzkie uczelnie wyższe, Poland Convention Bureau, ZOPOT-y w Berlinie i Londynie,
- ❑ Meeting Planner, MICE Poland, Event Managment
- ❑ SBE – Stowarzyszenie Branży Eventowej
- ❑ łódzkie uczelnie wyższe
- ❑ stowarzyszenia wylistowane w bazie ICCA

ŁÓDZKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Flagowe produkty Łodzi – odbiorcy

Festiwalowa Łódź

Produkt city break:

❖ Rynek krajowy: mieszkańcy Warszawy, Poznania, Wrocławia oraz aglomeracje miejskie, aglomeracja śląska, mieszkańcy województw: mazowieckie, śląskie, łódzkie, świętokrzyskie, wielkopolskie, dolnośląskie),

❖ Niemcy (Berlin, Monachium i Drezno promień 100 km), Anglicy (Birmingham i Nottingham promień 100 km, Londyn promień 100 km), Irlandczycy (Dublin promień 100 km), Izrael, Ukraina

❖ touroperatorzy oraz ich agenci typu incoming, Polska Izba Turystyki, Polska Organizacja Turystyczna i ZOPOT-y

❖ dziennikarze, blogosfera

❖ Łodzianie i obcokrajowcy mieszkający w mieście oraz Ci co z niego wyjechali

ŁÓDZKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Flagowe produkty Łodzi – odbiorcy

Warsztaty w Centrum Nauki i Techniki EC1.

Produkt edukacyjny:

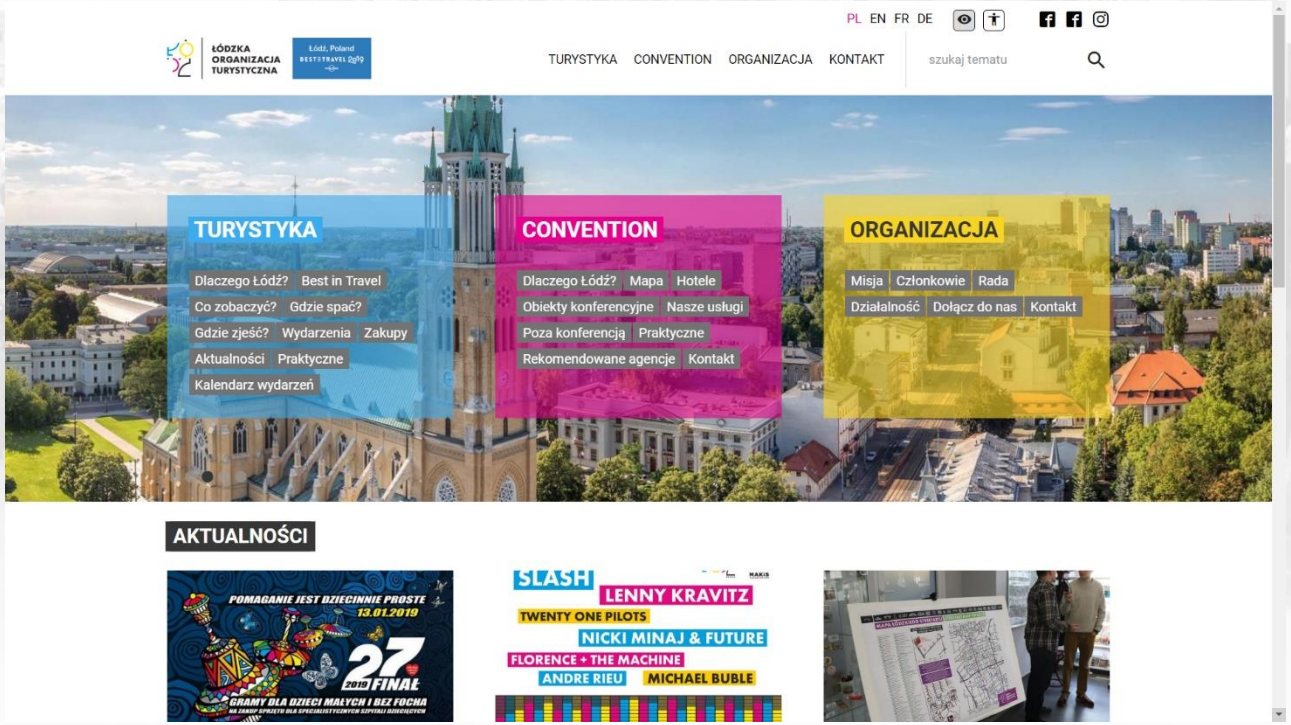
- Rynek krajowy, głównie klienci grupowi
- Biura podróży i ich agenci, Polska Izba Turystyki, Polskie Towarzystwo Turystyczno Krajoznawcze, PTSM, Polska Izba Turystyki Młodzieżowej, izby regionalne ITRP (zrzeszone i niezrzeszone), lokalni touroperatorzy
- szkoły i uczelnie wyższe, stowarzyszenia, fundacje
- Polska Organizacja Turystyczna (ZOPOT-y)
- Przewodnicy i piloci wycieczek turystycznych
- Media

ŁÓDZKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Działalność w Internecie

Portal www.lodz.travel

- polska, angielska, niemiecka i francuska wersja
- produktowa prezentacja oferty miasta
- 31693 użytkowników; 78787 odsłon; 1,7 strony na sesję
- Użytkownicy ze 106 krajów, 83% z Polski (najczęściej Warszawa, Łódź, Kraków, Wrocław, Poznań, Katowice)
- 75,86% użytkowników używa urządzeń mobilnych
- 24,14% użytkowników komputerów stacjonarnych
- stała aktualizacja i uzupełnianie informacji, profilowanie ofert ze względu na rynek
- integracja treści z portalem Łodzi www.lodz.pl i jego wersjami językowymi



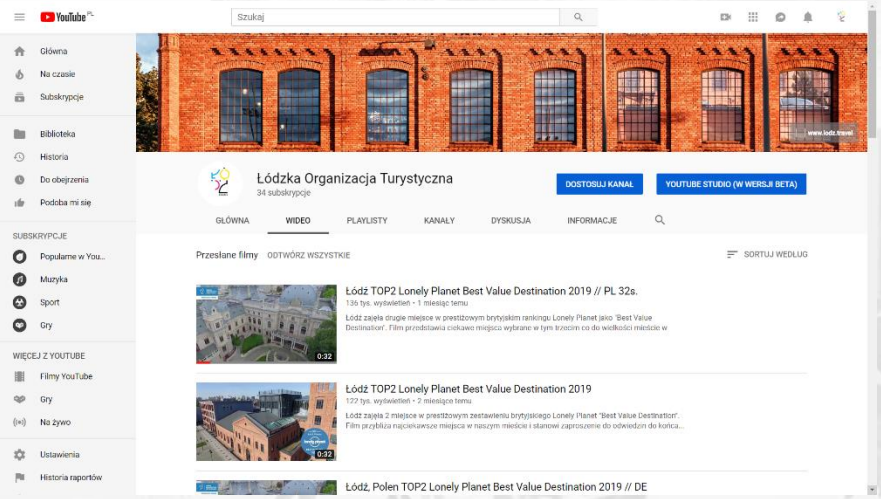
Portal www.lodz.travel

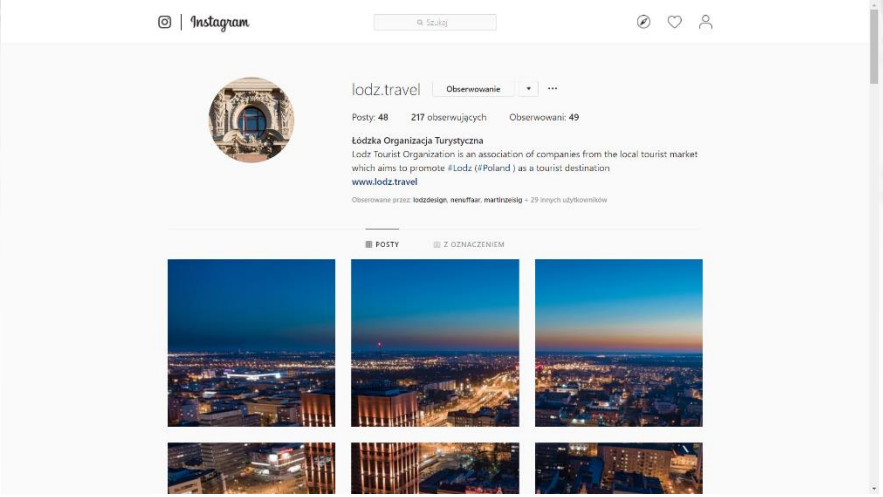
ŁÓDZKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Działalność w Internecie

Social media (FB, YT, Instagram)

- prowadzone po polsku i angielsku
- 3 strony FB profilowane pod kątem odbiorców:
  - Łódzka Informacja Turystyczna / Lodz Tourist Informartion – turyści indywidualni
  - Łódzka Organizacja Turystyczna / Lodz Tourism Organization – branża turystyczna, dziennikarze, członkowie ŁOT
  - Łódź Convention Bureau – meeting & event plannerzy, dziennikarze MICE, korporaci, agencje eventowe
- FB: 10.748 fanów;
- FB: 2,19 mln zasięg postów i blisko 110 tys. zaangażowanych użytkowników;
- YT: 314 tys. wyświetleń łódzkich filmów;
- wspólne kampanie reklamowe z członkami ŁOT w układzie 50/50





ŁÓDZKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Kampania Lonely Planet

- Czas realizacji: od 23.X.2018 do końca roku
- Obszar realizacji: Polska, Bawaria, Wielka Brytania i Irlandia w korelacji z połączeniami lotniczymi z Łodzi
- Partnerzy główni: Polska Organizacja Turystyczna, Miasto Łódź, MAKiS, Andels Łódź, DoubleTree by Hilton Łódź, Ryanair, Lufthansa
- Partnerzy uzupełniający: Urząd Marszałkowski w Łodzi, Ministerstwo Spraw Zagranicznych, Regionalna Organizacja Turystyczna Województwa Łódzkiego, Polska Izba Turystyki, PTTK, IGHP, pozostali członkowie ŁOT
- Formaty: podstrona BVD w 4 językach, dedykowane wideo (3 wersje długości, w sumie w 8 językach), materiały prasowe (3 języki), prezentacje (4 języki), kilkadziesiąt formatów graficznych
- Narzędzia: public relations, sieć reklamowa Google, retargeting, CRM, social media (FB, YT, Instagram)

ŁÓDZKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

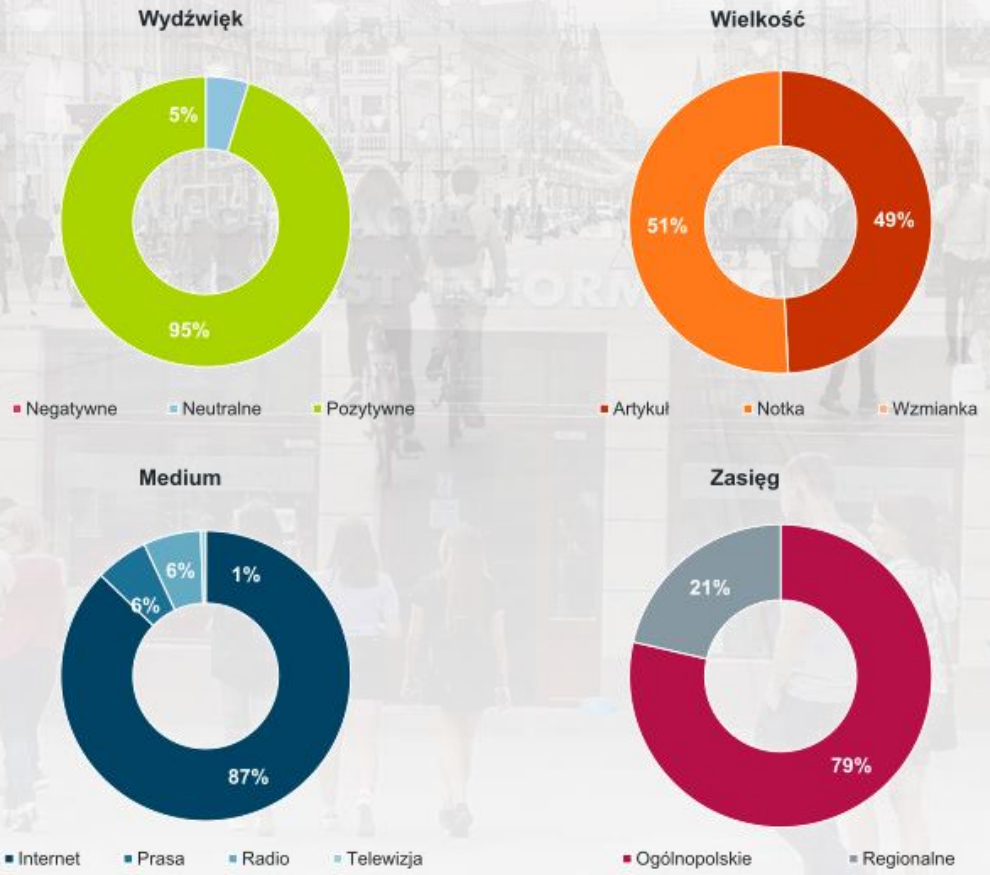
Kampania Lonely Planet

ŁÓDŹ W RANKINGU LONELY PLANET
PODSUMOWANIE PRZEKAZU MEDIALNEGO NA OBSZARZE POLSKI

187
LICZBA PUBLIKACJI

2 967 891
DOTARCIE PRZEKAZU

1 670 452 zł
WARTOŚĆ AVE PRZEKAZU



A ponadto:

- ❖10,5 mln wyświetleń reklam
- ❖441 tysięcy wyświetleń filmów w ramach kampanii
- ❖Ponad 20.000 unikalnych użytkowników na portalu www.lodz.travel
- ❖Reklamy Łodzi sponsorowane przez Partnerów w holenderskiej i amerykańskiej edycji magazynu Lonely Planet
- ❖ Ponad 120 artykułów lub wzmianek w mediach zagranicznych
- ❖ CTR 0,38%, CPC – 0,45 zł

ŁÓDZKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Kampania Ryanair

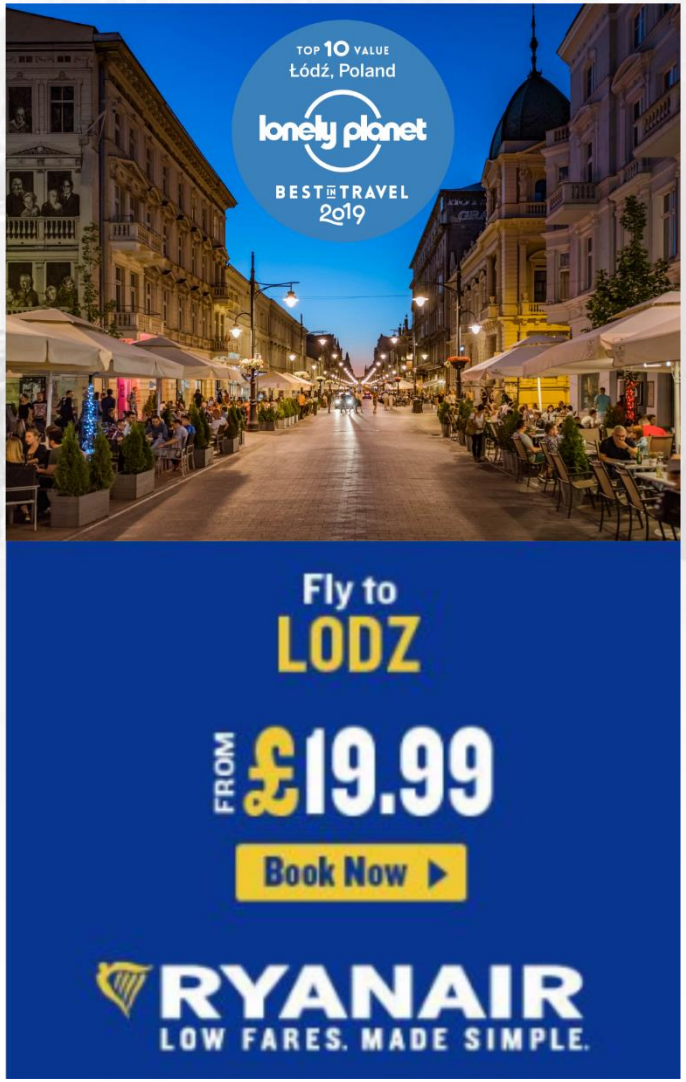
2 edycje kampanii z Ryanair w UK:

Wakacyjna

- na obszarze Wielkiego Londynu – VI/VII – 5 tygodni – 3,6 mln wyświetleń
- 811 rezerwacji / CPA 19,73EUR
- Landing page, bannery i artykuły na stronie Ryanair.com, social media, CRM - newsletter, retargeting, blogerzy (film – 71830 zasięg osób)
- liczba Brytyjczyków na trasie Łódź – Londyn w okresie wakacji +22,9%

Jesienno-zimowa z tematem Lonely Planet

- Realizacja 23.10 – 20.11, obszar realizacji i narzędzia podobne, zasięg 4,629 mln wyświetleń
- Wykorzystanie motywu Best Value Destination od Lonely Planet
- 1546 rezerwacji / CPA 10,34EUR



ŁÓDZKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Polska za pół ceny

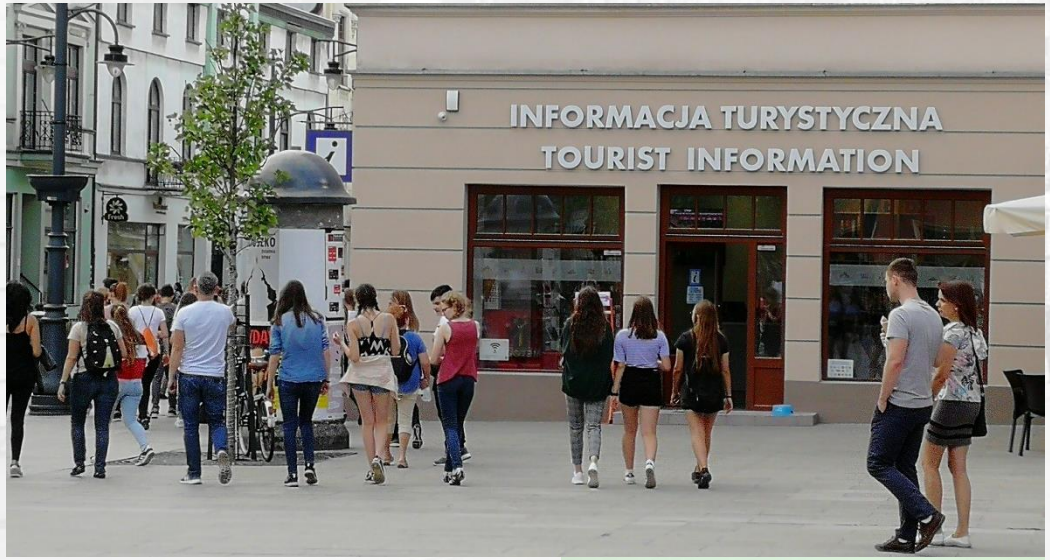
„Łódź za pół ceny" – promocja oferty podmiotów biorących udział w akcji POT „Polska zobacz więcej – weekend za pół ceny".

- Edycja wiosenna – marzec 2019; jesienna – październik 2018
- Akcja informacyjna wśród podmiotów członkowskich ŁOT, zachęta do uczestnictwa
- Dystrybucja oficjalnych materiałów POT w kanałach social media, na portalu lodz.travel oraz na telebimie w Informacji Turystycznej
- Budowa działu „Łódź za pół ceny" na stronie lodz.travel z opisami ofert w PL i ENG
- Promocja ofert podmiotów członkowskich na fanpejdżu Łódzkiej Informacji Turystycznej
- Koordynacja działań promocyjnych i wymiana informacji
- Bezpośrednia promocja ofert skierowana do turystów indywidualnych odwiedzających punkt informacji

15-17 marca
POLSKA ZOBACZ WIĘCEJ
WEEKEND ZA PÓŁ CENY
-50%

ŁÓDZKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Informacja Turystyczna



Łódzka Informacja Turystyczna ul. Piotrkowska 28

- informatorzy z językami polskim, angielskim, niemieckim, włoskim i rosyjskim
- **26035** osób odwiedzających, w tym **5859** z zagranicy
- najlepsze miesiące: wrzesień, sierpień, lipiec, maj
- 4,7 / 5 – średnia opinia użytkowników Google (61 opini)
- od maja 2018 – sklepik turysty, 75 różnych produktów związanych z Łodzią w ramach działalności gospodarczej ŁOT
- Autorskie serie pamiątek, wyjątkowe na łódzkim rynku

- Narodowości turystów odwiedzających ŁIT:
  - Polacy – 77%
  - Niemcy – 4,1%
  - Hiszpanie – 2,7%
  - Francuzi – 2,1%
  - Brytyjczycy – 1,8%
  - Ukraińcy – 1,6%
  - Włosi – 1,3%
  - Pozostałe nacje: 7,7%
- IT czynne 7 dni w tygodniu, 360 dni w roku, otwarcie 1.01.2018 r.

ŁÓDZKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA

Informacja Turystyczna

GOOGLE - OPINIE UŻYTKOWNIKÓW
średnia ocena: 4,7/5

Wspaniali ludzie, pomocni, życzliwi, z pasją opowiadający o swoim mieście. Można na nich liczyć, o czym się przekonałam przy kontakcie bezpośrednim 17 września, jak i później na fb, przy planowaniu kolejnych wycieczek do Łodzi.
Małgorzata, wrzesień 2018

Bardzo fajne miejsce. Wyróżnia się na tle informacji turystycznych. Po samym wejściu klient już czuje się wyjątkowo bo witany jest jakby był co najmniej stałym bywalcem. Obsługa usmiechnięta, zajmuje się każdym kto wejdzie bez zostawiania go na czekanie aż innym osobom zostanie udzielona porada. W niektórych IT nagminne są przypadki, że turyści rodzinni lub z zagranicy są obsługiwani z wielką attencją, a jak wejdzie ktoś solo to czeka i nikt się nim nie interesuje. Tu jest inaczej. Chłopak mnie obsługujący (szczupły, młody, 23.IX.2018 około godz. 16) zarażał optymizmem i podejściem do Łodzi jakby to było najpiękniejsze miasto świata. Pełen profesjopnalizm.
Cezary, wrzesień 2018

W informacji byłem 12/08/2018 rano. Chyba nigdzie nie spotkałem osób które z taką pasją mówią o swoim mieście i tak dużo ciekawych rzeczy chcą przekazać. Właściwe osoby na właściwym miejscu.
Rafał, sierpień 2018

Bardzo przyjemna i pomocna obsługa. Polecam odwiedziny przed zwiedzaniem Łodzi.
Misiek, wrzesień 2018

ŁÓDZKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Wydawnictwa

- Współpraca z Partnerami
- Łódź na Weekend – wersje PL/ENG; FR/DE; PL/RUS; w przygotowaniu RUS/UA i ITA/ESP, łączne nakłady 16.000 egz. + 10.000 egz. po stronie UMŁ
- Turystyczna mapa okolic Manufaktury PL/ENG – nakład: 50.000 egz.
- Turystyczna mapa Łodzi dla Port Łódź PL/RUS/UA – nakład: 50.000 egz.
- Mapa łódzkiego street artu PL/ENG – nakład: 5000 egz.
- Rozpoczęcie przygotowań do wprowadzenia broszury o Łodzi w 11 językach
- Kolportaż wśród członków i gości ŁOT, w sieci informacji turystycznej, na imprezach targowych, prezentacjach, konferencjach branżowych, w teczkach konferencyjnych

Łódzkie publikacje

ŁÓDZKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA

Podróże studyjne

PRASOWE

24 PODRÓŻE

98 OSÓB

BRANŻOWE

9 PODRÓŻY

89 OSÓB

ŁÓDZKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Podróże studyjne

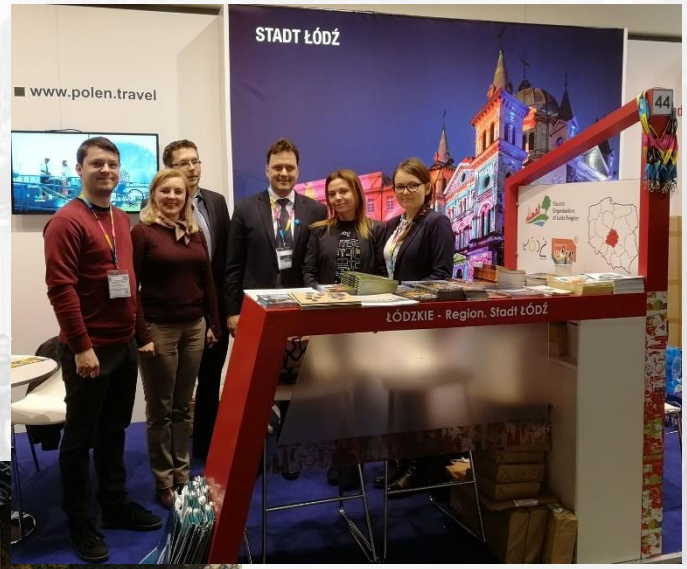
Wybrane podróże studyjne i ekwiwalenty reklamowe:

- Francja – **Grazia** – artykuł prasowy, artykuł online – 45 120 €
- Francja – Dynamic Seniors – artykuł online – 10 000 €
- Francja – **Marie Claire Idees** – artykuł prasowy, artykuł online – 162 000
- Francja – Putsch – dwa artykuły online – 9 000 €
- Rosja – Lisa – artykuł prasowy, artykuł online – 8 000 €
- Kazachstan – Caravan – artykuł online – 640 €
- Belgia – Knack Weekend – artykuł online – 33 000 €
- Francja – Les Inrockuptibles – artykuł online – 14 000 €
- WLK. Brytania – **The Sun** – artykuł prasowy, artykuł online – 50 000 €
- Niemcy – **Tagesspiegel Sonntag** – artykuł prasowy+artykuł online 100 000 €
- Finlandia – Suomi-Puola – artykuł prasowy
- USA – Recommend – artykuł online
- Ukraina – bloger Pavlo Fedykovych – artykuł online + Łódź w **CNN Travel**

ŁÓDZKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Targi i prezentacje

- I - **Forum Branży Eventowej** w Warszawie (współpraca Novotel Łódź Centrum, Acora Events, MAKiS, Grupa Fabricum, EXPO Łódź, FotoSaloniki)
- II - **Salon de Vacances Bruksela** (współpraca Lodzkie House, ZOPOT Bruksela, Acora Events)
- III - **ITB w Berlinie** (współpraca POT, ZOPOT Berlin, Urząd Marszałkowski w Łodzi, Miasto Łódź)
- III - Mahana Lyon (ZOPOT Paryż, GO2 Łódź)
- III - GLOB Katowice (Urząd Marszałkowski w Łodzi, Miasto Łódź)
- IV - **Routes Europe Bilbao** (Lotnisko im. W. Reymonta)
- VI - Meeting Planner Destination Day w Krakowie (członkowie MICE)
- X - Tour-Salon w Poznaniu (Urząd Marszałkowski w Łodzi, Miasto Łódź)
- IX - MIXER Regionalny w Łodzi (współpraca członkowie ŁOT)
- IX - Business Traveller and MICE Faris w Amsterdamie (Lodzkie House)
- XI - **World Travel Market Londyn** (współpraca POT, ZOPOT Londyn, BIS Lufthansa City Center)



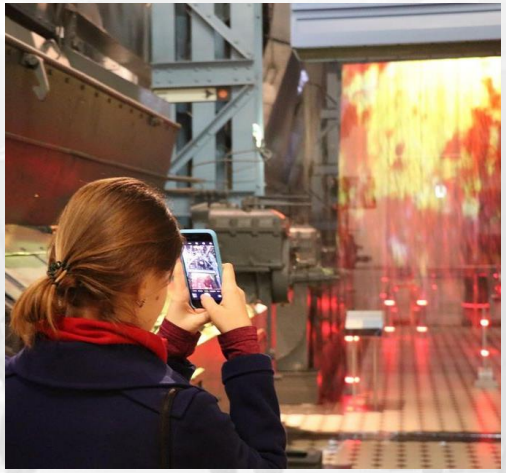
ŁÓDZKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Organizacja wydarzeń

Forum Polsko-Ukraińskie (9.XI.2018)

Organizacja we współpracy z Polską Organizacją Turystyczną i Zagranicznym Ośrodkiem POT w Kijowie oraz partnerami lokalnymi forum dla polskich i ukraińskich touroperatorów w hotelu **Novotel Łódź Centrum******

- Rozmowy między polskimi i ukraińskimi touroperatorami w formule speed dates (42 firmy)
- Site inspection w hotelu Novotel i Boutique Hotel'
- Zapoznanie gości z miastem, również za pomocą integracyjnej gry miejskiej



Wigilia Branży Turystycznej

Współorganizacja wraz z:

- Polską Izbą Turystyki Oddział Łódzki
- Regionalną Organizacją Turystyczną Województwa Łódzkiego

wigilii branży turystycznej w hotelu **Holiday Inn Łódź******, pomoc firmy DJ Show

ŁÓDZKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Projekty

1. Medialne Łódzkie – współfinansowanie Urząd Marszałkowski w Łodzi

- 2 podróże studyjne dla dziennikarzy z Belgii oraz z Polski podczas Light Move Festivalu
- Efekty ukazały się na blogach oraz w magazynach turystycznych z tych krajów

2. **Łódź Free Summer Walks** – współfinansowanie Urząd Miasta Łodzi

- Cykl darmowych spacerów po Łodzi dla obcokrajowców podczas wakacji (każda sobota, dodatkowe spacery podczas Święta Łodzi)
- Autorskie spacery prowadzone przez profesjonalnych przewodników miejskich
- Udział kilkuset uczestników z całego świata
- Promocja w social media, ulotki w hotelach, poprzez Partnerów, public relations

3. **Łódzki Bilet Turystyczny** – partnerstwo Rada Miejska w Łodzi, MPK Sp. z o.o., obiekty noclegowe – członkowie ŁOT.

- Bilet przeznaczony dla odwiedzających Łódź gości
- Ważny przez trzy dowolne dni na wszystkich liniach tramwajowych, autobusowych i ŁKA w granicach miasta Łodzi
- Dostępny w niektórych hotelach

ŁÓDZKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Zespół ŁOT

W skład zespołu ŁOT wchodzą:

- 4 informatorów turystycznych jako Łódzka Informacja Turystyczna

- 3 pracowników biura, w tym Łódź Convention Bureau

-1 osobowy Zarząd

A poza tym:

- 67 członków Organizacji

- 7-osobowa Rada Programowa (społeczna)

- 3-osobowa Komisja Rewizyjna (społeczna)

- Dziesiątki Partnerów i współpracowników na całym świecie

ŁÓDZKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA

PROJEKTY WSPÓŁPRACY W RAMACH ŁÓDZKIEJ ORGANIZACJI TURYSTYCZNEJ 2019

ŁÓDZKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Materiały elektroniczne do aktualności www.lodz.travel / newsletter

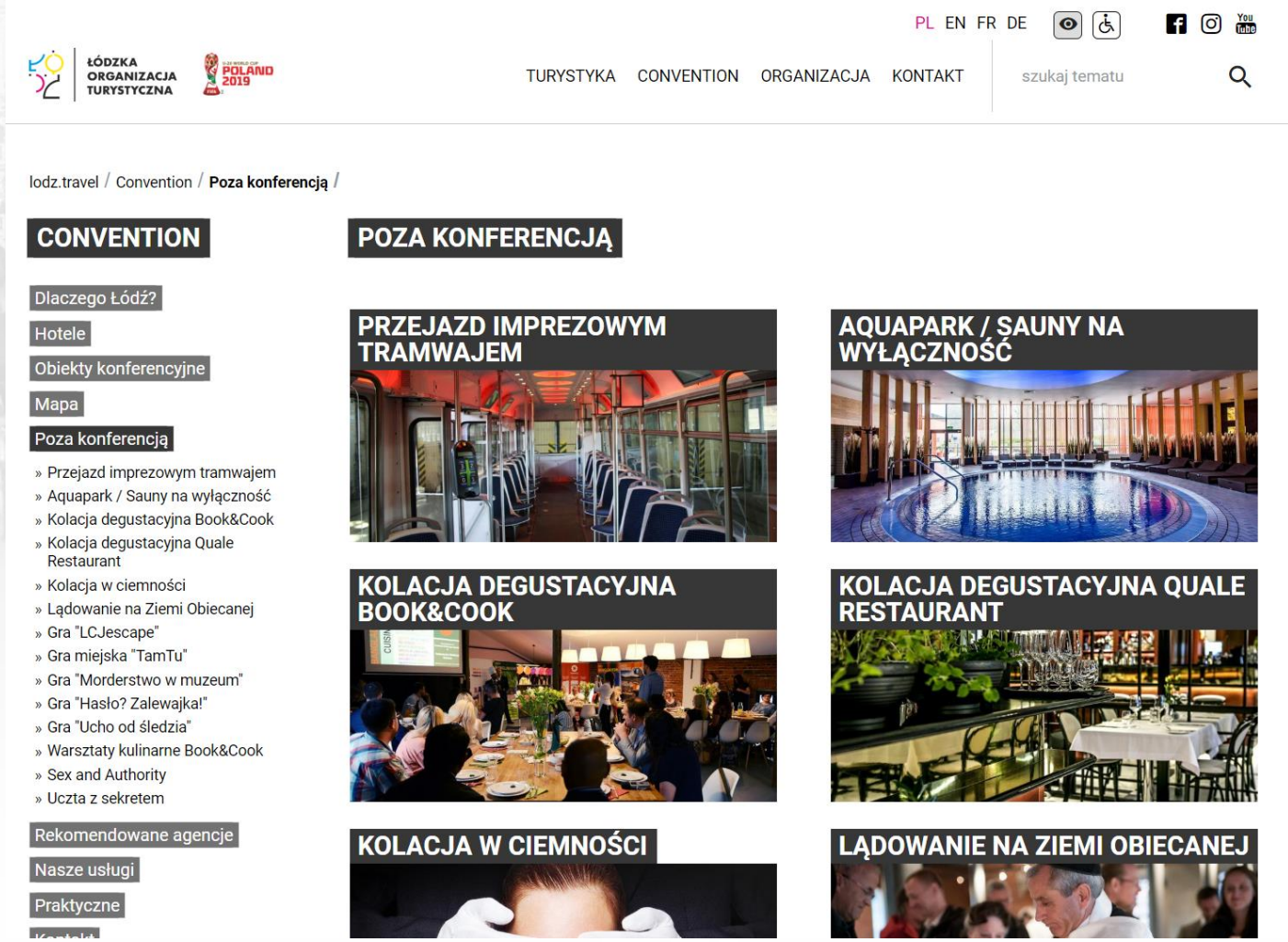
- Możliwość bezpłatnego przekazywania materiałów do aktualności dedykowanych turystom odwiedzających Łódź (wydarzenia, nowe inwestycje, nowe produkty, dane statystyczne etc.)
- Umieszczenie w dziale aktualności, a następnie w newsletterze (wysyłka co wtorek)
- Docelowo ŁOT będzie posiadał 2 newslettery:
  - Wewnętrzny dla członków ŁOT (sprawy Organizacji, spotkania wewnętrzne, oferty dla członków)
  - Zewnętrzny dla turystów, dziennikarzy, Partnerów etc.

Kontakt:
Natalia Salamon,
Natalia.Salamon@lodz.travel, +48 722 005 314

ŁÓDZKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Oferty produktowe do działów CO ROBIĆ? POZA KONFERENCJĄ CZŁONKOWIE według szablonu

- Możliwość ulokowania na stałe na stronie www.lodz.travel konkretnych ofert dedykowanych turystom indywidualnym (dział CO ROBIĆ?) lub biznesowym (dział POZA KONFERENCJĄ)
- Oferty tłumaczone przez ŁOT na języku portalowe jeśli produkt jest dostępny w danym języku
- Określony format danych do przesłania (zdjęcie / a, tytuł, lead, opis, dane praktyczne, link do strony rezerwacyjnej, kontakt, liczba min / max odbiorców, języki etc.)

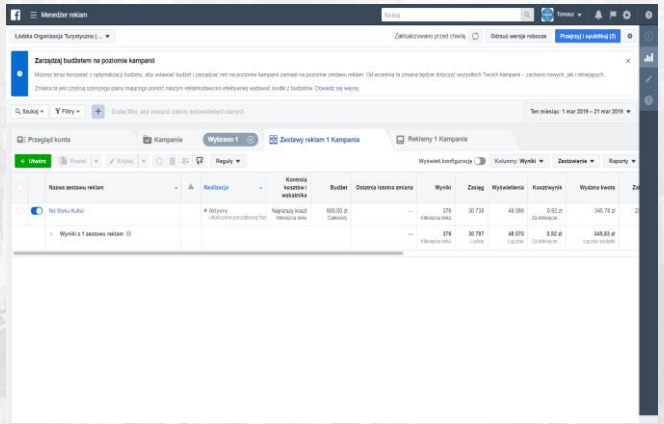


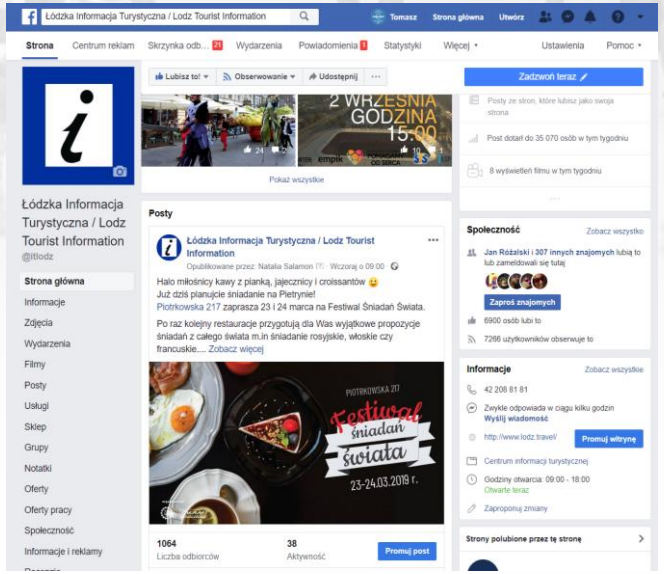
Kontakt:
Produkty MICE: Robert Zintera, robert.zintera@lodz.travel, +48 722 002 873
Produkty Leisure: Hubert Koper, hubert.koper@lodz.travel, +48 722 005 315

ŁÓDZKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Social media kampanie reklamowe 50/50
Content marketing

- Stała współpraca reklamowa dla członków ŁOT na stronach FB ŁOT, ŁIT i ŁCB przez cały rok
- 50% kosztów działania pokrywa ŁOT / 50% po stronie Partnera
- Kampanie profilowane każdorazowo pod oczekiwanie Partnera (zasięg, odbiorcy, budżet, treść), monitoring efektów
- Max budżet kampanii 1000 zł / realizację
- Możliwość bezpłatnego przesyłania sprofilowanych, przygotowanych informacji na profile ŁOT – turystyka indywidualna, ŁOT - informacje branżowe i ŁCB – oferty MICE (content marketing)





Kontakt:
Kampanie 50/50:
Robert Zintera, Robert.zintera@lodz.travel, +48 722 002 873
Content marketing:
Natalia Salamon, natalia.salamon@lodz.travel, +48 722 005 314

ŁÓDZKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Współpraca przy realizacji wizyt studyjnych na etapie rekrutacji

- Grupy docelowe: dziennikarze, meeting plannerzy, blogosfera, YouTuberzy, korporaci
- Rynki priorytetowe: Polska, Wielka Brytania, Niemcy, Izrael, Ukraina
- Analiza potencjału związanego z daną podróżą
- Wspólny program na Łódź ze szczególnym uwzględnieniem oferty Partnera, obsługa Gości ze strony ŁOT, monitorowanie efektów podróży.

Kontakt:
Paulina Machałowska, paulina.machalowska@lodz.travel, +48 722 005 316

ŁÓDZKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

MEETING PLANNER MICE TOUR ŁÓDŹ 2019 - Lunch networkingowy w restauracji NOVO²

- **TERMIN: 12 kwietnia 2019 (piątek) godz. 13:30-14:30**
- 20 przedstawicieli agencji eventowych i firm
- Integracja biznesowa gości z członkami ŁOT
- Max 1 przedstawiciel z danej firmy/instytucji
- Zgłoszenia najpóźniej do 08.04.2019 r.

MeetingPlanner.pl

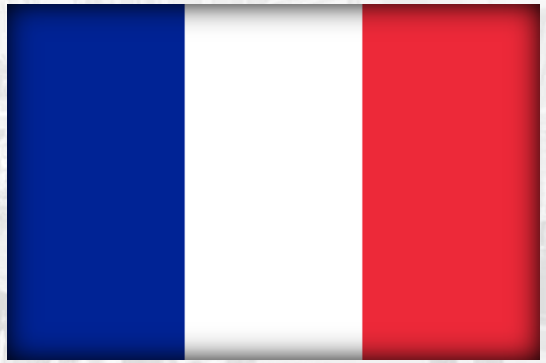
Kontakt:

Robert Zintera, robert.zintera@lodz.travel, +48 722 002 873

ŁÓDZKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Współpraca przy realizacji wizyty studyjnej z PolandPops dla francuskich meeting plannerów

- TERMIN: 5-7 lipca 2019
- Ok. 10 organizatorów wydarzeń typu MICE
- Obiekty i aktywności wyjątkowe, charakterystyczne tylko dla Łodzi
- Hotele, Restauracje
- Przestrzenie konferencyjne/eventowe
- Aktywności (np. gry miejskie)



PolandPops
MEETINGS & INCENTIVES

Kontakt:
Robert Zintera, robert.zintera@lodz.travel, +48 722 002 873

ŁÓDZKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Współpraca przy realizacji wizyt studyjnych dla pracowników Mazurkas Travel (MICE i Leasure)

- TERMIN:
  - dla działu MICE – wakacje 2019
  - dla działu Leasure – jesień 2019
- Planowane dwie wizyty MICE i Leasure
- Obiekty i aktywności odpowiednie dla grup
- Hotele, Restauracje, Atrakcje turystyczne
- Przestrzenie konferencyjne/eventowe
- Aktywności (np. gry miejskie)

MAZURKAS Travel

Kontakt:

Robert Zintera, robert.zintera@lodz.travel, +48 722 002 873

ŁÓDZKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Dane ruchu turystycznego i rynku MICE

- Comiesięczny raport STR dla członków ŁOT (od IV.2019 r.)
- Zbiórka danych z ilości sprzedanych biletów z łódzkich atrakcji turystycznych (muzea, teatry, atrakcje biletowane)
- Dane z raportu Urzędu Marszałkowskiego odnośnie turystyki w Łodzi i regionie łódzkiego za 2018 rok
- Dane z rynku spotkań (MICE) – przesyłane raz do roku na początku stycznia

Kontakt:
Dane MICE: Robert Zintera, robert.zintera@lodz.travel, +48 722 002 873
Dane turystyczne: Tomasz Koralewski, Tomasz.Koralewski@lodz.travel, +48 722 005 318

ŁÓDZKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Współpraca filmowa z Tułódź.pl

- Produkcja klipu wizytówki PL/ENG ok. 30 sekund / wywiadu ok. 5 minut PL o produktach turystycznych / ofercie poszczególnych członków ŁOT
- Gwarantowana emisja na TuŁódź.pl oraz w narzędziach ŁOT
- Oferta przedłużona na cały rok
- Koszt 1230 zł brutto z czego – 50% kosztów pokrywa ŁOT

Kontakt:
Piotr Kowalczyk, piotr.kowalczyk@lodz.travel, +48 722 005 314
Tomasz Talaga, t.talaga@tulodz.com, +48 607 302 527

ŁÓDZKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Oferta hotelowa na FIFA U20

- Oferta hoteli / obiektów noclegowych należących do ŁOT dla kibiców Mistrzostwa Świata FIFA U20 (stałe ceny, specjalne rabaty, oferty specjalne)
- Dystrybucja poprzez ambasady krajów biorących udział w wydarzeniu
- Dystrybucja poprzez stronę Łodzi poświęconą wydarzeniu:

https://uml.lodz.pl/czas-wolny/sport/mistrzostwa-swiata-fifa-u-20/

- Materiał przesyłać do 01.04.2019 r.

Kontakt:

Hubert Koper, hubert.koper@lodz.travel, +48 722 005 315

ŁÓDZKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Oferta touroperatorska na Izrael

- Propozycje touroperatorów
- Potrzebne są 3-4 dniowe programy turystyczne po Łodzi
  - City break (rozrywka, kasyna, escape roomy)
  - oferty shopping & fashion (zakupy)
  - oferty spa & wellness (oferta z elementami „zielonymi” – parki, rozrywka w parkach wodnych, termach)
  - oferty heritage trips związana z żydowskim dziedzictwem Łodzi, muzea, miejsca pamięci, motyw przewodni zwiedzanie.
- Dystrybucja wśród izraelskich touroperatorów i przewoźników lotniczych, realizacja workshopu w Tel-Avivie (13.V.2019)
- Cena produktu max do 400$ bez kosztów przelotu

Kontakt:
Tomasz Koralewski, Tomasz.Koralewski@lodz.travel, +48 722 005 318

ŁÓDZKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Materiały na targi/wydarzenia

- DOZ Maraton (do 03.04.2019)
- FreeTime Gdańsk (do 03.04.2019)
- Targi Turystyki Poprzemysłowej Zabrze (do 03.04.2019)
- Meeting Planner MICE Tour Łódź (10.04.2019)
- Piknik nad Odrą Szczecin (do 07.05.2019)
- Imprezy biegowe Poznań / Warszawa (jesień – do 31.08.2019)

Kontakt:

Paulina Machałowska, paulina.machalowska@lodz.travel, +48 722 005 316

Dostawy do ŁOT / ŁIT, ul. Piotrkowska 28/2U, możliwy dojazd codziennie do godziny 11.00 pod same drzwi ŁIT.

ŁÓDZKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Współpraca z ICCA - warsztat

- Łódź została członkiem ICCA (The International Congress and Convention Association) od 02.2019
- Dostęp do bazy danych 75000 spotkań wraz z opcjami filtrowania (wielkość, długość, branża etc.)
- Dostęp do danych kontaktowych Organizatora
- Spotkanie robocze dotyczące opracowania zasad współpracy z członkami ŁOT dla łódzkich obiektów / PCO

– proponowany termin: **17 kwietnia 2019 r.**

Osobne zaproszenie będzie kierowane mailem.

Kontakt:

Robert Zintera, robert.zintera@lodz.travel, +48 722 002 873

ŁÓDZKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Teczka konferencyjna

- materiał dedykowany organizatorom wydarzeń konferencyjnych w Łodzi
- teczka, list powitalny (wersje PL / ENG), notes, długopis, folder Łódź na Weekend, mapa turystyczna)
- członkowie ŁOT - 5 PLN / komplet
- Nie członkowie ŁOT – 8 PLN / komplet

Kontakt:

Robert Zintera,
Robert.zintera@lodz.travel,
+48 722 002 873

ŁÓDZKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Kwartalne spotkania networkingowe ŁOT

- Spotkania tematyczne członków ŁOT
- Możliwość zapoznania się z nowymi produktami oraz wymiany opinii, konsultacji realizowanych projektów
- 1 spotkanie / kwartał

II kwartał: Spotkanie w Hotelu PURO**, Ogrodowa 16** – termin i godzina oraz zakres tematyczny spotkania będzie podana na początku kwietnia.

III kwartał ……. (prosimy o propozycje)

IV kwartał ……. (prosimy o propozycje)

Kontakt:

Natalia Salamon, natalia.salamon@lodz.travel, +48 722 005 314

ŁÓDZKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Wspólne konferencje prasowe

- Nowy produkt, nowa atrakcja, nowy obiekt hotelowy?
- Nowe dane sprzedażowe?
- Ciekawe wydarzenie dedykowane turystom?

Wspólna konferencja prasowa obsługiwana po akceptacji tematu przez dział prasowy UMŁ:

- zaproszenia do dziennikarzy z Łodzi
- przekazanie komunikatu prasowego dziennikarzom z bazy
- możliwy udział przedstawiciela UMŁ / ŁOT

Kontakt:

Tomasz Koralewski, Tomasz.Koralewski@lodz.travel, +48 722 005 318

ŁÓDZKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Materiały informacyjne - dystrybucja

- Planowane znaczące zwiększenie nakładów wydawnictw produkowanych przez Miasto Łódź i ŁOT
- Materiały będą dostępne w różnych językach (PL, ENG, DEU, ITA, ESP, UKR, ROS, HEB, ESPERANTO, JAP, CZE)
- Dystrybucja wśród członków ŁOT będzie bezpłatna
- Już teraz dostępne są:
  - Mapy wydzieranki A3 PL / ENG, podkład turystyczny + podstawowa informacja turystyczna
  - Mapa wydzieranka A3 PL / ROS / UKR, podkład turystyczny, opis TOP atrakcji, plan PORT ŁÓDŹ
  - Mapa wydzieranka A3 Łódzkie mural PL / ENG
  - Łódź na Weekend PL / ENG
- Pozostałe wydawnictwa dostępne w okresie od IV/V 2019

Kontakt:
Piotr Kowalczyk, piotr.kowalczyk@lodz.travel, +48 722 005 314

ŁÓDZKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Łódź na weekend - reklama

- Łódź na weekend ESP / ITA; ROS / UKR oraz przy wznowieniach również w wersjach PL / ENG i DEU / FRA
- **Tylko III i IV okładka**
- Format 21 x 21 cm bez możliwości dzielenia
- Ceny uzależnione od nakładu – oferta będzie dostępna do 10.04.2019

Kontakt dla potencjalnie zainteresowanych:

Piotr Kowalczyk, piotr.kowalczyk@lodz.travel, +48 722 005 314

ŁÓDZKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Kampanie produktowo-wizerunkowe MICE

- Możliwość wspólnej prezentacji Łodzi i firm członkowskich w magazynach MICE, w wydaniach krajowych oraz zagranicznych na IMEX Frankfurt i IBTM Barcelona
- Tytuły: Think Mice, Event Managment, Mice Poland
- Po stronie ŁOT:
  - Negocjacja powierzchni / świadczeń u wydawcy dla wszystkich zainteresowanych podmiotów
  - Materiał wizerunkowy dla Łodzi z adresem www.lodz.travel jako landing page
  - Przygotowanie oferty na mniejsze formaty dla członków ŁOT (1 strona, ½ strony, ¼ strony, ew. formaty specjalne z uwzględnieniem dofinansowania ŁOT)
- Do 14.04.2019 – kontakt od podmiotów wstępnie zainteresowanych tą formą reklamy ze wskazaniem okresu, tytułu i ew. formatu.

Kontakt:
Robert Zintera, robert.zintera@lodz.travel, +48 722 002 873

ŁÓDZKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Łódzka Karta Turysty - warsztat

- Łódzka Karta Turysty – w Łodzi realizowany będzie model poznański
- Personalizowana karta turystyczna 1-dniowa lub 3-dniowa z opcją dołączenia turystycznego biletu komunikacyjnego
- Do każdej karty dołączany będzie przewodnik z voucherami na poszczególne atrakcje
- Sprzedaż poprzez informację turystyczną i zainteresowanych Partnerów
- Projekt we wstępnej fazie rozwoju, będzie prezentowany na Radzie ŁOT w IV.2019, a następnie będzie konsultowany ze wszystkimi członkami ŁOT na warsztatowym spotkaniu roboczym (IV/V 2019)

Kontakt:

Hubert Koper, hubert.koper@lodz.travel, +48 722 005 315

ŁÓDZKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Bilet turystyczny

- 3-dniowy bilet turystyczny na wszystkie linie MPK i ŁKA na terenie Łodzi
- 5 zł / ulgowy; 10 zł / normalny
- Możliwość sprzedaży w obiektach noclegowych – członkach ŁOT
- Koszt sprzedaży = koszt zakupu – projekt marketingowy
- Element składowy przyszłej Łódzkiej Karty Turystycznej
- Oferta dla uczestników konferencji dla agencji eventowych i organizatorów targów

Kontakt:
Sprzedaż dla hoteli:
Piotr Miłek, piotr.milek@lodz.travel, +48 722 005 314
Sprzedaż dla MICE:
Robert Zintera, robert.zintera@lodz.travel, +48 722 002 873

ŁÓDZKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Sklepik ŁOT – oferta zniżkowa dla członków

- Sklep z pamiątkami i gadżetami łódzkimi działa przy Łódzkiej Informacji Turystycznej
- Obecnie około 100 produktów w ofercie:
  - ✓ magnesy (ok. 60 wzorów)
  - ✓ pocztówki (ok. 40 wzorów)
  - ✓ kubki, zestawy kart do gry, naparstki, dzwonki
  - ✓ własnej produkcji koszulki, skarpety, torby
  - ✓ zakładki, długopisy, ołówki
  - ✓ piny tworzone na miejscu w formie usługi
  - ✓ książki i przewodniki o Łodzi
- Członkowie ŁOT mają **stały rabat 30%** na cały asortyment
- Możliwość współpracy przy zorganizowaniu sklepu partnerskiego

Kontakt:
Hubert Koper, hubert.koper@lodz.travel, +48 722 005 315
Piotr Miłek, piotr.milek@lodz.travel, +48 722 005 314

ŁÓDZKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Łódzki Bank Wizerunków

- Łódzka Organizacja Turystyczna we współpracy z Miastem Łódź posiada Bank Wizerunków Łódzkich ze zdjęciami miasta i jego atrakcji turystycznych
- Prośba o stałe przesyłanie aktualnych materiałów zdjęciowych z możliwością wykorzystania najlepszych z nich w Banku
- Możliwość otrzymania zestawu fotografii do wykorzystania w Państwa ofertach
- W Banku posiadamy również filmy 30 sek., 104 sek. w wersjach: PL, ENG, DEU, FRA, ESP, ITA, ROS, UKR oraz prezentacje wizerunkowe Łodzi w językach PL / ENG / DEU / FRA / UKR

Kontakt:

Piotr Miłek, piotr.milek@lodz.travel, +48 722 005 314

ŁÓDZKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

DZIĘKUJĘ ZA UWAGĘ

Tomasz Koralewski

Prezes Zarządu

Łódzkiej Organizacji Turystycznej

Kontakty:

biuro@lodz.travel / tomasz.koralewski@lodz.travel / convention@lodz.travel

www.lodz.travel

www.facebook.com/lotlodz / www.facebook.com/itlodz / www.facebook.com/LodzConvention

Tel.: +48 722 005 318; ul. Piotrkowska 28, lok. 2U, 90-269 Łódź