

## Podstawy regionalnej kampanii promocyjnej „Śląskie. Na wyciągnięcie ręki” – założenia strategiczne

Regionalna kampania produktów turystycznych Województwa Śląskiego to kolejny krok rozpoczętego w 2007 roku procesu budowania marki regionalnej „Śląskie”. Jest to jednocześnie kontynuacja działań zmierzających do zmiany postaw społecznych wobec regionu śląskiego. Kampania konsekwentnie kładzie akcent na pozytywną energię, która jest cechą wyróżniającą nasze województwo i wpisuje się tym samym w kluczowe pojęcie strategii komunikacji marketingowej.

Przyjęta strategia zakłada, że poprawa samoświadomości mieszkańców Śląskiego to kluczowa kwestia procesu zmiany zewnętrznego wizerunku całego regionu. Od wiedzy, postaw i głoszonych poglądów samych mieszkańców województwa zależy w dużej mierze wizerunkowy sukces Śląskiego. Stąd, to właśnie mieszkańcy regionu stali się adresatami wszystkich aktywności wchodzących w skład realizowanej kampanii. Do głównych celów działań promocyjnych należy bowiem zainteresowanie mieszkańców Śląskiego ofertą turystyczną województwa, nakłonienie ich do aktywnego spędzania wolnego czasu i korzystania z atrakcji turystycznych regionu oraz uczynienie mieszkańców ambasadorami oferty turystycznej województwa.

Działania skierowane do mieszkańców Śląskiego, które rozpoczęły się wewnętrzną kampanią wizerunkową „Śląskie. Pozytywna energia” w 2008 roku, znajdują obecnie swoją kontynuację w kampanii „Śląskie. Na wyciągnięcie ręki”. Aktualne działania promocyjne podkreślają – zarówno w warstwie wizualnej, jak i słownej – bogactwo regionu w atrakcje turystyczne, reprezentujące różne rodzaje turystyki: turystykę kulturową, aktywną, sakralną i industrialną. Kampania kładzie nacisk na bliską lokalizację obiektów turystycznych, zachęca do zwiedzania i poznawania najbliższego turystycznego otoczenia oraz prezentuje Śląskie w świetle dobrej zabawy związanej z turystycznymi wyprawami.