



Hévízi Turisztikai Nonprofit Kft.

ÖSSZEFOGLALÓ A HÉVÍZI TURISZTIKAI NP KFT.

2019. ÉVI MARKETING EREDMÉNYEIRŐL

**Készítette: Fejes Edina, ügyvezető
Berta-Tóth Manuéla, munkatárs
Csorja Krisztina, munkatárs**

Hévíz, 2020. január 22.

BELFÖLD

ONLINE MEGJELENÉSEK

GOOGLE ADS / YOUTUBE

Google ADS hirdetési kampányt az első félévben február és június között két külön kampánytémában /"Hévíz, a közös szenvedélyünk és tavaszi-nyári üdülések/, míg 2019 második félévében szeptember közepétől december végéig egy kampánytémában /egészségmegőrzés, Hévízi Tradicionális Kúra, téli pihenés/ indítottunk.

Mindkét félévi belföldi Google ADS kampány **célja a foglalások és ajánlatkérések számának növelése a hévíz.hu-n keresztül**. A hévízi szállásfoglalásra buzdító hirdetések folyamatosak voltak, **kereső, display és remarketing** csatornákon egyaránt. Az első félévben átlagosan **43 Ft-os CPC-vel** (kattintási ár) és 1.370 Ft-os konverziós átlagárral futott a „search” kampány, **9%-os CTR** (átkattintási arány) mellett, **447 konverziót** (szállásfoglalás indítást, szállás keresést) generált. Az őszi-téli időszakban **9,2%-os CTR mellett, 42 Ft-os átlagos CPC-vel, 333 konverziót** generáltak a kampányok.

Belföldi Google ADS kampányunk 2019-ben **1.712.150 Ft-os költség** mellett, összesen **1.976.100 megjelenést, 30.900 átkattintást és 780 konverziót** ért el.

Összességében a **45+ korosztály** konvertál a leginkább és közülük is elsősorban a **nők**. A konverziók 54%-a, a kattintások 60%-a történt **mobilról**. A teljes időszak alatt a keresések 50%-ában jelentünk meg. A **dinamikus kereső hirdetés** (DSA) hozta a legtöbb konverziót az év második felében már **32 Ft-os átlagos CPS-vel**.

YouTube hirdetési kampányt a Google ADS hirdetésekkel teljesen összehangoltan indítottunk, hogy növeljük a remarketing adatbázist, melynek hatására az első fél évben összesen **278.700 nézője** volt videóinknak. A megszokott imázs videó helyett tematikus kisfilmekkel jelentünk meg a kampányban, melyek közül a wellness kényeztetés és a szauna bakik voltak a legnépszerűbbek. A második félében Magyarósi Csaba vlogger hévízi videójára indítottunk kampányt. A kampány eredményeként saját YouTube felületünkön **81.554 nézője** lett a videónak, és **plusz 195 új feliratkozója** lett a csatornának. **YouTube kampányaink** eredményeként videóinkat összesen **360.254 alkalommal** tekintették meg.

E-TARGET

E-target hirdetésekkel 2019 első félévben támogattuk a Google ADS kampányokat. A kampány kreatívjai megegyeztek a párhuzamosan futó Google ADS hirdetések kreatívjaival. Az E-Target kampány célja a foglalások növelésével szemben az **elérés és az olvasószám növelése**, és ezt a célt a kampány sikeresen teljesítette. A látogatók átlagosan **3,29 oldalt** néztek meg, átlagosan 02:12 percig tartózkodtak az oldalon.

Az első kampányra (február-március) összesen **11.595 kattintás érkezett 15.433.677 megjelenésből**, átlagosan **20 Ft-os kattintási áron**.

A második (április-március) kampányban **12.247 kattintás** érkezett **5.639.359 megjelenésből**, átlagosan **18 Ft-os kattintási áron**, a **CTR** kiemelkedő 0,13-0,86% között mozgott a native és CPC kampányban, a kettő átlaga **0,17%**. Etarget kampányaink összköltsége **600.000 Ft** volt.

SOCIAL MEDIA AKTIVITÁS

FACEBOOK

Az általunk működtetett két magyar nyelvű Facebook oldal követőinek száma a január 1-jei 75.193-ról 2019. december 31-re **82.443-ra** nőtt.

A főoldalként kezelt Hévíz az élet forrása oldalon 2019-ben összesen **668 organikus** (azaz nem hirdetett) **posztot** tettünk közzé, melyekkel összesen **3.397.467 embert és 329.795 aktivitást** (hozzászólás, megosztás, hivatkozáskattintás) értünk el. 14 organikus posztot **Facebook-játék keretében** meg is hirdettünk, ezekkel **további 715.163 elérést** generáltunk.

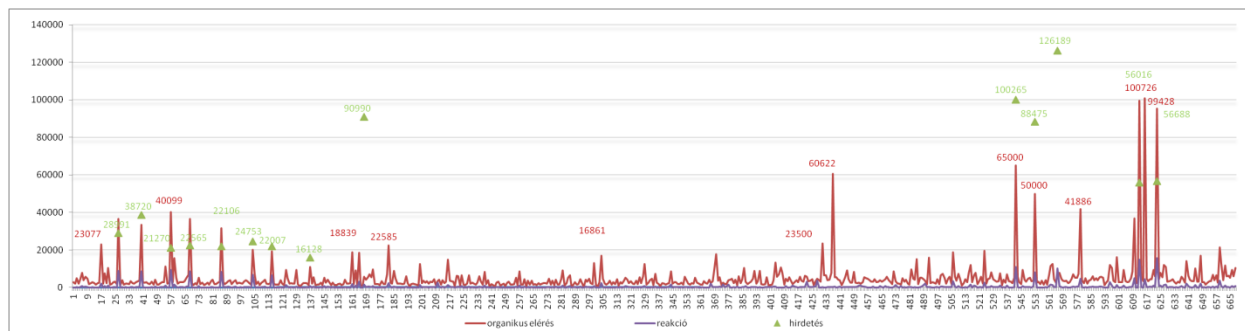
Január - márciusban futó "Hévíz a közös szenvedélyünk" 7 hetes Facebook-játékban **397.842 embert és 56.924 aktivitást** értünk el. A játékban összesen **3.621 egyéni játékos** vett részt hozzászólással és/vagy megosztással. Szeptember-októberi 3 hetes videós játékunkban **314.929 elérést és 8.056 hozzászólást** realizáltunk. November-decemberi 2 hetes videós játékunk **307.509 embert** ért el és **30.699 reakciót** generált.

Facebook oldalunk legnézettebb organikus posztja a **2019. november 27-i „Így készült el ma délutánra Hévíz csodás idei karácsonyfája...”**. A posztot csak a főoldalunkon **100.726-an látták**, ami jóval több, mint a teljes követőbázisunk.

FACEBOOK KAMPÁNYOK

A Hévíz az élet forrása Facebook oldalon az organikus posztok és a Facebook-játékok mellett, ezektől függetlenül a Google ADS kampányokkal összehangolva további kampányok is futottak. Április-június hónapokban **hírlevél-feliratkozást ösztönző, videó, és dinamikus remarketing** kampányokkal dolgoztunk. Szeptember-decemberi kampányunkban **hírlevél-feliratkozást célzó, szállásfoglalást ösztönző dinamikus remarketing, page like és brandépítő videó kampányok** futottak párhuzamosan több célcsoport számára.

A tavaszi időszakban **201.062 forint** költség mellett **207.870 elérést, 39.953 videó-megtekintést, remarketing kampányból 5.025 weboldalra kattintást és 2.328 hírlevél-feliratkozót** értünk el. Őszi-téli kampányunkban **407.381 forint** költség mellett **647.408 elérést, 1.875 hírlevél-feliratkozót, 45.955 videó-megtekintést** (15mp), dinamikus remarketinggel **2.879 weboldali kattintást és 142 konverziót** értünk el. Page like kampányunk hatására plusz **5.095-en** kezdték el követni oldalunkat.



@ILOVEHEVIZ INSTAGRAM

Instagram oldalunk követőinek száma január elején **2.060 fő** volt, ami december 31-re **7.218 főre** nőtt. Instagram oldalunkon organikus posztok mellett futottak **célpiaconkra optimalizált** (magyar, cseh, német, orosz, szlovák) **page like és brand építő kampányok**, valamint a tavaszi időszakban, 3 hónapon keresztül **követő gyűjtőrobot** is működött. Magyar nyelvterületre beállítva a tavaszi kampányban voltak direkt Instagram kampányok, az őszi-téli időszakban azonban a Facebook hirdetések kerültek ki az Instagram felületre is.

Tavaszi magyar kampányunkban **119.031 Ft** költség mellett **96.334 megjelenést és 64.131 aktivitást** értünk el. Követőink összetétele jelenleg: **40% magyar, 16% orosz, 11% cseh. 73% 25-54 év közötti**, további 17% pedig ennél is idősebb. Követőink **65%-a nő**.

ILOVEHEVIZ.BLOG.HU

Blogunkon egy év alatt összesen **34 blogbejegyzést** (videó bejegyzés vagy cikk) tettünk közzé, melyekkel összesen **13.754** olvasót értünk el.

2019 év elején az új trendeknek megfelelően frissítettük az loveheviz.blog.hu oldal megjelenését. Az index.hu blog rovata idén először közölte le több cikkünket is, összesen **7 alkalommal**, ami jelentősen megnövelte cikkeink olvasottságát. **Legnépszerűbb cikkünket**, az „Egy csomó faj csak itt él így együtt!” címűt, **3.142-en olvasták**. Cikkeinket minden esetben megosztjuk FB oldalunkon, és szinte kivétel nélkül átveszi őket a csodálatosbalaton.hu oldal is, ami tovább növeli az olvasottságot.

SZALLAS.HU

A Szallas.hu-val kialakított partnerkapcsolat eredményeként rendszeresen megjelenünk a szállásközvetítő Facebook posztjai között, **654.000 követőt** elérve ezáltal, valamint az Instagram oldalunkon is **9.400 követőt** megszólítva. Ezen felül februárban és októberben a szallas.hu/programok élményturisztikai oldal nyitóképe is Hévízt mutatta. Ennek a megjelenésnek a **reklámértéke milliós tétel**, mivel hazánk leglátogatottabb szállásközvetítő weblapján valósult meg.

CSODÁLATOSBALATON.HU ÉS CSODALATOSMAGYARORSZAG.HU

A portálcsaláddal kötött együttműködés keretében a hévízi **hírek és programok** folyamatosan megjelennek a régiós és országos weblapokon **magyar és német nyelven** egyaránt, kiegészülve a portfólióba tartozó Facebook oldalakkal is, melyeken havonta minimum 4 alkalommal saját **Facebook posztjainkat** is **megosztják**. Hévízt folyamatos főoldali kiemeléssel is erősítik a fenti honlapok. E

mellett évszakonként **10-10 db fotót** kaptunk Hévízárról, melyek nagy része légkép. Az éves együttműködés költsége **200.000 Ft** volt.

Csak a **csodalatosbalaton.hu** oldalon, a programajánlókon kívül **108 cikk jelent meg Hévízárról**, melyek jelentős része tőlünk átvett tartalom.

EGÉSZSÉ GKALAUZ.HU

A november **végi barterszerződés eredményeképp két** Hévízi Tradicionális Kúráról szóló **cikk** jelent meg az egészségkalauz.hu oldalon: Mozgásszervi fájdalmak enyhítése természetes módszerrel és Fáj a háta, a nyaka, a lába? Csillapítsa fájdalmát a hévízi víz és gyógyiszap természetes erejével! címen.

HÁZIPATIKA.COM

Október-novemberben, 3 hétig tartó kampányunk volt a Házipatika.com oldalon. **4 támogatott cikk** jelent meg a Házipatika.com Életmód rovatában a hát- és izomfájdalmak csökkentése témakörben. Ezzel párhuzamosan futott **banner kampányunk és natív hirdetésünk az oldal ajánlójában**. Az oldal Magyarország legolvasottabb egészségügyi oldala, havi szinten **600.000 lapletöltést** ér el.

A házipatika.com kampány **787.720 Ft** költség mellett **290.000 cikk megjelenést** ért el, a bannerek garantált **500.000 megjelenést**, az képes ajánló garantált **1.000 átkattintást** hozott saját landing oldalunkra.

NATÍV HIRDETÉSEK

Október-decemberben valósul meg natív hirdetési kampányunk. Hirdetéseink az őszi online kampányokhoz készült landing oldalra lettek irányítva, és kivétel nélkül az **egészségmegőrzés tematikát** követték. Legsikeresebb hirdetésünk a „Hát, váll izomgörcsök? 7 tipp a fájdalom csökkentéséhez!": **1.067.735 megjelenést, 7.766 átkattintást** ért el.

Natív kampányunkkal **600.000 forint** költség mellett, **4.425.103 megjelenést, 20.018 kattintást** értünk el, a **CTR 23,4% volt**.

YOUTUBE VLOGGER KOOPERÁCIÓ

Magyarósi Csaba jelenleg Magyarország egyik legnépszerűbb vloggere (306e YouTube feliratkozó). Szeptember 17-én publikálta hévízi vlogját „Emberi drónnal Hévíz felett” címmel, melyet felhasználtuk téli kampányainkhoz is. A filmet saját csatornára való feltöltési és 3 hónapos kampány kiemelési joggal kaptuk meg.

A hévízről szóló 27 perces vlog 1.905.000 forint költség mellett Csaba YouTube csatornáján **87.822 megtekintést**, saját YouTube csatornánkon további **140.000 megtekintést** ért el, és nagyon jó fogadtatásban részesült.

HÍRLEVELEK

Negyedévente küldünk hírlevelet aktuális ajánlatokról, programlehetőségekről magyar hírlevél feliratkozóink számára. Folyamatosan küldünk két havi hírlevelet tagjaink számára a marketing tevékenységről, havi rendszerességgel pedig a legrelevánsabb saját cikkeket gyűjtjük össze. Egy

alkalommal küldtünk ki sajtóközleményt, decemberben pedig karácsonyi üdvözetet szakmai partnereink számára.

Vendég **hírleveleink megnyitási átlaga** megközelítőleg **27%**, míg tagi hírleveleinket a címzettek **34%-a** olvassa. Hírlevél típustól függően a **továbbkattintási arány 1,5 és 4% között** oszlik el.

MINIVIDEÓK, IMAGE FILM

2018-ban szerződött, 10 videóról szóló megállapodásunk eredményeként 2019-ben **40.000 forint** költség mellett elkészült az utolsó **2 tematikus kisfilm**: boldog békeidők és családi nyaralás témakörben. A 10 elkészült videót és azok rövidített változatait hatékonyan használtuk fel online kampányainkban, a heviz.hu weboldalon és social média felületeinken, hiszen nyelvterülettől függetlenül felhasználhatók. Az elkészült kisfilmek partnereink számára szabadon letölthetők.

2019-ben **új hévízi image film** forgatására szerződöttünk. **550.000 forint** költség mellett készült végül el közel 2 perces új image filmünk, ami október 14-én került fel YouTube csatornánkra, és azóta **65.504 megtekintést** ért el, főleg német kampányainknak köszönhetően.

HÉVÍZRŐL MEGJELENT NEM FIZETETT HÍREK

2019-ben is számos Hévízről szóló hírről, érdekességről számoltak be az online hírportálok. Leggyakrabban, havonta akár 4-5 alkalommal a zaol.hu, csodalatosbalaton.hu, likebalaton.hu, termalfurdo.hu, termalonline.hu, hirstart.hu oldalakon jelentek meg Hévízről saját vagy átvett hírek, és havi szinten átlagosan 2 megjelenés mindig van az index.hu, hvg.hu, magyarnemzet.hu, hirado.hu és 24.hu oldalakon is.

TELEVÍZIÓ, RÁDIÓ MEGJELENÉSEK

RÁDIÓ

Vidéki rádiókban a tavaszi és az őszi kampányidőszakhoz igazodva, mindkét időszakban **1-1 héten át** futottak **20 mp-es hévízi spot**, **5 mp-es támogatói** és rádiós illetve online **nyeremény** kampányok.

Összesen **5 vidéki rádióban 1.110.234 forint** költség mellett, **1+1 hét alatt 436 megjelenést** (részben 20 mp-es reklámspot, részben 5 mp-es támogatói spot, részben szerkesztői tartalom), **138.506 elérést** (organikus Facebook posztban) és **10.511 Facebook reakciót** értünk el.

A **veszprémi Méz Rádióban** 1-1 héten át zajlott 20 mp-es reklám spot megjelenésünk, kiegészítve 5 mp-es támogatói spot megjelenéssel, valamint nyereményjátékkal. Az 1+1 hetes kampányban összesen **140 megjelenést** értünk el. Az őszi játékban **794 fő** vett részt. A 20 mp-es reklám spot naponta 5 alkalommal, az 5 mp-es támogatói spot pedig további napi 5 alkalommal került adásba.

A **Rádió 1 Szombathely** adón az idei évben reklám spot helyett 1-1 hetes online nyereményjáték megjelenésünk volt, mely a rádió Facebook oldalán kapott helyet, és kiegészült rádiós szerkesztői megjelenésekkel is. Összesen **60 megjelenésünk** volt a rádióban 1+1 hét alatt, a két online játékkal pedig **138.506 organikus megjelenést** és **10.511 reakciót** értünk el, ami kiemelkedőnek számít.

A **Paks FM rádióban** 2x1 héten át **84 alkalommal** hallhatták 20 mp-es reklám spotunkat, **42-szer** volt hallható 5 mp-es támogatói spotunk az időjárás jelentéshez, az útinformhoz, és a programajánlóhoz kapcsolódóan.

A **Rádió 1 Székesfehérvár** rádióadón 1+1 héten át, összesen **70 alkalommal** került adásba a 20 mp-es hévízi reklámszpot.

A **Kaposvár Rádióban** pedig összesen 40 alkalommal adták le a hévízi 20 mp-es reklámszpotot. Országos lefedettségű rádióban, a **Petőfi Rádióban** találkozhattak velünk a hallgatók, április 1-5. között. A reggeli műsorsáv 8 óra előtti **Filmes kitalálás** játékában ajánlottunk fel Hévízi ajándékcsomagot, Tófürdő belépőjegyekkel.

A Petőfi Rádió **571.500 forint** költség mellett, összesen **20 alkalommal** hangzott el a hévízi nyereményről szóló egyedi szpot, emellett a műsorvezetők plusz hozzászólásokkal is erősítették a hévízi megjelenést.

TELEVÍZIÓ

TURISZTIKAI MAGAZINMŰSOROK

A **TV2 Poggyász turisztikai magazin** műsorban **1.016.000 forint költség** mellett márciusban, áprilisban, májusban és decemberben is volt 10-10 perces megjelenésünk, tehát összesen **40 perc műsoridőnk**.

Az első adásban a Hunguest Hotel Helios volt a partnerünk, a megjelenés témája a **Páros romantika** Hévízen. Az áprilisi megjelenésben 5-5 percben osztoztunk az adásidőn a NaturMed Hotel Carbonával. A műsor témája **Kóstold meg Hévizt!**

Májusban az 10 perces megjelenést a Bonvital Wellness & Gastro Hotel Hévízzel osztottuk meg. A városi tartalom a **Kinesio Laborra és a zalacsányi golfozásra**, míg a hotel a **gasztronómiára és wellnessre** fókuszált.

Decemberben került adásba 2019. évi utolsó 10 perces adásunk, melyben az **adventi időszak programlehetőségei** kapták a főszerepet. Az utolsó 10 perces hévízi adást az MTÜ fizette, így azon hotelpartnerrel nem osztoztunk.

Az **RTL Klubon Kalandozó** turisztikai magazin műsorban **1.689.100 forint** költség mellett májusban, júliusban, szeptemberben, novemberben és decemberben kerültek adásba 10-10 perces, plusz egyszer 4 perces hévízi anyagaink, összesen **44 percben**.

A műsorok mindegyikében a Hévíz Gyógyfürdővel osztoztunk az egyenként 10 perces műsoridőn.

Az első, májusi adásban bemutattuk a **Kinesio Labort, volt szó allergénmentes étkezésről, és tavaszi aktív kikapcsolódásról** a városban, aminek keretében a műsorvezető segwayezett és gyrocopterezett. A júliusi adásban bemutattuk a **Tófürdő nyári szolgáltatás kínálatát**, a **város változatos programkínálatát**, a műsorvezető kipróbálta a kalandparkot és végül hőlégballonra is szállt. A szeptember adás a **Hévízi Tradicionális Kúráról** és a **modern prevenciók kezelésekről** szólt, valamint bemutattuk a **város borát**. Novemberben a késő őszi **wellnesst**, szépségügyi kezeléseket, fürdőzést, hévízi termelői **piacot** és a **zalai gasztronómiát** mutattuk be. A műsorszerkesztők a decemberi, legjobb pillanatokat tartalmazó vágott adásba is beválogatták Hévizt, így decemberben egy majdnem 4 perces megjelenés kaptunk grátisz.

Az **ATV és HírTV** adókon sugárzott **Hazahúzó turisztikai magazinműsor** stábja 2 hévízről szóló **45-45 perces** adást készített 2019-ben. A Hazahúzó megjelenésekért nem kell fizetni.

Az **ATV Hazahúzó stábja** két őszi adás anyagát vette fel Hévízen. Az **október 10 és 17-én** vetített műsorok egyike a város változatos **programkínálatát**, míg a másik az **aktív kikapcsolódási lehetőségeket** mutatta be.

ÉLŐ BEJELENTKEZÉSEK

Árpilis 11-én **1.090.000 forint** költség ellenében, élőben jelentkezett a Tófürdőről az **RTL Klub Reggeli** című **magazinműsorában** Papp Gergő.

A **2x9 perces élő bejelentkezés** első felében a Hévízi Tófürdő szolgáltatásairól, valamint a 13 séf rendezvényről beszélgetett, míg a második bejelentkezésben a Kinesio Laborról, és a felnőttbarát hotelről volt szó.

Az **MTVA 2** alkalommal, **helyszíni bejelentkezésekkel** tudósított a Híradóban a „**European Best Destination**” nevezés, valamint a **város bora** választások kapcsán.

SZPOT KAMPÁNYOK

Az **M1 televíziós csatornán** áprilisban és októberben 2-2 hétig volt látható 5 mp-es **időjárás támogató szpotunk**. Ezzel a megjelenési móddal már évek óta rendszeresen élünk mind a tavaszi, mind az őszi kampányidőszakban, hiszen ezen a csatornán lehet leginkább elérni a számunkra érdekes, 50 év feletti magyar lakosságot.

Áprilisban és októberben 1-1 héten ajánlottunk fel az **RTL Klub Fókusz** című **magazin műsorához nyereményt**. A megjelenés keretében 2x5 alkalommal volt látható és hallható a hévízi nyeremény felajánló spot.

Áprilisban és októberben 1-1 héten ajánlottunk fel a **TV2 esti Game Show** műsorsávjában **nyereményt**. A megjelenés keretében 2x5 alkalommal volt látható és hallható a hévízi nyeremény felajánló spot.

Szpotkampányaink az **M1, RTL Klub és TV2 adókon, a tavaszi és az őszi kampányidőszak** alatt **2.799.088 forint** költség mellett futottak.

NYOMTATOTT SAJTÓ

2019-ben a **Nők Lapja magazinban** (192.990 aktívan értékesített példány) három alkalommal is megjelentünk, januárban a **Harmónia mellékletben**, májusban a **Gyereknapi lapszámban**, novemberben a **Hévíz utazás** mellékletben 8 oldalon, továbbá 4 alkalommal a Nők Lapja programajánló rovatban. **Nők Lapja Egészségkalauz** mellékletével október-december között a Kismama, Nők Lapja Psziché, Nők Lapja Egészség, Nők Lapja, Wellness és Meglepetés magazinok olvasói, összesen 300.000 példányban találkozhattak a magyar olvasók.

A bulvárlapok olvasói február végén a **Blikk Nők** 8. lapszámban 61.000 példányban a **Kiskegyed** 8. lapszámának olvasói 172.000 példányszámban, továbbá a **Story magazin** április 4-i lapszámban

155.824 példányszámban, a **Meglepetés** magazin október 17-i lapszámában 79.000 példányszámban találkozhattak Hévízről szóló pozitív leírással.

Az elmúlt évben öt gyógyászati kiadványban is találkozhattak az olvasók a Hévízi Tradicionális Kúráról szóló leírással: a **Váróterem Magazin** márciusi, májusi és októberi számában összesen 60.000 példányszámban, a **Gyógyhír magazinban** márciusban és októberben összesen 320.000 példányszámban, és az áprilisi és októberi **Házipatika Magazinban** 140.000 példányszámban.

A **Patika Tükör** novemberi számában 1/1 oldalon **151.000 példányszámban** szóltunk a Hévízi Tradicionális Kúráról. A **Szimpatika Magazin** olvasói **238.000 példányszámban** találkozhattak a Hévízi Tradicionális Kúra leírásával.

A téli kampányok szövegei "Hévíz a közös szenvedélyünk" témában készültek, tavasszal prevenció és wellness témákban, ősszel pedig gyógyászat témakörökben szólítottuk meg a magyar olvasókat.

A tavalyi évben belföldön **3.291.420 példányszámban** találkozhattak Hévízről szóló pozitív hírrel.

PR EGYÜTTMŰKÖDÉS

PR együttműködés keretében **Harsányi Levente** főszereplésével élménybeszámolót készítettünk Hévíz fiatalos, aktív oldalát is bemutatva, amely a nyár folyamán az alábbi felületeken jelent meg: Bors, Best, Fanny, Hot!, Színes Ász, Star, Sorry, Telenovella, Meglepetés, Nők Lapja Egészség, Petőfi rádió – Harsányi Levente élménybeszámolója, social media felületek. Az elkészült fotó és videó anyagot megkaptuk szabad felhasználásra: Az akció szállás partnere a Hunguest Hotels volt

KÓRHÁZI PLAKÁT KAMPÁNY

2019-ben február-márciusban és október-novemberben, **1.936.242 forint** költség mellett az ország **80 reumatológiai és orthopédiai osztályának várótermében** helyeztünk el plakátokat és szórólapokat.

Az A2-es méretű plakátok mellé havonta 100-100 db szórólapot is kihelyeztünk. A plakátokon a hévízi gyógyászati kezelésekre hívtuk fel a figyelmet, a szórólapokon pedig részletesebb információt is adtunk a Hévízi Tradicionális Kúráról. Kampányunkat nyereményjátékkal bővítettük, hogy pontosabb képet kapjunk a megjelenés hatékonyságáról. A tavaszi kampányban partnerünk a Hotel Európa fit volt, a játékban **299 fő vett részt**, az őszi kampányban a Hunguest Hotels Hélios wellness pihenését lehetett megnyerni. A játék során végül **299 helyes megfejtést** küldtek el nekünk.

A kampány mellé 1 hónapi ingyen megjelenést kaptunk 2019 januárjában, mert a 2018. év végi kampányunk plakátjai, más lekötés híján kint maradhattak. Januárban a szórólap tartókat a korábbiakról megmaradt, már nem használt A5 méretű egészség-wellness kiadványainkkal töltöttük fel.

RENDEZVÉNY KITELEPÜLÉS

Február 21-24. között a budapesti **42. Utazás Kiállítás** közönsége, Budapesten, 35.000 fő találkozhatott Hévízzel a Balaton standon. Az idei évben a Hévízi Szobakiadók Szövetségével, ismét

iszapkeresős játékkal vártuk az érdeklődőket. A 4 napos kiállítás alatt 800 invitatív prospektus, több száz térkép, programajánló és szálláskatalógus fogyott el. A standon feltűnően sok 35-40 év közötti vendég jelezte, hogy ismeri Hévizt, volt már és tervez hévízi wellness hétvégét.

Május 11-én a balatonfenyvesi kikötőben a Ensana Szállodákkal közösen személyesen is megjelentünk legnagyobb balatoni futóversenyen az **Ultrabalatonon**. A szponzoráció kapcsán megjelent egy oldal hévízi leírás **8.000 példányszámban** az Ultrabalaton programajánlóban, melyre a versenyzők hévízi ajándéktárgyakkal együtt a start csomagban kaptak meg. Továbbá **40.000 hírlevél** feliratkozóhoz jutott el a hévízi ajánló, logóval pedig megjelentünk a hírlevél fejlécén is.

Kecskeméten a X. Helyi Termék Ünnepe – Hungarikum Fesztiválon mutatkozott be a város május 10-12. között a hévízi Hungarikum Programiroda személyes részvételével. A sátor jó elhelyezésének és látványos, gasztronómiával összevont dekorációjának köszönhetően folyamatos, intenzív érdeklődés mellett zajlott a fesztivál. Szerencsekerékes nyereményjáték mellett egy csokoládéból kiöntött 3D tófürdő felülnézeti dombormű is vonzotta az érdeklődőket.

Június 19-24. között személyesen megjelentünk az **alsóörsi Everness fesztiválon**. A tudatosság fesztiválján az egészséges életmód iránt elkötelezett fesztiválozók nagy érdeklődéssel fogadták a hévízi standot és a gyógyiszapot. A rendezvény kapcsán fél oldalas hirdetéssel is megjelentünk az Everness Fesztivál Programajánló magazinban.

Július 3-án szerencsekerék nyereményekkel és többnyelvű Hévízi prospektusokkal személyesen vettünk részt Budapesten a Várkert Bazár előtt megrendezett **General Night Run** futóversenyen. Mind a sportolók, mind a turisták szívesen játszottak a szerencsekerékkel, és érdeklődtek Héviz iránt. A moderátor többször is bemutatta a résztvevő kiállítókat, többek között Hévizt is. A futóversenyre **6.000 fő** nevezett, akik többnyire családjukkal érkeztek, és a nevezés után biztos felkeresték a Héviz standot.

Szeptember 26-29 között rendezték Budapesten a 79. Országos Mezőgazdasági és Élelmiszeripari Kiállítás és Vásárt (OMÉK). A rendezvényen Héviz az Agrárminisztérium közös Hungarikumok standján kapott helyet, több más neves kiállítóval együtt. A rendezvényen a hévízi Hungarikum Programiroda szervezésben vettünk részt. 4 napon át séfekkel váltottuk egymást, munkatársunk a csütörtöki és a szombati napon volt jelen a standon, ahol iszapos kincskereső játékot játszottunk a vendégekkel, melynek eredményeként **286** új hírlevél feliratkozó **e-mail** címet is gyűjtöttünk. A rendezvényen standunknak nagy sikere volt, hévízi invitatív kiadványunkat és szállás katalógusunkat nagy örömmel vitték magukkal a látogatók, köszönhetően talán annak is, hogy a kiállítás jellegéből adódóan nagyon kevés volt a kiállítók között a turisztikai célpont.

HÉVIZ.HU WEBOLDAL ANALYTICA

A www.heviz.hu oldalon **2019.01.01.-2019.12.31** között **1.892.415** oldalmegtekintés történt, **1.347.281** egyedi látogató kereste fel a weboldalt, és egy látogatás átlagos időtartama **1:19 min**.

Leglátogatottabb oldalak a magyar nyelvű főoldal 156.532 megtekintéssel, a magyar nyelvű tófürdő nyitvatartási idő 132.675 oldalletöltéssel. Ezeket követik a német nyelvű webkamera, az orosz nyelvű főoldal és a magyar nyelvű állandó programok aloldal 36-47.000 oldalletöltéssel.



Minden felhasználó
100,00% Oldalmegtekintések

2019. jan. 1. - 2019. dec. 31.

Intéző

● Oldalmegtekintések

15 000

10 000

5 000

2019. március

2019. május

2019. július

2019. szeptember

2019. november

Célteljesülés szempontjából csak a szállásoldali célok tekintetében **6.373 célteljesülés** történt a 2019-es évben. a március végi, április eleji adat nélküli időszak a régi-új honlap átállási időszaka miatti kiesés. **A célkonverziós arány: 0,88%**



Minden felhasználó
100,00% Célteljesülések

+ Szegmens hozzáadása

2019. jan. 1. - 2019. dec. 31. ▼

Célcsoport:

Minden cél ▼

Áttekintés

Célteljesülések

● Célteljesülések

60

40

20

2019. február

2019. március

2019. április

2019. május

2019. június

2019. július

2019. augusztus

2019. szeptember

2019. október

2019. november

2019. december

Óra Nap Hét Hónap

Célteljesülések

6 373

358,00 USD

0,88%

0,00%

Szállas.hu plugin interakció HU
(1. cél teljesüléssel)

1 594

Szállas.hu plugin interakció DE
(2. cél teljesüléssel)

418

Szállas.hu plugin interakció RU
(4. cél teljesüléssel)

309

Szállas.hu plugin interakció CZ
(5. cél teljesüléssel)

99

Szállas.hu plugin interakció FR
(9. cél teljesüléssel)

5

Szállas.hu plugin interakció SE
(10. cél teljesüléssel)

0

Szállas.hu plugin interakció PL
(11. cél teljesüléssel)

146

Szállas.hu plugin interakció IT
(13. cél teljesüléssel)

2

Szállas.hu plugin interakció NO
(15. cél teljesüléssel)

0

Szállas.hu plugin interakció FR
(16. cél teljesüléssel)

325

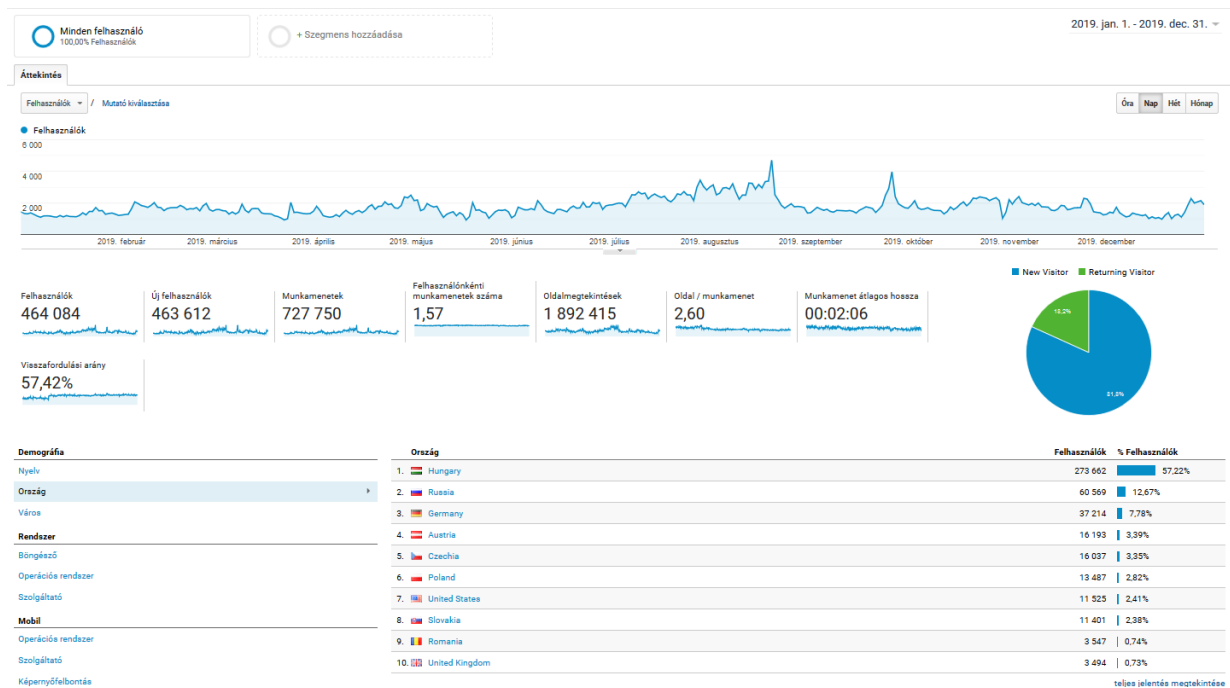
Szállas.hu plugin interakció CN
(17. cél teljesüléssel)

40

Szállas.hu plugin interakció
ÖSSZES (18. cél teljesüléssel)

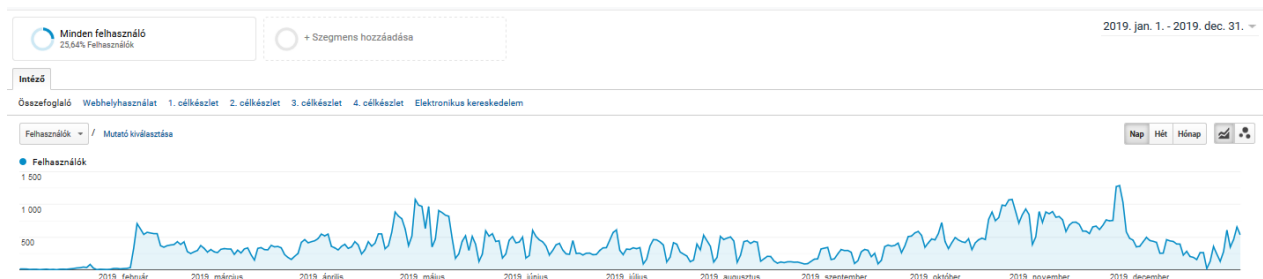
2 722

Az oldalon **464.084 felhasználó** indított, **727.750 munkamenetet**. Egy felhasználó átlagosan **2,6 oldalt** töltött le. Visszafordulási arány: **57,42%**. A látogatók **81,8%-a volt új felhasználó**, és **57,22%-uk magyarországi IP** címmel rendelkezik. A látogatók 12,67%-a Oroszországból, 7,78%-a Németországból, 3,39%-a Ausztriából, 3,35%-a Csehországból kattintott a honlapra.



A látogatók **63,4%-a nő**, **47%-a 25-44 év közötti**, további 46,7%-uk ennél is idősebb.

Fizetett kampányoknak köszönhetően a weboldalon **118.999 felhasználó**, **152.922 munkamenet** indított. Egy felhasználó átlagosan **2,04 oldalt** töltött le, visszafordulási arány: **67,7%**, **konverziók száma: 3.026**.



A www.heviz.hu/ oldal 2019. március végén nyerte el új külsejét. A weboldal tartalmát a nyár folyamán folyamatosan bővítettük, frissítettük. A SEO beállításokat és az idegen nyelvű tartalmakat is elkezdjük nyelvenként aktualizálni, javítani.

Az új oldal az elvárásoknak megfelelően teljesít, mind betöltési sebesség, mind organikus találatok tekintetében, ugyanakkor optimalizálása folyamatos.

Jelenleg a heviz.hu oldalt a similarweb webhely analízise **országosan a 8.966 helyre**, a Travel and tourism kategórián belül a **15.564. helyre** sorolja.

Összehasonlításképp:

hajduszoboszló.hu – országos listában: 13.652., kategórián belül: nincs adat

sarvarfurdo.hu – országos listában: 8.268., kategórián belül: 16.704.

bukfurdo.hu – országos listában: 13.686., kategórián belül: 18.189.

zalakaras.hu – országos listában: 24.632., kategórián belül: 35.050.

loipersdorf.at – országos listában: nem releváns., kategórián belül: 40.336.

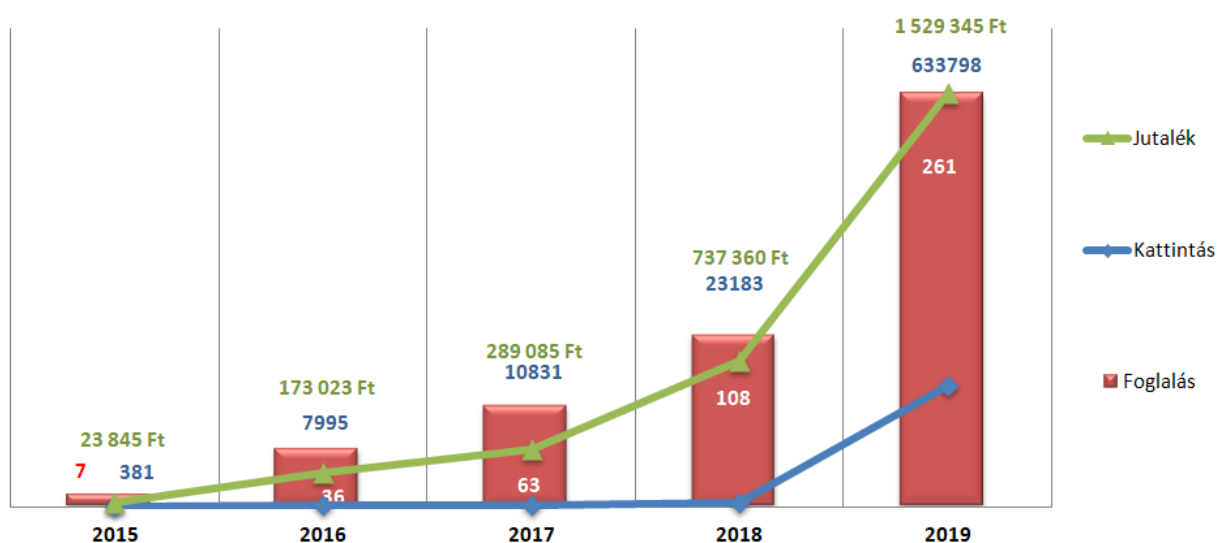
thermewien.at – országos listában: nem releváns, kategórián belül: **4.476**

moravske-toplice.com – országos listában: nem releváns, kategórián belül: 68.048.

csodalatosbalaton.hu –országos listában: **5.424.**, kategórián belül: 36.704.

Szállásfoglalási statisztika a heviz.hu oldalon keresztül indított, és megvalósul szallas.hu foglalásokról:

Év	Foglalási darabszám	Foglalási arányszám	Foglalások jutalék értéke
2015	7	3,21%	23.845 Ft
2016	36	0,7%	173.023 Ft
2017	63	1%	289.085 Ft
2018	108	0,51%	737.360 Ft
2019	261	1,78%	1.529.345 Ft



KÜLFÖLD

OSZTRÁK, NÉMET UTAZÁSI IRODAI HÍRLEVÉL

A tavalyi év augusztusától az **osztrák és német utaztatókat** (közel **600 utazási iroda**) 3 havonta hírlevélben értesítettük a hévízi újdonságokról.

A beutaztató országok **nagykövetségeit és főkonzulátusait (összesen 14)** is rendszeres hírlevélben értesítjük a hévízi újdonságokról szakmai hírlevél keretében.

STUDY TOUR

Újságíró Study tour: Április 6-9. között és szeptember 14-17. között **14-14 újságíró** érkezett Hévízre. Az újságírók nagyon érdeklődőek voltak, és szívesen ismerkedtek a hévízi gyógyászattal, a gasztronómiai kínálattal. A tanulmányútból a megjelenések folyamatosak.

Utazási iroda Study tour: A német utaztatóknak elküldött februári meghívó eredményeként március 21-23. között **17 német, 2 osztrák és 1 szlovák** utazási iroda képviselője ismerkedett a hévízi szolgáltatókkal.

Októberben a **Spa Travel** partner irodájának az Engels Sanatoria litván gyógyászat iránt érdeklődő partnereinek szerveztünk Tófürdő látogatást.

SAJTÓKÖZLEMÉNYEK

Ausztriában és Németországban 2019-ben is tovább folytatjuk a 2015-ben elkezdett együttműködést, melynek kapcsán **12 sajtószöveget** készítettünk el az előző évben, és terjesztettük az újságírók körében.

AUSZTRIA

GOOGLE ADS

Az első félévben **február elejétől június közepéig** futottak német nyelvterületeken **Google ADS** kampányaink, melynek célja a **foglalások és ajánlatkérések számának növelése** a hévíz.hu-n keresztül, **kereső, display és remarketing** csatornákon egyaránt. A konverziók 100%-ban a szallas.hu-n keresztül megjelenő szálláshelyeknél realizálódtak.

Az első fél évben Ausztriából összesen **2.519 kattintást** generált a kampány és **59 konverziót**. Átlagosan **101 Ft-os kattintási és 3.560 Ft-os konverziós** átlagárral fut a kereső kampány **10%-os CTR** mellett.

Szeptember 15-től december 15-ig tartó őszi-téli kampányunk, **szállásfoglalást ösztönző és ismertség növelő** céllal futott.

A kereső, display és remarketing célú kampányokkal összesen **10.400 megjelenést és 941 átkattintást** értünk el. A teljes időszakra vonatkozóan 9%-os CTR mellett, 95,8 Ft-os átlagos CPC-vel, **39 konverziót** generáltak a kampányok.

Összességében a szóba jöhető keresések 54%-ban jelentünk meg. Ausztriában is a 50+ korosztály és a nők a fő konvertálók. Az összes ország közül az osztrákoknál a legnagyobb a mobilhasználat túlsúlya.

YOUTUBE

A kereső kampányokat YouTube hirdetéssel támogatjuk, így növelve a **remarketing adatbázist**, melynek hatására a tavaszi-őszi kampányokban együttvéve **78.402 nézője** volt szponzorált filmjeinknek.

Az idei évben a megszokott imázs videó helyett **tematikus kisfilmekkel** jelentünk meg a kampányban. Kúra videó sorozat formában ajánlottuk a Hévízi Tradicionális Kúra videóit és további wellness videókat. Legnépszerűbb videó ennél a célcsoportnál is az iszapmasszázs videó volt.

ONLINE MEGJELENÉSEK

Sajtószövegből az elite-magazin.com és a leadersnet.at hozott le Hévízi PR cikket. Továbbá study tourt követően a ccircle.cc golfos magazin közölt cikket Hévízi, és családosooknak szóló leírás jelent meg az eltern-forum.at. Továbbá tanulmányútból származó élménybeszámoló jelent meg Hévízi a Kunstundwellness és a lifestyleundreisen oldalakon.

Ausztriában összesen **486 600 átlag havi olvasót** szólítottunk meg az online PR cikkekkel.

RÁDIÓ

Október 21-27. között a **Soundportál** rádióban naponta 5 alkalommal **56.000 hallgató** hallhatta Stájerországban a 10 másodperces kedvcsináló szpotreklámunkat.

Az egyhetes kampány eredményeként **18.436-an** nyitották meg a soundportal.at oldalát, akik közül **2.174-en megnézték meg image videónkat, és 64-en vettek részt nyereményjátékunkban.**

NYOMTATOTT SAJTÓ

Tanulmányút eredményeként az **SCS Shopping Intern** magazinban **120.000 példányszámban**, a **4you Magazinban** a time4you, travel4you, health4you, fun4you számaiban összesen **240.000 példányszámban**, a **Tafelfreunde és a Reisen und Speisen Magazinokban**, összesen **20.000 példányszámban** a **Vor Magazin** és a **Winlife**, Ausztria szerte összesen **471.000 példányszámban** olvashattak Hévízi szóló pozitív híreket.

Burgenlandban a határ menti régiókban, októberben és novemberben **30.000-30.000 példányban** fizetett hirdetéssel szólítottuk meg az **InfoQuelle** újsághirdetéssel a környékbeli osztrák lakosokat.

Saját hirdetéssel augusztusban és szeptemberben összesen **562.700 példányszámban** jelentünk meg a **Kleine Zeitung** szombati Reisezeit tematikus oldalon.

Ausztria szerte az elmúlt évben **összesen 1.961.800 példányszámban** jelent meg Hévízi szóló PR cikk.

EGYÉB MEGJELENÉSEK

Spa Travel Katalógus: A Spa Travellel folytatott 2019-es együttműködés eredményeként az utazási iroda katalógusának utolsó oldalán hévízi hirdetés jelent meg.

A **Gruber Reisen** „Danke Schön Fahrt”-jának úti célja Keszthely-Hévíz volt. Az összes érkező vendég (1.180 fő) kapott Hévíz prospektust, mely remélhetőleg a hosszabb hévízi utazásra inspirálja majd a Graz környéki lakosokat.

DM levél - November végén **3.500 válogatott címre** Burgerland és Steiermark határmenti településeire küldünk ki szállodai ajánlatokkal 50 Eurós kedvezmény felhasználására jogosító DM levelet. A levélben megadott DMAT kupon kódra hivatkozva foglalni a szállodáknál direktben még 2020. február végéig lehet.

SZEMÉLYES MEGJELENÉS

Április 27-én megjelentünk prospektussal Mörbischben a **Neusiedlersee Radmarathon-on**, melynek több mint 1.000 résztvevője volt.

Graz Marathon: október 11-12-én az Ensana szállodákkal közösen személyesen jelentünk meg a Graz Marathon Expoján a Gigasport Haus előtt. A rendezvényen kb. 9.000 futó vett részt és kb. **40.000 néző** érkezett. A rendezvény Gutscheine füzetében a Bonvital Wellness & Gastro Hotel és a Lotus Therme szállodák jelentek meg **11.000 példányszámban** akciós ajánlattal.

November 5-6-án Bécsben a **Bus Travel Business B2B** rendezvényen informáltuk az osztrák valamint a szlovén, szlovák, cseh utaztatókat a hévízi lehetőségekről.

November 16-17-én a nagyközönség számára a Schönbrunn Orangentracht-ban megrendezett **Reisesalon** Rendezvényen a Lotus Therme és az Ensana Hévízi szállodákkal közösen mutattuk be a hévízi lehetőségeket.

NÉMETORSZÁG

GOOGLE ADS

Az ausztriai kampányokkal párhuzamosan futottak a német **Google Ads kampányaink** is, melyeknek célja a **foglalások és ajánlatkérések számának növelése, kereső, display és remarketing** kampányokkal a hévíz.hu-n keresztül.

Az első fél évben összesen **1.312.790 megjelenéssel 10.068 átkattintást** értünk el. Átlagosan **10%-os CTR** mellett (search kampányban), **133 Ft-os** átlagos **CPC**-vel, **165 konverziót** generáltak a kampányok.

Az őszi-téli, szeptember 15-től december 15-ig tartó Google Ads kampányaink, elsősorban **ismertség növelő**, másodsorban **szállásfoglalást ösztönző** céllal futottak.

Az őszi-téli időszakban összesen **576.500 megjelenéssel 5.335 átkattintást** értünk el. A search kampányokban **10,2 %-os CTR** mellett, **120 Ft-os** átlagos **CPC**-vel, **84 konverziót** értünk el.

Összességében a szóba jöhető keresések 64%-ban jelentünk meg. Németországban és Svájcban nagyobb az **55-64 évesek** túlsúlya a konverziókban és keresésekben, és a **nők** vannak itt is többségben. A kattintások többsége mobilról történik, de a konverzióknál már jóval kisebb ez az arány.

YOUTUBE

A Google képes és szöveges hirdetéseket párhuzamosan futó YouTube hirdetéssel támogatjuk, melynek hatására 2019-ben **562.032 nézője** volt a kisfilmjeinknek.

A legnépszerűbb témák itt is a wellness kényeztetés és az iszap masszázs voltak.

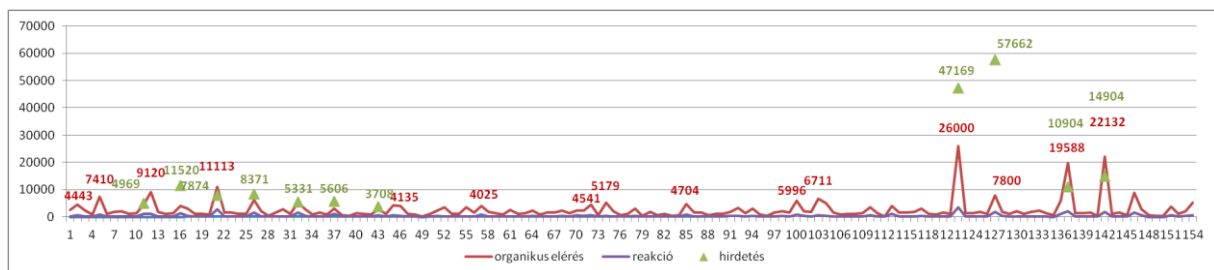
SOCIAL MÉDIA

FACEBOOK

Német nyelvű Facebook oldalunk követőinek száma a január 1-jei 14.854 főről, december 31-re **16.806 követőre nőtt.**

Német nyelvű oldalunkra 2019-ben **154 organikus posztot** tettünk ki, melyekkel összesen **389.558 elérést és 50.040 aktivitást** értünk el. Legolvasottabb organikus posztunk a „Der weltweit größte natürliche und biologisch aktive Thermalsee ...” volt, **8.946 elérést** hozott. A tavaszi és az őszi kampányidőszakban, összesen **3 játék keretében** összesen **11 posztot** hirdetéssel is kiemeltük, így további **178.018 elérést** generáltunk.

Facebook oldalunkon a játéktól függetlenül mind a tavaszi, mind az őszi időszakban további kampányokat is indítottunk. Kampányainkban **szállásfoglalást ösztönző dinamikus remarketing, forgalom élénkítő, page like és brand építő videó kampányok** futottak párhuzamosan több célcsoport számára. Német nyelvterületen zajló kampányunkkal az **első félévben 74.112 főt értünk el, 714 hivatkozáskattintást és 18.037 video megtekintést** generáltunk. Az őszi-téli kampány során page like kampányunk hatására **plusz 1.671-en** kezdték el követni oldalunkat. Dinamikus remarketing kampányunk hatására **387 szállásajánlati kattintás** történt, **52 Ft-os CPC** mellett, videóinkat, melyek egy része általános brand építő, más része a tradicionális kúrát mutatja be **53.227 alkalommal** tekintették meg legalább 15 másodpercig. Kampányunkkal összesen **173.023 elérést és 1.570 hivatkozáskattintást** realizáltunk.



INSTAGRAM

Áprilisban indítottunk először német nyelvterületre célzó **Instagram kampányokat is.** Az online kampányidőszakokban folyamatosan jelentek meg hirdetéseink német nyelvterületeket célozva Instagram oldalunkon. A kampánnyal éves szinten **199.111 elérést, 89.959 reakciót és 2.333 átkattintást** generáltunk.

ONLINE MEGJELENÉSEK

Sajtószövegeinket az elmúlt évben **a gateo.de, iinews.de és a topfreizeit.de, a reisenewsletter.com, a firmenpresse.de a genussfreak.de a PT Magazin** hozták le. Továbbá két alkalommal sajtószöveg jelent meg **a www.frankfurt-live.com** oldalon is.

2019-ben 2 alkalommal a frankfurtlive.com oldalon jelent meg Hévírről szóló pozitív hír. A **Reisen und Urlaub blogon** több sajtóanyagunk is megjelent januárban kerékpáros, beauty, „best destination 2020” témában.

A tanulmányút után hosszú élménybeszámoló jelent meg a **reisettravel.eu** a **genussfreak.de**, és a **ganz-muenchen.de** oldalakon.

NDR FORGATÁS

Január 23-án az NDR televízió stábja forgatott Hévízen, az adást **Wintermärchen am Balaton** címmel március 17-én láthatták a német televízió nézők. A stáb témáinak és helyszíneinek előkészítésében irodánk is nagy szerepet játszott.

NYOMTATOTT SAJTÓ

A 2018-as MTÜ tanulmányútnak köszönhetően a 2019. februári **Lufthansa magazinban (516.000 példányszámban)** 2 oldalas Hévírről szóló leírás jelent meg, a címlapon is Hévíz fotó szerepelt. A cikk angolul és németül is olvasható volt a Lufthansa minden repülő járatán megtalálható kiadványban.

A tavalyi évben nagy számmal jelent meg rövid, Hévírről szóló sajtóhír a **Wochenspiegel** lapcsoportban az **Abendzeitung**, **Landshuter Zeitung**, **Bild Zeitung**, a **Münchener Merkur**, **Süddeutsche Zeitung**, **Date S Magazinban**, **Berliner Woche**, **Berliner Kurier** újságokban.

Korábbi tanulmányutak hatására hosszabb leírás jelent meg a **Landshuter Zeitungban** (50.454 példányszámban), és a **Tips for Tips magazinban** 120.000 példányszámban továbbá a **Frankfurter Allgemeine Zeitungban** 369.880 példányban jelent meg 1 oldalas A2-es méretű Hévírről szóló leírás. Legnagyobb vízhangja a **Gong München** (286.051 példányszám) magazinban tanulmányút után megjelent leírásnak volt. Még tavalyi study tour eredményeként jelent meg a **Berliner Stimme** hasábjain 120.000 példányszámban a határnyitásról és Hévírről szóló leírás.

Saját hirdetéssel, az Európa fit, a Hunguest és a Bonvital szállodákkal közösen a **Hallo München** májusban és júniusban, **(550.000 + 80.000 példányszámban)** jelent meg hirdetésünk.

Gutschein kooperáció eredményeként a Hotel Európa fit-ről és az Ensana Hotel Aqua-ról szóló leírás jelent meg a **Ratgeber aus Ihrer Apotheke (1.462.000 példányszámban)** gyógyszerértékesítő magazin hasábjain.

Privát hirdetéssel jelentünk meg az **Apotheken Umschau** gyógyszerértékesítő magazin december 2-i lapszámában **13 millió olvasót** értünk el. A megjelenéshez landig oldal is készült, melyre mindeddig **401 átkattintás** érkezett. A kampányban még 2020.02.20-ig várjuk a foglalásokat.

A német olvasók 2019-ben **összesen 91.538.859 példányszámban** olvashattak Hévírről szóló pozitív híreket.

DM Levél

November és december elején, két alkalommal **13.110** válogatott címre Berctesgarden, Tiesendorf környékén küldünk ki szállodai ajánlatokkal 50 Eurós kedvezmény felhasználására DM levelet. A levélben megadott DMDE kuponkódra hivatkozva foglalni a szállodáknál közvetlenül még 2020. február végéig lehet.

SZEMÉLYES MEGJELENÉS

Május 16-18. között több hévízi szállodával közös standon iszapos játékkal jelentünk meg a **Karlsruhe REHAB** rendezvényen. A rendezvényre **17 országból 18.000-en** látogattak el és nagy volt az érdeklődés Hévíz mozgássérültek részére elérhető szálláshelyekről és szolgáltatásokról.

A rendezvény hatására a német nyelvű heviz.hu oldalunkon összegyűjtöttük az akadálymentes hévízi szolgáltatókat.

Az elmúlt évben a Mutsch Ungarn Reisen-nel közösen vettünk részt a düsseldorfi Főkonzulátus által szervezett **4. Düsseldorf Magyar Napokon**. A rendezvény helyszíne Düsseldorf belvárosában, a Markt Platz-on volt, ahol az érdeklődés az előző évi szintén sikeres rendezvény után még sikeresebbnek mondható.

Hamburg MTÜ Workshop: Szeptember 25-én 14 német utazási irodának mutattuk be személyesen a hévízi szolgáltatókat. A Thomas Cook iroda csődje miatt sajnos 12 utazási iroda mondta vissza a rendezvényen való részvételét.

Niedermayern Schau 2019. - Október 2-6. között az Európa fit, Ensana Hotels, NaturMed Hotel Carbona szállodák és a Roider Touristik személyes részvételét támogattuk a **landshuti** kiállításon.

SVÁJC

NYOMTATOTT SAJTÓ

Svájcban, study tour eredményeként a **Connoisseur Circle** magazinban **10.000 példányban** olvashattak Hévízről szóló hírt.

CSEHORSZÁG

PR EGYÜTTMŰKÖDÉS

A PR Ügynökséggel februárban kötött éves együttműködési megállapodás keretében 2019-ben, **18.200 Euro** költség mellett **59 print és online cikk megjelenés és 11 social média megjelenés** valósult meg. Az **kampányelérés** összesen **32.329.209 fő**, melynek **média értéke 103.730 Euro**.

5 sajtóközlemény került kiküldésre április, május, június, szeptember és december hónapokban.

Júniustól augusztus végéig tartott az **Epocha** magazin (**371.000 példányszám**) nyári együttműködése, amiben a Zala Springs Golf Resort volt partnerünk. Egymást követő számokban jelent meg a nyereményjátékhoz kapcsolódó felajánlása. A kampány teljes elérése print és online felületeken összesen **5,56 millió RU**.

ONLINE MEGJELENÉSEK

Májusban 3, júliusban 1, szeptemberben 2, decemberben 4, összesen **10 pr-cikk** jelent meg népszerű weboldalakon, melyek elérése összesen több mint **9.000.000 RU**.

Online felületeken legnagyobb átlag havi olvasószámában a **Zena.cz** (1.200.000 RU), **Denik.cz** (3.778.549 RU), az **eurozpravy.cz** (1.545.514 RU), a **tiscali.cz** (1.619.236 RU) és a **Kafe.cz** (1.751.239 RU) oldalakon olvashattak Hévízüről.

Több alkalommal szólt Hévízüről a **Chytrazena.cz** (485.000 RU) és a **Zena.cz** online portál. Továbbá találkozhattak Hévízüvel a **24zpravy.com** (786.320 RU), az **ikoktejl.cz** (40.000 RU), **aeorbic.cz** (111.769 RU), **Nasehvezdy.cz** (60.000 RU), **Aktualitycz.cz** (745.747 RU), **Trendmagazin.cz** (80.000 RU), **Iluxus.cz** (18.000 RU), **Promenazeny.cz** (475.000 RU), **prahapress.cz** (128.000 RU), a, **40plus.cz** (173.000 RU), **Stylmag.cz** (356.192 RU) oldalak olvasói is.

Az egész éven át tartó **Chytrazena.cz** online oldalon összesen **7 pr-cikk, 3 tudás teszt, 2 kérdőív, és 3 játék** valósult meg. Az éves együttműködés elérése **6 millió RU**.

BLOGGER ÉS ÚJSÁGÍRÓ STUDY

2019-ben a pr-együttműködés keretében a **chytrazena.cz** online magazin (**485.000 RU**) a **Story magazin (95.000 példány)**, a **Koktejl magazin (50.000 példány)** a **dama.cz (820.000 RU)** az **Instinkt magazin (90.0000 példány)**, a **novinky.cz (1.440.000 RU)** valamint a **Čas pro hvězdy (150.000 RU/hét)** lifestyle női magazin újságírói jártak Hévízen.

3 blogger/vlogger study tour is megvalósult az együttműködés keretében. Az 5 tagú blogger család **TriColorCat** (26.000 Instagram követő és 57.146 YouTube feliratkozó valamint lánya anniecamell: 26.100 Istagram követő, 170.820 YouTube feliratkozó) látogatásából születtek videók. A három videóval összesen **347.607 megtekintést** értek el. A **Petralovelyhair.cz** (251.000 YouTube feliratkozó) blog arca Csehország négyszeres blog awards győztese. Hévízüi tartózkodásuk alatt számos posztot tettek közzé Insta oldalunkon, melyek több mint **62.000 like-ot** értek el. A hévízüi pihenésről vlogot készített, mely eddig **134.401 megtekintést** ért el. Év végén a **Flabgee.cz** vlog (48.400 Instagramm követő és 9.700 YouTube követő) a hévízüi posztokkal több, mint **9.500 like-ot**, a hévízüi pihenésről szóló vlogjával **16.208 megtekintést** ért el.

NYOMTATOTT SAJTÓ

Print felületeken a **RUN (50.000 példányszám)** és a **Ona DNES (423.000 példányszám)** magazinokban még a tél végi felmelegedés, regenerálódás volt a téma. A **Můj kousek štěstí (912.500 példány)** az **Epocha (371.000 példányszám)** és a **Moje kousek štěstí (345.000 példány)** magazinokban ebben az időszakban már a nyaralásra, családi időtöltésre, változatos programlehetőségekre koncentráltunk. Az év második felében szólt Hévízüről a **Koktejl magazin (65.000 példány)**, **Pestry svet (230.000 példány)** és a **Marianne magazin (180.700 példány)**.

Saját lekötésként **50.000 példányszámában** a „**100 most interesting destinations in....**” kiadványban, 9 partnerszállodával közösen fizetett hirdetéssel jelentünk meg. A december 10-én megjelent magazin fél évig érhető el az újságárusoknál.

A cseh olvasók az elmúlt fél év során **összesen 4.385.700 példányszámában** olvashattak Hévízüről szóló pozitív híreket nyomtatott kiadványokban.

INSTAGRAM

Instagram hirdetéseink célja cseh nyelvterületen a követőgyűjtés és a brand építés volt. Jelenleg a követőink 11%-a cseh és legtöbben Prágából követnek bennünket.

Kampányaink eredményeként összesen **152.571 elérést és 84.429 reakciót, valamint 1.757 kattintást** realizáltunk.

SZLOVÁKIA

GOOGLE ADS

Az idei évi szlovákiai magyarokat célzó Google ADS kampányaink célja a **foglalások és ajánlatkérések számának növelése** a hévíz.hu-n keresztül. A kampányok a többi online kampánnyal együtt futottak. Az első félévi és az őszi-téli kampányokkal összesen **535.705 megjelenést, 5800 átkattintást** értek el és **14%-os CTR** mellett (search kampányban), **67,4 Ft-os átlagos CPC-vel, 144 konverziót** generáltak. Összességében a szóba jöhető keresések 74%-ban jelentünk meg. Itt is nagyobb az 55+ évesek túlsúlya a konverziókban és keresésekben, és a nők vannak itt is többségben. A kattintások többsége mobilról történik. A dinamikus kereső hirdetés (DSA) hozta a legtöbb konverziót, 59,8 Ft-os átlagos CPC-vel.

YOUTUBE

YouTube hirdetéssel is támogatjuk a kampányokat és növeljük a remarketing adatbázist, melynek hatására az első fél évben **85.374 nézője** volt a tematikus videóinknak. Az őszi-téli kampányban Magyarósi Csaba vlogjára fókuszáltunk. A szponzorált filmnek a kampány hatására további **24.469 nézője** lett.

SOCIAL MÉDIA

Facebook oldalunkat **2979-en követik** Szlovákiából.

Januárban indított Facebook nyeremény-játékunkat Szlovákia területén is megjelenítettük, így érve el a szlovákiai magyar lakosságot.

A kimondottan szlovák területen indított remarketing kampányunk **596 főt ért el, és 599 kattintást** eredményezett, a **videóinkat 15.016 alkalommal** tekintették meg.

INSTAGRAM

Instagram kampányunk május-június hónapokban célozta meg a szlovákiai magyar lakosságot. **63.551 elérést és 46.537 reakciót** generáltunk. Az őszi-téli kampányidőszakban szlovákiai Instagram kampány nem futott.

NYOMTATOTT SAJTÓ

Az elmúlt év során Szlovákia magyar ajkú lakosai az **Új Nő** februári és októberi (2x25.000 példányszám) és az **Új Szó** februári, márciusi, októberi, novemberi és decemberi (5x28.000

példányszám) számaiban olvashattak Hévízről. 3 alkalommal két nyelven a **Castrum Novum** (3x16.000 példányszámban) szólította meg a szlovák és magyar lakosokat Érsekújváron.

2019-ben Szlovákiában összesen **238.000 példányban** olvashattak Hévízről szóló leírásokat.

SZEMÉLYES MEGJELENÉS

A Nyugat-Balatoni Turisztikai Np. Kft. szervezésében kollégánk volt jelen a **Pozsonyi turisztikai vásáron január 24-27-e** között. A vásáron a Nyugat-Balatoni kiadványok mellett hévízi kiadványokkal is jelen voltunk, valamint a Hévízi Szobakiadók Szövetsége és a Kolping Hotel Spa & Family Resort is erősítette a hévízi kínálatot. A vásárban egyedülként a Nyugat-Balatoni stand képviselte a magyarországi kínálatot, ennek eredményeként viszonylag magas érdeklődés mutatkozott standunk, különösen pedig Hévíz iránt.

SZLOVÉNIA

Június elején a Nyugat-Balatoni Turisztikai Iroda szervezésében Hévízen járt a **Moj malcek** szlovén vezető családi magazin újságírója. A Keszthely-Hévíz környékről szóló élménybeszámoló nyomtatott sajtóban **65.000** olvasót ért el Szlovénia szerte.

UKRAJNA

PR ÜGYNÖKSÉGI EGYÜTTMŰKÖDÉS

Az ukrán PR ügynökséggel az idei évben is folytatjuk a tavaly megkezdett együttműködést, melynek eredményeként januárban Hévízre látogattak a **lifeistravel.com.ua** (153.850 RU) bloggerei. A tanulmányútból három Hévízről szóló leírás is született a **lifeistravel.com.ua** blogon, és további 6 poszt a bloggerek social média csatornáján.

Az együttműködés keretében a már meglévő korábbi sajtóhíreinket küldtük szét az ukrán ügynökségen keresztül. Ennek eredményeként áprilisban a **tpg.ua** oldalon (578.272 RU) olvasót értünk el.

Augusztus végén 5 ukrán újságíró vett részt hévízi tanulmányúton. Az augusztus végi tanulmányút eredményeként hévízi élménybeszámoló született az **unian.net** portálon (16.395.499 RU), a **harpersbazaar.com.ua** oldalon 2 alkalommal is (235.552 RU), az **Elle Magazinban** (60.000 példányszám), **edinstvennaya.ua** magazinban (250.000 példányszámban). Az **Edinstvennaya.ua** (1.457.489 RU) online portál, augusztus elején két alkalommal is lehozta a sajtószövegünket.

Október eleji egyéni tanulmány utat követően novemberben a **Pink.ua** Magazinban **75.000 példányszámban** 2 oldalas leírás jelent meg Hévízről.

Az elmúlt évben Ukrajnában nyomtatott anyaggal összesen **385.000 példányszámban, 35.451.713 átlag olvasót** értünk el Hévízről szóló pozitív hírekkel.

OROSZORSZÁG

PR ÜGYNÖKSÉGI EGYÜTTMŰKÖDÉS

Az orosz PR ügynökséggel januárban elkezdett közös munka eredményeként elkészítettünk **7 sajtószöveget**. A szövegek **gyógyászat, orvosi kezelések, hévízi aktivitások, hévízi rendezvények** témában íródtak és kiküldésre kerültek az orosz sajtó részére.

A **prozor.ru (23.064 RU)** honlapján több sajtószöveg is megjelent: a fesztiválokról, a gyógyászatról, a kezelésekről, általános hévízről, hévízi aktivitásokról, orvosokról. A **Kp.vedomosti.ru (329.880 RU)**, a **Rutraveller.ru (832.293 RU)**, **Fancy journal.com (129.000 RU)** oldalakon a Hévízi Tradicionális Kúra minősítésről szóló hírünket olvashatták Oroszország szerte.

Oroszországban az elmúlt év során a reklámügynökséggel folytatott együttműködés eredményeként **21 online portálon, 9 social media felületen, 4 alkalommal nyomtatott sajtóban** jelent meg Hévízről szóló pozitív hír.

Az együttműködés eredményeként, a tanulmányútnak köszönhetően összesen online portálon **32.053.188 átlag olvasót** értünk el, nyomtatott sajtóban pedig **535.000 példányszámban** találkozhattak Hévízről szóló pozitív hírrel.

STUDY TOUR

Áprilisban egyéni hévízi tanulmányúton vett részt a **Perfect Flight** orosz fedélzeti magazin újságírója. A tanulmányút után júniusban **85.000 példányszámban** jelent meg Irina Klimenko 2 oldalas Hévízről szóló leírása a magazinban, amit **16 légitársaság orosz járatain** kerül terjesztettek, többek között a Lufthansa, a Swiss Air és az Alitalia fedélzetén, valamint business lounge-okban a moszkvai nemzetközi repülőtéren.

Áprilisban Hévízre látogatott **5 orosz újságíró**. A tanulmányút után két alkalommal **140.000 példányszámban** a **Liza Magazin** olvasói találkozhattak Hévízről szóló élménybeszámolóval. A **Good House** magazin újságírója **170.000 példányszámban** két oldalon írt Hévízről. A **Women Jornal**. havi **6.618.000 átlag olvasót** számláló női online portálon. A legnagyobb olvasószámot a **ladymail.ru** augusztusi pr-cikkében havi átlag **22.000.000 olvasót** értünk el.

ONLINE kampányok

Március közepétől aktív online kommunikációba kezdtünk **Moszkva és Szentpétervár** területére fókuszálva. A kommunikáció célja a **város ismertségének növelése, valamint a szállásfoglalások ösztönzése**. Az ismertség növelése érdekében elsősorban vizuális felületeket használunk. Oroszországi kampányunk folyamatosan zajlott március és december között, tematikájában elkülönült a belföldi és a német piaci kampányoktól. Az kampánynak köszönhetően az **Instagram-on 1.578.546 megjelenés mellett 33.639 kattintást** értünk el a különböző korosztályokra és érdeklődési körökre célozva.

YouTube kampányunk **1.176.584 megjelenés mellett 582.501 videó megtekintést** generált. Legnépszerűbb videóink a fesztivál és az aktív nyaralás témáit mutatják be.

Kereső kampányaink a **Yandex és a Google** keresőfelületein futnak. A Yandex kampányok eredménye az elmúlt évben **4.227.794 megjelenés, 35.296 átkattintás és 356 konverzió**, a **Google kampányok** eredménye pedig **4.061.782 megjelenés, 21.089 átkattintás és 103 konverzió**.

OROSZ NYELVŰ INVITATÍV KIADVÁNY

Májusban apróbb javításokat, néhány képcserét követően újra nyomdába került az orosz nyelvű hévízi magazin. A népszerű kiadványból **5.000** példányt nyomtattatunk, melyek továbbra is ingyen elérhetők tagjain számára a Tourinform Irodában.

KÍNA

KÍNAI INVITATÍV KIADVÁNY

Májusban elkészült az új, kínai nyelvű invitatív kiadványa is Hévíznek. Ez a kiadvány illeszkedik a többi magazin jellegű információs kiadványunkhoz, de tartalmában illeszkedik a célcsoport igényeihez, érdeklődéséhez. A kiadvány letölthető honlapunkról, vagy ingyenesen elvihető a Tourinform Irodából.

UTAZÁSSZERVEZŐ STUDY TOUR

A kínai piac egyik legnagyobb forgalmat bonyolító utazásszervezőjének – a **Ctrip**-nek – a megbízásából, az MTÜ közvetítésével, többmillió követő bázissal rendelkező kínai influencer főszereplésével forgattak Hévízen promóciós kisfilmet. A filmet a Ctrip saját irodában és saját felületein fogja használni, európai és ezen belül magyar útjainak promótálására.

INFLUENCER STUDY TOUR

December közepén több millió eléréssel rendelkező **6 kínai bloggerek és vloggereknek** mutattuk meg a Hévízi Tófürdőt. A látogatásból több megjelenés is született a kínai weibo,-n.

KÍNAI EGYÜTTMŰKÖDÉSEK

A **május 16-án Csungkinban** megrendezett **II. Magyar-Kínai Termálipari Együttműködési Fórumon** vette kezdetét Hévíz szorosabb együttműködése a Chongqing Hakone Hot Spring & Thermalism Industry Development Grouppal, melynek célja a magyar termál turisztikai szakértelem, ezen belül is a Hévízi Tradicionális Kúra 220 éves tapasztalatainak a kamatoztatása Kínában.

A szakmai eseményen, közel 300 egészségturisztikai szakember jelenlétében, két stratégiai együttműködést írtunk alá. Beibei városával kötött stratégiai megállapodást Papp Gábor, Hévíz polgármestere, melynek célja partner kapcsolat kialakítása a termálvíz hasznosítási lehetőségekről valamint turisztikai fejlesztésekről. Beibei térsége élen jár a gyógy- és wellness fürdők fejlesztésében, valamint a hidro- és klímaterápia alkalmazásában, így számos együttműködési lehetőség körvonalazódott az egyeztetések során.

Ezzel egy időben H. Horváth Orsolya a Hévízi Turisztikai Nonprofit Kft. ügyvezető igazgatója **háromoldalú stratégia megállapodást kötött a Hakone Csoporttal** valamint a **Nanjing SOHO**

Healthy Town Investmenttel, melynek célja a Hévízi Tradicionális Kúra népszerűsítése, valamint szakértelmének hasznosítása kínai termál turisztikai beruházások kapcsán. A tervezett beruházás során a „Tangshan Hot Spring Wellness Town” projekt keretében komplex fejlesztés valósul meg a közeljövőben, a termálvíz és a tradicionális kínai gyógyászat kombinációjával, melynek kialakításában számítanak a hévízi szakemberek tapasztalataira és tanácsaira is.

EZEK TÖRTÉNTÉK MÉG

HŐSKÉPZÉS A HÉVÍZI TOURINFORM IRODÁNBAN

A Hévíz TDM Egyesület és a Hévízi Turisztikai Nonprofit Kft. dolgozói úgy határoztak, hogy csatlakoznak az Országos Mentőszolgálat által szervezett Hősképző mentőakcióhoz.

A képzés során az újraélesztés helyes lépéseit sajátították el a résztvevők, amelyben kellő gyakorlatot is szereztek egy erre kifejlesztett bábún.

TURIZMUS TOP 50 KIADVÁNY

Hatodik alkalommal jelent meg február 1-én **„Az év 50 legbefolyásosabb személye a magyar turizmusban”** című kiadvány, melyben a magyar turizmus alakulására legerősebb hatást gyakorló személyek között ezúttal közösen szerepel Papp Gábor, Hévíz város polgármestere és H. Horváth Orsolya a Hévízi Turisztikai Nonprofit Kft. ügyvezető igazgatója.

MEGÚJULT A HÉVÍZ.HU

Március közepén indítottuk útnak az új hévíz.hu felületet, ami **11 nyelven** nyújt friss információkat Hévízről. A honlap összeköttetésben a városi social media felületekkel, élő online chat funkcióval és webkamerával, reszponzív megjelenéssel megfelel a legújabb turisztikai trendeknek. Azonnali szállás foglaló funkciójához az információkat a szallas.hu szolgáltatja.

ÚJ HÉVÍZ IMAGE FILM

Október 14-én feltöltöttük az új Hévíz Image film a magyar, német, angol és orosz YouTube csatornáinkra. A 2019-es, frissebb, aktívabb, 'Hévízebb' filmmel nem szeretnénk a korábbi Hévízt bemutató filmünket teljesen lecserélni, sokkal inkább célcsoport orientáltan egy fiatalosabb, lendületesebb közegben kívánjuk használni. A hangsúly az új filmben az élményeken, ember központúságon, egyediségen, feltöltődésen és fiatalodáson van. Nagy előnye, hogy nem igényel fordítást, hiszen a benne szereplő feliratozások nemzetközileg is érthetők.

HTK MINŐSÍTÉS ÉS OKLEVÉL ÁTADÁS

A Hévízi Tradicionális Kúra védjegyet kilenc szálloda érdemelte ki újabb két évre.

Azok az intézmények jogosultak a védjegy viselésére, amelyeknek megvan a kúrához kellő szakmai, orvosi hátterük és gyógyászati infrastruktúrájuk (pl.: gyógyvizet medence, súlyfürdő, iszap pakoló). A feltételek rendelkezésre állását kétfévente szakmai bizottság ellenőrzi.

2019. február 15-én három tapasztalt reumatológus főorvos - Dr. Bergmann Annamária, Dr. Domokos Gábor és Dr. Csordás Sándor - a Kúrárt nyújtó intézményeket személyesen felkeresve ellenőrizték a HTK infrastrukturális és személyzeti feltételeit.

TE SZEDD! - ÖNKÉNTES VÁROSI NAGYTAKARÍTÁS

A Te Szedd! szemétygyűjtési akció keretében a Hévíz TDM Egyesület szervezésében 2019. március 20-án, Hévízen is összeállt egy önkéntes csapat, jórészen a Hévízi Önkormányzat és a Danubius Hotels munkatársainak közreműködésével. A szemétygyűjtési akcióban a Hévíz-Keszthelyt összekötő kerékpárutat, a Berki sétányt és Hévíz városának egy részét tisztítottuk meg. Segítségünkre voltak a hévízi GAMESZ munkatársai is.

OSLO - GASZTROTURISZTIKAI RENDEZVÉNY

Március 30-án prospektussal vettünk részt az Oslói Nagykövetség által szervezett magyar gasztroturisztikai rendezvényen. Az eseményre Oslo legnívósabb Vásárcsarnokában (a Mathallenben) került sor, ahol több ezer norvég látogató találkozhatott a hévízi kiadvánnyal és image-filmünkkel.

PÁRIZS - MTÜ WORKSHOP - ÁPRILIS 9.

A Magyar Turisztikai Ügynökség meghívásának eleget téve szakmai workshop-on képviseltük a várost és mutattuk be az érdeklődőknek Hévíz egyedülálló vonzerejét. A workshop célja a vidéki attrakciók bemutatása volt a francia turisztikai szakmának és sajtónak. A téma keretében kiemelt szerepet kapott az ország-prezentációban Hévíz és a hozzá kapcsolódó szolgáltatói kínálat. A workshopon a tárgyalásokra rendelkezésre álló szűkös időkeret alatt intenzív érdeklődés volt Hévíz iránt.

ISEO - Tavak fesztiválja

Május 10-12 között személyesen mutattuk be Hévizt a Tavak fesztiválja esemény kapcsán Iseo (Észak-Olaszország) belvárosában megrendezett három napos rendezvényen. Mind az olaszok, mind az Iseoban nyaraló turisták szívesen fogadták a hévízi katalógusokat és kóstoltak, vásárolták a SemecFarm házi húskészítményeiből. A közönségrendezvényhez szakmai program is kapcsolódott, melynek során az Európai Tavak Szövetsége megvitatta a folyamatban lévő pályázati együttműködések helyzetét, valamint a közeljövő új pályázati lehetőségeit. A szövetségben Hévíz Város Önkormányzata teljes jogú tag, így ennek köszönhattuk az ingyenes részvételi lehetőséget.

ESZÉK - Egészségipari Fórum

Horvátország Magyarországi Nagykövetsége Külgazdasági Irodája valamint a Horváth Gazdasági Kamara közös meghívására a Hévízi Turisztikai Np Kft. részt vett **május 16-án** az Eszéki Egészségipari Fórumon, melyet B2B workshop követett. A rendezvényen 4 előadó, köztük Hévíz mutathatta be jó példaként, hogy milyen eredményeket ért el az egészségturizmus területén.

MTÜ külpiaci nap – május 27.

A Magyar Turisztikai Ügynökség szervezésében a Hévízi Tourinform Iroda is meghívást kapott a **2019. május 27-én** megtartott Külpiaci Nap rendezvényre, **Budapestre**. A rendezvényre kizárólag

turisztikai szakmai résztvevők regisztrálhattak, akik az előadásokat követően B2B workshop keretében személyesen is tárgyalási lehetőséget kaptak a meghívott desztinációk képviselőivel.

13 SÉF ONLINE

Június óta a **heviz.hu** aloldalán a gasztronómia szerelmesei olvashatnak híreket, eseményeket a 13 séf szervezésében megvalósuló hévízi rendezvényekről. Továbbá a séfek minden hónapban megosztanak az oldal olvasóival egy-egy szezonális alapanyagokból elkészíthető receptet, mely a hónap receptje néven érhető el.

VÁROS TÉRKÉP

Júniusban frissült a hévízi várostérkép. A megújult térképből évente 10.000 példányt nyomtatunk. A kiadványt ajánljuk minden tagunk számára, hiszen nem csak várostérképet tartalmaz, hanem rövid leírást is a főbb nevezetességekről, 4 nyelven.

SZÁLLÁS KATALÓGUS

Júniusban készült ez az ide szezon új szálláskatalógusa, amiben nagy öröm számunkra, hogy sokkal több szálláshely és szolgáltató szerepel, mint az előző évben. A kiadványból éves szinten 5.000 példány készült és leginkább rendezvényeken, vásárokon és a Tourinform Irodán keresztül jut el az érdeklődőkhöz.

DANUBE PROJECT

Márciusban adtuk be Hévízi Turisztikai Nonprofit Kft. vezető partnerségével azt a nemzetközi pályázatot, amit a Duna régiójának egészére kiterjesztve dolgoztunk ki. A több mint 2 millió euró összköltségvetésű projekt **célja a kulturális értékek és a spa turizmus összekapcsolása** annak érdekében, hogy **hosszabb tartózkodási idejű és magasabb költségű, új célcsoportok jelenjenek meg a desztinációban**. Novemberben összeállítottuk a második bírálati körre a részletes pályázati anyagot, amelynek megvalósítása pozitív bírálat esetén 2020. első negyedévében indulhat.

QUHEP Nyári Szimpózium Hévízen

Miben látják a külföldről érkező vendégek a magyar fürdők erősségeit? Hol és hogyan tudják a magyarok fejleszteni a nemzetközi piacokat? - Ezen kérdések megválaszolására keresték a választ Hévízen, két kimagasló előadó meghívásával. Claudia Wagner, a Fit-Reisen-től és Dr. Franz Terwey, az Európai Társadalombiztosítási Platform (ESIP) egykori elnökeként valódi szakértői a nemzetközi egészségbiztosítás és az egészségturizmus témáinak.

A Quality in Health Prevention nemzetközi szakmai szervezet, karöltve a Hévízgyógyfürdő és Szent András Reumakórházzal és a Hévíz TDM Egyesülettel, **június 13-14.** között szervezte meg az első nyári szimpóziumot, amire **27 hazai és külföldi szakember** fogadta el a meghívást.

Manilai study tour

Augusztus 23-24-én Hévízen járt a Travellife manilai magazin főszerkesztője és fotósa. A két újságíró több oldalas „Hungary Special” kiadványt tervez kiadni a Fülöp-szigeteken.

Mozgó reklám - busz dekoráció

Hévízi köntösbe bújtak a buszok az őszi főszezonra! Különleges színváltós dekorációba és vidám hévízi képekbe csomagolt kettő kirándulóbuszt a Hévíz TDM Egyesület és az Eni Travel. A buszok külföldön és belföldön egyaránt terjesztik Hévíz szépségét.

Hévíz Város Bora választás

2019-ben a Bezerics Pincészet kapta a legtöbb elismerést a Hévíz Város Bora választáson, így egy évig a Bezerics 2016-os Pogányvári Chardonnay képviselheti Hévíz városát. A Hévíz TDM Egyesület szervezésében a Hévízi Borünnepet megelőző napon választották meg a 2019-es év Hévíz Város Borát.