

Cieľ	Ukazovateľ	Cieľová hodnota
Marketingové kampane naprieč spektrom médií naviazané na Bratislavu ako cieľové miesto návštevy	<ul style="list-style-type: none"> • nové natočené videá a ich publikovanie • výstupy cez tlačové správy doma a v zahraničí (dec. 2021 - 295) • printové/online inzercie a výstupy v médiách doma a v zahraničí (dec. 2021 - 90) • nové koncepty a kampane pre cieľové skupiny - domáci cestovný ruch 	10 310 100 1
Podpora podujatí ako produktov cestovného ruchu a spolupráca s mestskými inštitúciami a magistrátom	<ul style="list-style-type: none"> • verejné podujatia (organizácia, finančná podpora, propagácia) • rozšírenie konceptu a rozsahu Bratislavských korunovačných dní (v r. 2021 boli 4 hlavné projekty) • spolupráca s organizáciami/inštitúciami mesta ev. Sekciami magistrátu 	10 6 5
Online propagácia pre komunikáciu značky mesta, produktov CR a informačný servis pre návštevníkov	<ul style="list-style-type: none"> • počet návštevníkov na webe visitbratislava.com (dec. 2021 - 746 000) • počet nových organických fanúšikov na Instagrame (dec. 2021 - 18,4 TIS) • počet sledovateľov na Facebooku na konci roka (dec. 2021 - 48 600) • dosah príspevkov na Facebooku (dec. 2021 - 3,5 mil.) • počet zhliadnutí videí na Youtube (dec. 2021 - 2,2 mil.) • počet nových followerov na LinkedIn (dec. 2021 - 551) 	755 000 2 000 52 000 3 800 000 2 500 000 150
Zber dát a následná komunikácia a sieťovanie prostredníctvom vytvorených databáz (B2B a B2C)	<ul style="list-style-type: none"> • počet B2B kontaktov relevantných zahraničných a domácich partnerov (dec. 2021 - 304) • počet nových registrovaných užívateľov verejnej WiFi siete (dec. 2021 - 52 982) • počet získaných emailových adries z dotazníka verejnej WiFi siete (dec. 2021 - 13 852) • tematických zaslaných newsletterov • nových emailových kontaktov cez online prieskumy (dec. 2021 - 7 083) 	320 60 000 16 000 8 1 500
Prezentácia Bratislavy ako atraktívnej city-break destinácie doma a v zahraničí s dôrazom na variabilnosť tém	<ul style="list-style-type: none"> • účasť na veľtrhoch CR a prezentáciách (naživo alebo online) • účasť na zahraničných B2B podujatiach live/online • nové témy propagačných materiálov • počet vytlačených ks propagačných materiálov a ich distribúcia (dec. 2021 - 210 000) 	10 5 3 230 000
Komunikácia značky Bratislava ("Surprisingly close, exceptionally smart") ako kongresovej destinácie na podporu využitia potenciálu v oblasti "meeting industry"	<ul style="list-style-type: none"> • počet účastníkov MICE DAYS (organizácia/spoluorganizácia networkingového podujatia BCB) • B2B stretnutia one-to-one s nákupcami podujatí live/online (dec. 2021 - 122) • dopĺňanie databázy nákupcov podujatí v CRM systéme (dec. 2021 - 1 620) • počet relevantných RFP'ov a kvalifikovaných leadov a ich administrácia (dec. 2021 - 21) • PR článkov publikovaných na MICE relevantných online platformách (dec. 2021 - 58) • počet nových followerov na LinkedIn (dec. 2021 - 1 257) • MICE relevantné príspevky na sociálnej sieti LinkedIn (dec. 2021 - 135) 	120 130 180 22 60 150 145

Turisticko-informačné centrum ako "informačná brána do destinácie" spolu so smerovaním návštevníkov po meste	• nadviazanie nových profesijných kontaktov/partnerstiev TIC	50
	• nové produkty/tovary/služby určené na povízný predaj v TIC	10
	• počet účastníkov prehliadok, vzdelávacích a osvetových podujatí (dec. 2021 - 2 741 účastníkov)	3 000
	• počet dopytov v TIC počas hlavnej sezóny (jún - september) (dec. 2021 - 22 106 dopytov)	25 000
Destinačný manažment, zatraktívnenie turistickej ponuky, kultivácia prostr. CR a strategické plánovanie	• projekty drobnej turistickej infraštruktúry v spolupráci s magistrátom a MČ	3
	• analytické, strategické a koncepčné materiály	3
	• vzdelávacie aktivity pre sprievodcov CR a pracovníkov prvého kontaktu	10
Dokument bude priebežne aktualizovaný podľa vývoja pandemickej situácie spojenej so šírením COVID - 19, cash flow BTB (Dotácia MDV SR) a i..		