

PLUS ; MINUS T Y G O D N I A

(8) - TURYSŒCI NIE WIERZĄ FACETOM W GARNITURACH

Brawo, brawo, brawo.. ostatni czas przyniósł zintensyfikowanie działań promocyjnych (a właściwie marketingowych) w naszym mieście. Po pierwsze powstały dwa spoty reklamujące Wolsztyn, a po drugie na rogatkach miasta, jak proponowali to jakiś czas temu internauci (pozdrowienia dla Madzi) pojawiły się tablice powitalne z parowozem w roli głównej. Pomysły świetne, realizacja... no cóż. Każdy ma własny gust, o którym w myśl przysłowia się nie dyskutuje, jednak nie byłbym sobą, gdybym nie napisał paru słów na temat jakości tych form promocji. Po świetnych ulotkach promujących Wolsztyn, ciekawych pocztówkach zdecydowano odejść od wcześniej przyjętej konwencji i postawiono na... no właśnie nie bardzo wiadomo na co. Zaczęę może od tablic powitalnych.

Wprawdzie gdy na forum internetowym padł pomysł ustawienia takich znaków, zupełnie inaczej sobie je wyobrażałem (a wyobraźnię mam chyba całkiem, całkiem). Myślałem, że będzie bardziej retro, bardziej realistycznie (w sensie wykorzystania realnych maszyn lub ich części) i co najważniejsze bardziej symbolicznie. Tymczasem to co pojawiło się przy drogach, nie powiem zwraca uwagę - to fakt, ale przypomina tablice stawiane przy drogach w latach 90-tych. Zupełnie nie koresponduje z innymi "materiałami promocyjnymi". Najciekawsze jest umieszczenie... zaraz, zaraz tylko policzę... 10 symboli nagród i wyróżnień zdobytych przez Wolsztyn. Chwała burmistrzowi i całemu samorządowi za to, że miasto i gmina jest dostrzegana w kraju i za granicą (tak trzymać!) i należy to wykorzystywać, ale... nie w tym miejscu i w takiej formie. Myślę, że w tym natłoku informacji zaszerwowanych przez projektantów tablicy gubi się, a przynajmniej wyraźnie słabnie prawdziwy i najważniejszy przekaz. To tyle o tablicach, które w gruncie rzeczy dobrze że są, bo lepsze takie jak żadne, prawda? ;)

Teraz kilka słów o spotach reklamowych. Zaczęę mało oryginalnie - pomysł świetny, realizacja... no cóż.

Podobnie jak z tablicami problemem jest tu odejście od wcześniej stylistyki przyjętej w promocji gminy. Filmy zrobiono bez pomysłu, według szablonu stosowanego już wcześniej przez wiele podobnych miast. Poza tym osoba burmistrza nie zawsze (jeśli kiedykolwiek) jest najlepszym magnesem na przyciągnięcie turystów (bo temat spotów wyraźnie wskazuje, że skierowane są one właśnie do turystów). TURYSŒCI NIE WIERZĄ FACETOM W GARNITURACH. :) No chyba, że przy okazji reklamuje się też burmistrz... o co nie podejrzewam Pana Andrzeja :). Podsumowując dziś zarówno PLUS jak i MINUS dla wolsztyńskiego samorządu. PLUS po pierwsze za słuchanie i realizację świetnych pomysłów innych (konkretnie internautki Madzi) oraz za próbę nowych form promocji.

MINUS za nienajlepszą realizację tych świetnych pomysłów.

PS. Czy realizacja spotów i ich emisja była nagrodą w konkursie Teraz Polska, czy samorząd sam zainwestował własne fundusze w to przedsięwzięcie?