



Promotivni letnji karavan Turističke organizacije Srbije i njenih članica sprovodi kampanju „Moja Srbija“ u okviru koje će posetiti 14 gradova u Srbiji. Prvog dana jula 2016. godine, karavan je stigao u Novi Sad. Vrelina letnjeg dana uticala je da posećenost ovoj osmišljenoj prirebi u kasnijim satima bude znatno bolja nego u popodnevnim, ali i pored toga, direktorka TOS-a, gospođa Marija Labović, bila je zadovoljna prijemom i izložbom u Novom Sadu. Gospodu Labović smo pitali šta očekuje kao rezultat od ove promotivne kampanje i da li će se i kako dalje razvijeti ova priča?

- Karavan „Moja Srbija“ je zaista dao dobre rezultate. Privlači dosta veliku pažnju gde god se pojavljuje, prati nas veliki broj medija, naših građana, dosta ljudi dolazi i rasprituje se za destinacije, statistika nam takođe ide u prilog jer vidimo da veliki broj domaćih turista i dalje raste. Za prvi pet meseci ove godine je za 15% porastao broj domaćih turista. U tom smislu se ukazuje na to da kravan „Moja Srbija“ obavlja posao kako treba.

*Aktivnosti ili akcije koje će još TO Srbije preduzeti u cilju daljeg pospešivanja turizma?

- TOS je neprestano u kampanji. Ovo je samo jedan deo naše kampanje. Danas su aktuelni digitalni bilbordi, tako da praktično ono što se sada dešava u Novom Sadu prati se u čitavoj Srbiji na digitalnim bilbordima u gradovima Srbije. Interesantno je da mi nastavljamo našu kampanju i ka inostranim turistima. Letnji periodi su nam vezani za studijske posete što novinara, što organizatora putovanja, jer onda oni na pravi način „iz prve ruke“ ispričaju ono što su ovde videli, što je za nas jako značajno, jer taj medijski prostor u inostranstvu je dosta skup, i to je način kako privlačimo njihovu pažnju i imamo veliki broj objava. U toku godine TOS dovede preko 200 stranih novinara što je jako značajno, a onda od septembra nastavljamo aktivnosti u zemlji i inostranstvu.

*Pošto ste se kretali po čitavoj zemlji sigurno imate uvid u aktivnosti turističkih organizacija. Da li mislite da su generalno napredovale i ušle u savremene tokove marketinga i prezentacija?

- Turističke organizacije se trude da prate savremene medijske tokove, neke sa više, neke sa manje uspeha, ali u principu, mi imamo jako dobru saradnju sa njima, trudimo se da ih uključimo u sve ono što prepoznajemo kao mogućnost za zajedničku saradnju. Tu smo da pomognemo kada nešto treba, da nam se obrate. U tom kontekstu uvek ima prostora za napredak svih nas. Treba kontantno raditi na edukaciji, pratiti trendove... Mi redovno radimo istraživanje tržišta, radili smo istraživanje tržišta vezano za domaće turiste, sada ćemo raditi istraživanje tržišta za strane turiste, koji će takođe da dobre impute za to šta treba raditi i kako im se treba obraćati, a da se postigne najbolji mogući rezultat.

*Uključili ste kao novinu - dogitalne bilborde u ovoj kampanji, i time faktički pozvali sve posetioce karavana i sve buduće i sadašnje turiste da direktno utiču na kampanju. Kako ste zadovoljni sa efektima?

- Utisci koje posetioци dele sa svojim prijateljima i pratiocima na društvenim mrežama prikazuju se u realnom vremenu i na digitalnim bilbordima u gradovima širom naše zemlje! Na ovaj način, svi učesnici, posetioци karavana, ali i drugi zainteresovani korisnici društvenih mreža Ttiter ili Instagram, mogu da podele svoje omiljene trenutke, mesta i aktivnosti u svom gradu i sa mnogo širom publikom dodavanjem oznake #MojaSrbija na svoju objavu.

Turistička organizacija Srbije omogućila je ovim putem svakom korisniku društvenih mreža da se objavama uključi u promociju turističkog potencijala svog kraja i tako postane ambasador lepote naše zemlje. Osim njihovih pratilaca na društvenim mrežama, ukoliko su slike koje objave lepe i autentične, velika je mogućnost da će one zahvaljujući inovativnoj LED tehnologiji, i to breditirane u vizuelni identitet naše kampanje Moja Srbija, biti objavljene na digitalnim bilbordima u Beogradu i drugim gradovima Srbije. Do sada se na pomenutim bilbordima našlo preko stotinu ovakvih objava u okviru kampanje „Moja Srbija“.

Za ove potrebe Turistička organizacija Srbije zakupila je digitalne bilborde u Beogradu, Kragujevcu, Čačku, Novom Sadu, Zrenjaninu, Somboru i Vršcu – obavestila je gospođa Marija Labović.