

**2018. I. félévi gazdálkodása**

**Készítette:**

H. Horváth Orsolya, ügyvezető igazgató

2018. július 17.

**Tartalom**

[1. Bevételi oldal 3](#_Toc519591566)

[2. Kiadási oldal 3](#_Toc519591567)

[2.1. Marketing célú kiadások 3](#_Toc519591568)

[2.1.1. BELFÖLD 11](#_Toc519591569)

[2.1.2. KÜLFÖLD 15](#_Toc519591570)

[2.2. Működési költségek 21](#_Toc519591571)

**Mellékletek:**

1. Egyszerűsített évközi beszámoló mérlege
2. Egyszerűsített évközi beszámoló „A” típusú eredménykimutatása
3. Főkönyvi kivonat
4. Könyvvizsgálói jelentés

A Hévízi Turisztikai Nonprofit Kft. az I. féléves gazdálkodását a34./2017 (XII.15.) számú Taggy. Határozatban elfogadott és a 6./ 2018 (IV.24.) számú Taggy. Határozatban módosított éves üzleti terve alapján folytatta.

# Bevételi oldal

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Hévízi Turisztikai Nonprofit Kft. tervezett bevételei** | **Terv bruttó összeg forintban** | **Tény bruttó összeg forintban** |
| Tartalék 2017. évről | 10 000 000 | 10 000 000 |
| Önkormányzati támogatás | 75 000 000 | 55 000 000 |
| Szolgáltatók imázs kampány hozzájárulás | 38 000 000 | 18 595 340 |
| Vállalkozói bevétel | 12 000 000 | 10 646 724 |
| **Mindösszesen** | **135 000 000** | **94 242 064** |

Az üzleti tervben rögzített bevételi költségvetési táblázat az I. félévben a következő mértékben teljesült:

# Kiadási oldal

A kiadási oldalt 2 kategóriába sorolja az éves üzleti terv:

Marketing célú kiadások és Működési költségek.

## ****Marketing célú kiadások****

A következő táblázat összefoglalva mutatja meg a 2018. I. félévében elvégzett marketing munka költség oldalát, az üzleti tervben meghatározott tevékenységek szerinti bontásban.

A táblázat a költségeket forintban, bruttó összegben tartalmazza, pénzforgalmi szemléletben.

A vastag betűtípussal kiemelt sorok részszámlák összesítését jelzik.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Célpiac** | **Tervezett kiadás** | **Tervezett vállalkozói bevétel** | **Tény kiadás** | **Tény vállalkozói bevétel** |
| **Rövid távú imázs építés célpiacai** |  |  |  |  |
| **Belföld összesen - célcsoport: 30-50 év közötti egészségtudatos felnőttek (kb. 300.000 fő) és 60+ TB finanszírozott gyógykúrázók (kb. 200.000 fő)** | **38 070 000** | **9 000 000** | **24 183 285** | **7 157 046** |
| **Kampányok: Gőzerővel Hévízen: január 8. - február 28.** |  |  |  |  |
| **Spa/wellness kampány: április 1. - június 10.** |  |  |  |  |
| **Hévízi Tradicionális Kúra: szeptember 12. - november 20.** |  |  |  |  |
| Online - aktuális kampányhoz igazítva |  |  |  |  |
| GoogleAdWords: search, display, remarketing, mobil, YouTube, Gmail | 2 500 000 | 0 |  |  |
|  |  |  | 1 000 000 |  |
|  |  |  | 152 400 |  |
| E-target | 800 000 | 0 | 698 500 |  |
|  |  |  | 50 001 |  |
| Facebook játék, hirdetés, nyereményjátékok | 1 000 000 | 0 | 204 000 |  |
|  |  |  | 6 453 |  |
|  |  |  | 13 256 |  |
|  |  |  | 52 431 |  |
|  |  |  | 7 019 |  |
|  |  |  | 27 051 |  |
| EÜ portálok - weborvos.hu, videoklinika.hu, euromedicagroup | 350 000 | 0 |  |  |
| Programajánló kiemelések - programturizmus.hu, termalfurdo.hu (hírlevél) | 500 000 | 0 |  |  |
|  |  |  | 127 000 |  |
| Közösségi média, fotó és videó feltöltések, utazási véleményezők | 0 | 0 |  |  |
| Szállás.hu együttműködés | 500 000 | 0 |  |  |
| Print | 6 000 000 | 3 500 000 |  |  |
| Kiskegyed 3 alkalom |  |  | 977 900 | 245 110 |
|  |  |  |  | 111 125 |
| Nők Lapja 4 alkalom |  |  | 1 104 900 | 138 113 |
|  |  |  |  | 138 113 |
|  |  |  |  | 552 450 |
| Turizmus.com magazin 1 alkalom |  |  |  |  |
| Gyógyhír, Gyöngypatika |  |  | 381 000 | 95 250 |
|  |  |  |  | 95 885 |
| Blikk Nők 2 alkalom |  |  |  |  |
| Stáhl Magazin |  |  |  |  |
| Lokális lapok - Szuperinfó 3 alk., Lokál Extra, Savaria Fórum |  |  |  |  |
| HVG |  |  | 1 355 725 |  |
| IPM |  |  |  |  |
| Füles (rejtvény újság) |  |  |  |  |
| Studytoursponzoráció - Best |  |  | 63 500 |  |
| Studytoursponzoráció - Meglepetés |  |  | 63 500 |  |
| Studytoursponzoráció - Cosmopolitan |  |  | 127 000 |  |
| Televíziós megjelenések |  |  |  |  |
| ATV Hazahúzó 2 alkalom | 100 000 | 0 | 0 |  |
| TV2 Poggyász 3 alkalom + programajánlók | 920 000 | 300 000 |  |  |
| Időjárás szponzoráció M1 Híradó környezetben 3x2 hét | 560 000 | 0 |  |  |
| Nyereményjáték főműsoridőben - TV2 Jóban, rosszban, RTL Klub Barátok közt | 750 000 | 0 |  |  |
|  |  |  | 720 090 |  |
| Szerkesztőségek folyamatos kapcsolat tartása, gasztro tv, Viasatsütimester | 0 | 0 |  |  |
| Vajtó és a Világ forgatás |  |  | 30 000 |  |
| Balaton TV |  |  | 100 000 |  |
| Rádió megjelenések |  |  |  |  |
| Vidéki rádiók | 600 000 | 0 |  |  |
|  |  |  | 76 962 |  |
|  |  |  | 133 706 |  |
| Studytour - belföldi újságírók: Nyugat-Balatoni, saját attrakciós | 500 000 | 0 |  |  |
| Idegenvezetés |  |  | 30 000 | 320 890 |
| Gyógyszertár hálózat együttműködés, termékkapcsolásos együttműködés |  |  |  |  |
| Sport/egészség/életmód rendezvény kitelepülés (SPAR Maraton BP), rendezvény kitelepülés, világnapokra gerilla | 600 000 | 200 000 |  |  |
| Kórházi plakátok | 600 000 | 0 |  |  |
| Outdoor - jármű reklám: BKV, 4-6-2 és távolsági, CLP, mozgólépcső | 5 000 000 | 0 | 1 778 000 |  |
| UTAZÁS - Belföldi díszvendég | 8 350 000 | 5 000 000 |  |  |
| Müa. Pohár |  |  | 12 195 | 549 059 |
| Műsorvezetés |  |  | 30 000 | 57 150 |
| Anyag |  |  | 7 000 | 57 150 |
| Nyomda |  |  | 90 170 | 549 059 |
| Nyomda |  |  | 62 093 | 476 669 |
| Áruszállítás |  |  | 115 000 | 476 669 |
| Anyag |  |  | 9 000 | 549 059 |
| Hungexpo helyszín |  |  | 4 139 184 | 549 059 |
| Anyag |  |  | 3 150 | 549 059 |
| Szállás |  |  | 87 000 | 549 059 |
| Anyag |  |  | 9 480 | 549 059 |
| Stand építés |  |  | 5 219 700 | 549 059 |
| Anyag |  |  | 6 842 |  |
| Tartalék év közben felmerülő kiadásokra | 8 440 000 |  |  |  |
| Gasztronómiai program sorozat |  |  | 2 500 000 |  |
| Gasztronómiai program sorozat |  |  | 2 500 000 |  |
| Online média monitoring |  |  | 46 037 |  |
| Számítógép karbantartás |  |  | 66 040 |  |
| Szállás - Turizmus Gála |  |  | 16 215 |  |
| Ruhakölcsönzés |  |  | 12 000 |  |
| Open Road kitelepülés |  |  | 292 100 | 45 720 |
| Open Road belépő |  |  | 16 000 | 50 800 |
| **Külföld** |  |  |  |  |
| **Német piac - célcsoport: gyógyvendégek 40+ (46,7 millió fő) az 5. fő üdülési forma a gyógyászat** | **31 760 000** | **0** | **2 750 438** | **0** |
| PA Együttműködés: Print PR cikkek - pl. WAZ | 15 500 000 | 0 |  |  |
| SPA Travel transzfer akció | 7 000 000 | 0 |  |  |
|  |  |  | 280 413 |  |
|  |  |  | 200 073 |  |
|  |  |  | 418 425 |  |
| Német önálló megjelenések: Bajorország, Baden-Württemberg (Stuttgartig), Keleti tartományok | **9 260 000** |  |  |  |
| GoogleAdWords kampány: search, display, remarketing, YouTube, mobil, Gmail | 3 000 000 | 0 |  |  |
|  |  |  | 1 446 000 |  |
|  |  |  | 100 000 |  |
|  |  |  | 100 000 |  |
|  |  |  | 100 000 |  |
| Facebook kampány, nyeremény játékkal | 1 000 000 |  | 49 367 |  |
|  |  |  | 48 160 |  |
| PR ügynökség: hír generálás, tartalom szolgáltatás, regionális média elérése, nyeremény játékok, celeb látogatás, tv, reformáció, gerilla | 5 260 000 | 0 |  |  |
| Idegenvezetés |  |  | 8 000 |  |
| Studytour fogadás\* | 0 | 0 |  |  |
| Vásári részvétel a Nyugat-Balaton szervezésében (Stuttgart CTM) |  |  |  |  |
| **Svájci piac - gyógyvendég 40+ és fogászati turizmus** | **3 630 000** | **0** | **540 000** | **0** |
| GoogleAdWords kampány: search, display, remarketing, YouTube, mobil, Gmail | 1 000 000 | 0 |  |  |
|  |  |  | 340 000 |  |
|  |  |  | 100 000 |  |
|  |  |  | 100 000 |  |
| PR ügynökség: hír generálás, tartalom szolgáltatás, regionális média elérése, nyeremény játékok | 2 630 000 | 0 |  |  |
| Studytour fogadás\* | 0 | 0 |  |  |
| **Osztrák piac összesen - célcsoport: 30-50 év közötti egészségtudatos felnőttek - kb. 800.000 fő tervez külföldi gyógy és wellness üdülést és 50+** | **9 910 000** |  | **4 315 524** | **934 120** |
| GoogleAdWords kampány: search, display, remarketing, YouTube, mobil, Gmail | 2 000 000 | 0 |  |  |
|  |  |  | 1 000 000 |  |
|  |  |  | 335 000 |  |
| Facebook kampány, nyeremény játékkal | 500 000 |  | 204 000 |  |
| PR ügynökség: hír generálás, tartalom szolgáltatás, studytour szervezés, regionális média elérése, Die Presse, Krone Zeitung, Bezirksblatt és Kurier elérése | 3 410 000 | 0 | 2 613 251 |  |
| Kleine Zeitung közös megjelenés csomag ajánlatokkal | 900 000 | 300 000 |  |  |
| Ferien Messe - Bécs - Nyugat-Balaton szervezésben | 100 000 | 0 | 0 |  |
| Szakmai és egészség tematikájú rendezvényeken személyes jelenlét | 1 000 000 | 0 |  |  |
| ReiseSalon, ReiseInspiration |  |  |  | 186 824 |
| Szállás |  |  | 55 137 | 186 824 |
|  |  |  |  | 186 824 |
|  |  |  |  | 186 824 |
|  |  |  |  | 186 824 |
| Thermen&Wintersport |  |  | 108 136 |  |
| Német nyelvű bloggerstudytour-ok szervezése\* |  |  |  |  |
| Családi tematikus kampány | 2 000 000 | 500 000 |  |  |
| LustaufUngarn |  |  | 461 418 | 148 073 |
|  |  |  |  | 148 073 |
| **Szlovák piac összesen - célcsoport: 30-50 év közötti egészségtudatos Nyugat-szlovákiai magyar nyelvű felnőttek, és 50+ - kb. 220.000 fő** | **6 485 840** |  | **2 733 758** | **1 421 575** |
| GoogleAdWords kampány: search, display, remarketing, YouTube, mobil, Gmail | 1 500 000 | 0 | 746 000 |  |
|  |  |  | 101 600 |  |
| Facebook kampány, nyeremény játékkal | 500 000 |  | 204 000 |  |
| E-target | 600 000 |  | 300 000 |  |
| ITF - Pozsonyi vásár - Nyugat-Balaton szervezésében | 0 | 0 |  |  |
| Online PR cikkek | 400 000 | 100 000 |  |  |
| Print - Új Szó, Új nő, tematikus lapszámok, lokális média - cikk sorozatok | 2 685 840 | 2 086 920 |  |  |
| Új Szó |  |  | 527 922 | 134 614 |
|  |  |  | 316 223 | 134 614 |
|  |  |  |  | 134 614 |
|  |  |  |  | 134 959 |
|  |  |  |  | 134 614 |
|  |  |  |  | 134 959 |
|  |  |  |  | 95 250 |
|  |  |  | 467 400 | 118 243 |
|  |  |  | 70 613 | 59 121 |
|  |  |  |  | 59 121 |
|  |  |  |  | 118 243 |
|  |  |  |  | 118 243 |
|  |  |  |  | 44 980 |
| Helyi TV csatornák, Pozsony TV | 800 000 | 0 |  |  |
| **Cseh piac összesen - célcsoport: 30-50 év közötti egészségtudatos felnőttek Prága és Brno térségében és 50+ kb. 400.000 fő** | **8 200 000** |  | **1 426 644** | **0** |
| GoogleAdWords kampány: display, remarketing, YouTube, mobil, Gmail | 2 500 000 | 0 | 15 507 |  |
| PR ügynökség - hír generálás, nyereményjáték erősítés | 5 700 000 | 0 | 1 411 137 |  |
|  |  |  | 1 164 338 |  |
|  |  |  | 579 961 |  |
| **Orosz piac - pr ügynökség, online kampány, B2C, állami hírügynökség** | **5 000 000** |  |  |  |
| **Ukrán piac - pr ügynökség, online kampány, B2C, állami hírügynökség** | **5 000 000** |  |  |  |
| **Izrael** |  |  |  |  |
| **Hosszú távú imázs építés célpiacai** |  |  |  |  |
| **Lengyelország** | **5 000 000** | **0** | **31 268** | **0** |
| PR ügynökség - hír generálás, studytour fogadás | 3 500 000 | 0 | 31 268 |  |
| GoogleAdWords kampány: display, remarketing, YouTube, mobil, Gmail | 1 500 000 | 0 |  |  |
| **Egyéb kiadások** | **10 500 000** |  | **1 934 487** | **769 266** |
| Kiadványok, szóró ajándékok összesen | 4 330 000 | 0 |  |  |
| Német imázs és eü prospektus |  |  | 313 055 | 295 124 |
| GŐZerővel kupon |  |  | 33 731 |  |
| Papírtáska |  |  | 119 339 |  |
|  |  |  | 123 723 |  |
|  |  |  | 195 300 |  |
|  |  |  | 304 800 |  |
| Fotózás | 1 000 000 | 0 |  |  |
| Grafikai tervezés összesen | 1 550 000 | 0 |  |  |
|  |  |  | 381 000 |  |
|  |  |  | 381 000 |  |
| Fordítás összesen | 1 000 000 | 0 |  |  |
|  |  |  | 48 717 |  |
| Film készítés, video tartalom fejlesztés, 1 perces vallomások | 2 000 000 | 0 |  |  |
| Hévíz.hu honlap üzemeltetése összesen | 610 000 | 1 500 000 |  |  |
| Hírlevél szerver |  |  | 9 133 | 238 351 |
| Domain bérlet |  |  | 2 752 | 235 791 |
| Domain bérlet |  |  | 7 200 |  |
|  |  |  | 14 737 |  |
|  | 10 000 | 100 000 |  |  |
| **Tartalék év közben felmerülő kiadásokra** | **900 000** | **0** | **202 680** | **0** |
| Egyesületi tagdíj |  |  | 15 000 |  |
| Finn Utazási Irodák Szöv. Tagdíj |  |  | 187 680 |  |
| **Marketing költségek mindösszesen** | **115 030 000** | **13 586 920** | **39 389 100** | **10 478 340** |

**A fenti megjelenések szöveges bemutatása**

A tényként teljesült kiadások időarányosan elmaradást mutatnak a terv kiadásokhoz képest, aminek az oka, hogy több teljesült kampány esetében a számla kiállítás nem történt meg 2018. június 30-ig. Ahogy a megjelenések részletes bemutatásából is kiderül, többek között a PA Touristik és a külföldi PR ügynökségi akciók is folyamatban vannak, viszont ezeknek a kifizetésére még nem került sor.

Amennyiben a kampányok teljesülését vesszük figyelembe, a pénzügyi teljesítés helyett, akkor láthatjuk, hogy időarányosan a tervezetteknek megfelelően alakultak a marketing kampányok.

### ****BELFÖLD****

**ONLINE MEGJELENÉSEK**

**Szállás.hukampány kiemelt desztinációja Hévíz**

Hévíz kiemelt helyet kapott a Szallas.hu nagy nyári kampányában, melynek kapcsán külön reklám szpot is készült: [https://www.youtube.com/watch?v=qAb8yXMouSw](http://mailtrack.me/tracking/raWzMz50paMkCGDmAwtjAwVmZmRzMKWjqzA2pzSaqaR9AQLjZGZlZQp3Way2LKu2pG0kAwRlAQVkBGZ1A1V).

Az együttműködésnek köszönhetően televíziós, rádiós, nyomtatott és online csatornákon is megjelenik Hévíz, mint a Szállás.hu egyik ajánlott úti célja. Mindössze 5 település szerepel a kampányban, melyek közül az egyik Hévíz!

**GoogleAdWords és Etarget kampány**

**AdWords**

Az első január 9 – február 28. között, "Gőzerővel Hévízen" városi csomagajánlat foglalás orientált kampány mellett általános városi és egészségturisztikai kampányok is futottak. A második kampány április 3 – július 15. között kifejezetten szállásfoglalás fókuszú lett a felépítés. A hagyományos keresőszavas hirdetéseket display hirdetésekkel, YouTube és Gmail hirdetésekkel valamint remarketinggel tettünk még hatékonyabbá.

A magyar felületeken **GoogleAdwords**kampányunk eredményeként 1.381.292 Ft költés mellett 21.154 **kattintás történt, és 644 konverzió** (ajánlatkérés és foglalás) valósult meg, melynek **konverziós átlag ára az első kampány során 3.607 Ft**, míg a tavaszi kampány során már csak**1.126 Forint** volt.

**Etarget**

Április 1-től egészen július 15-ig futottak hirdetések, melyek a kedvező árú hévízi pihenésre hívták fel a figyelmet. A kampányt folyamatosan monitoroztuk, így mindig a legoptimálisabb hirdetésekkel és költéssel dolgoztunk. A 3 és fél hónap alatt 12.974.094 megjelenésből összesen 13.777 kattintásérkezett, átlagosan 20,02 Ft-os áron és 275 747,68 Ft összköltés mellett. Átlagosan 4,18 oldalt néznek meg átlag 1 perc alatt.Konverziók: 39 szállás.hu ajánlatkérés, 4 szállás.hu foglalás, 17 adatlapmegtekintés, 3 szálláskereső használat, 1 063 csomagkerső használat, 340 fürdő árlista megtekintés.

**Gőzerővel Kampány**eredmény: 847 szállásfoglalás és ajánlatkérés az akciós csomagra.

**SOCIAL MEDIA AKTIVITÁS**

**FB rajongó szerző kampány**

Január 18. és február 28. között futott **pagelike (oldalkedvelés)gyűjtő kampányunk**, melynek keretében magyar nyelvterületen a facebook.com/heviz.info oldalunkat népszerűsítettük. Kampányunkban használtunk területi, érdeklődés alapú és remarketing célzást is, valamint több korcsoportot is megcéloztunk. A magyar kampány során **7.185 új rajongót szereztünk** átlagosan 39,15 Ft-os áron, összesen 281.308 Ft költés mellett. Korábbi hasonló kampányunk viszonylatában az átlagárat 13 Ft-tal sikerült csökkenteni, az eredményeket pedig 1.901-el növelni.

Facebook követőink száma június 30-ra elérte **a 71.869 főt**.

**Facebook nyereményjáték**

4 héten át tartó Hévízi Nagyító játékunkban összesen 8 képes feladványt kellett megfejtenie a játékosoknak. Az organikus eléréseket 99.000 Ft értékű hirdetési kerettel növeltük. Így összességében 18.189 hivatkozáskattintás, 300.500 elérés, 8.076 reagálás, 593 hozzászólás, 665 megosztás és 109 új feliratkozás realizálódott. Összesen 4.299-en játszottak velünk.

**Instagram**

2018. február 15-én létrehoztuk saját Instagram oldalunkat: [www.instagram.com/iloveheviz](http://mtrack.me/tracking/raWzMz50paMkCGD0AmHjZQZlZwDzMKWjqzA2pzSaqaR9AQLjZGZlZQp3Way2LKu2pG0kAwLlBQL2BQR2AIZ).

Célunk elsősorban a fiatalabb korosztály elérése nemzetközi szinten.

A **Hévízi Nagyító** játékunk kapcsán ezen a felületen is hoztuk létre teszt jelleggel hirdetéseket, amikkel összesen 18.113 embert értünk el, akik közül 385-en reagáltak a posztra, 293-an pedig továbbkattintottak játékunkra. A hirdetések 84%-ban nőket értek el, a 35-54 éves korosztályban és főleg Budapesten. Hirdetési költségünk 1 hétre 8792 Ft volt.

Az oldal indulása ótaInstagram fiókunkon több mint **27.213** embert értünk el. Egy-egy képünk átlagosan 34-en kedvelést ér el, átlagosan 3 profilfelkeresést és 1 új követőt hoz számunkra. Jelenleg követőink számra 210 fő. Követőink 65%-a Magyarországról, 9%-a Oroszországból, 3%-a Németországból követ bennünket, 65%-uk 25-44 év közötti és 60%-uk nő.

**iloveheviz.blog.hu**

Hetente egy cikket írunk erre a média felületre, amiben az évszakhoz passzolóan programlehetőségekre, érdekes látnivalókra, kedves vagy izgalmas dolgokra hívjuk fel az olvasók figyelmét. Informatív jelleggel, de nem elsősorban hosszú cikkekkel, inkább látványos válogatásokkal, fotókkal.  
Az első fél évben összesen 21blog bejegyzés íródott, ebből 1 átvett cikk, a többi saját írás. Legtöbben ebben az időszakban a „10 kérdés, amit mindenki megkérdez a hévízi virágokról” című cikkünket olvasták.

**Hírlevelek**  
Az első fél évben első 5 alkalommal küldtünk ki hírlevelet. Évindító szállás akciók, Fergeteges február Hévízen hírlevelünket 6.595 címre küldtük el. Március elején azok kaptak tőlünk levelet, összesen 1065-en, akik az Utazás Kiállításon játszottak velünk. . A hírlevelet az olvasók 65,83%-a nyitotta meg, 11%-uk pedig a hírlevélben található linkek valamelyikére is tovább kattintott. Áprilisban a Hévízi Nagyító facebook játékunk kapcsán küldünk ki összesen két alkalommal hírlevelet az összes magyar nyelvű hírlevelezős listára, összesen 8271 címre. A hírleveleket összesen átlagosan 36,95%-ban olvassák.

**NYOMTATOTT SAJTÓ**

Az elmúlt fél év során a **Nők Lapja** olvasóit a Harmónia a mellékletben és a Nők Lapja Programajánlóban, összesen 424.800 példányban szólítottuk meg. Továbbá  megjelent Hévízről szóló leírásunk a **Kiskegyedben** (185.285 példány) a **HVG**-ben (30.588 példány) és a **Gyógyhír** (160.000 példány) magazinban is. A Kelet-Magyarországi régiót a júniusban megjelent **Turisztika Magazinban** (120.000 példányban) informáltuk a hévízi nyári lehetőségekről. 2018 I. félévében összesen **1.288.488** példányban jelent meg Hévízről szóló pozitív leírás.

**Tanulmányút**

Áprilisban 14 magyar újságíró és blogger fogadta el a meghívásunkat a Boldog Békeidők rendezvény kapcsán szervezett tanulmányútra. Az **MTI, a Blikk, a Cosmopolitan, a Meglepetés, a Best, a Fanni Magazin, a Femina, a Balatontipp, az Új Nő és a hir24 újságírói** a nyomtatott sajtóban összesen **362.500 példányban**írtak személyes élményeikről. Online portálokon közel **8 millió** havi egyedi felhasználóhoz juthattak el a hévízi élménybeszámolók.

**RÁDIÓ**

**Tavaszi rádió kampány:**

Mindkét esetben ugyanazt a 20mp-es spotot helyeztük el a leghallgatottabb műsorsávokban.

A Szombathely és vonzáskörzetében hallható **Friss Fm** reggeli műsorsávja megegyezik a Rádió1 országos műsorával. Az egy hétig, május 14-20 között tartó kampányidőszakban összesen 28 alakalommal volt hallható a hévízi sport, ebből 14 alkalommal a reggeli műsorban került adásba.

A Paks és Szekszárd vonzáskörzetében hallható **Fortuna Rádióban** két hetes kampány indítottunk, május 7-20 között, mely időtartam alatt 98 alkalommal volt hallható a hévízi spot reggeli és kora délutáni időszakokban.

A rádiós szpot a hévíz.hu oldal felkeresésére ösztönözte a hallgatókat.Konverziók száma 2017. május 14-július 4. között Vas megyéből 13, Tolna megyéből 5, ugyanezen időszakban 2018-ban, Vas megyéből 11, Tolna megyéből 23.

A **Lánchíd Rádióban** szezonértékelő interjú hangzott el élő műsorban március 1-én Horváth Orsolyával, aki egyúttal a város aktuális kínálatát is bemutatta a hallgatóságnak.

**TV**

A **Hazahúzó** stábjával kétszer is forgattunk az elmúlt fél évben. Bemutattuk a téli kenutúrát, jégkorcsolyát, piacot, természeti értékekről és a kihagyhatatlan téli spa és wellness élményeket, továbbá hévíz gazdag gasztronómiai kínálatát. Az adásba kerülés hamarosan várható az **ATV és az Echo csatornákon**.

A **"Vajtó és a Világ"** stábja szintén lencsevégre kapta a város téli arcát, fókuszban a piaccal, kenu túrával, fürdőzéssel és gasztronómiával. A műsor a D1 csatornán került sugárzásra január 28-án, ezt követően pedig a **vidéki tv csatornákon ismétlik**. Ezáltal több mint 700.000 fős nézettséggel büszkélkedik a turisztikai műsor. [**Kattintson ide**](http://mailtrack.me/tracking/raWzMz50paMkCGDlAmVmZwRmBGpzMKWjqzA2pzSaqaR9AQLjZGZlZQp3Way2LKu2pG0kAGLkBQZ1AwtlAIH)a teljes adás megtekintéséért!

Az **M1 Híradó** élőben jelentkezett a "Gőzerővel Hévízen" forraltboros városnéző túráról január 19-én. A következő hetekben többen foglaltak a túrára, a Híradós riportra hivatkozva, így rögtön érezhető volt a bejelentkezés hatékonysága.

**OUTDOOR**

A „Gőzerővel Hévízen” téli kampányuk során 1 hónapos outdoor kampányt indítottunk Budapesten.

Kombino**villamos** 4-6-os villamos, valamint a 2-es villamos vonalán 1-1 villamos oldalfelületének matricázása az adott vonalon

Metro **balusztrád** a nyugati téri metró mozgólépcső felületén a Teréz körúti kijáraton és a Batthyányi téren, összesen 24 dbplakát, mellyel összesen **6.975.000kontaktusszámot** érhettünk e**l.**

**SZEMÉLYES MEGJELENÉSEK**

A **Turizmus Gálán** a Hungarikum Programirodán keresztül jelent meg Hévíz, fotóponttal és ízletes kóstolóval kiegészítve. Február 1-én a Budapest Kongresszusi Központban közel 1.000 fős szakmai közönséghez jutott el ezáltal a város.

**UTAZÁS Kiállítás - március 1-4.**

Belföldi díszvendégként **Hévíz helyi termék kóstolóval**, **kosztümös fotó ponttal, koktélokkal, kincskereső játékkal, értékes nyereményekkel (szállás, hőlégballon repülés) és akciós szállás ajánlatokkal** várta az érdeklődőket. Hévíz stand fókuszában az egészséges életmód, a természetközeli feltöltődés, a minőség és az éltető víz álltak.

A kiállításról összefoglaló videóért [**kattintson ide**](http://mailtrack.me/tracking/raWzMz50paMkCGDlAmVmZwRmBGpzMKWjqzA2pzSaqaR9AQLjZGZlZQp3Way2LKu2pG0kAGLkBQZ1AwtlA1p)!

A kiállításról készül fotóválogatásunkért [**kattintson ide**](http://mailtrack.me/tracking/raWzMz50paMkCGDlAmVmZwRmBGpzMKWjqzA2pzSaqaR9AQLjZGZlZQp3Way2LKu2pG0kAGLkBQZ1AwtlBIR)!

**Társkiállítók voltak a Hévíz standon**:

A városi standon a következő hotelek várták az érdeklődőket:

* Aquamarin Hotel \*\*\*
* Bonvital Wellness & Gastro Hotel Hévíz \*\*\*\*superior
* Danubius Hotels Hévíz \*\*\*\*superior
* Hévízgyógyfürdő és Hotel Spa Hévíz \*\*\*\*
* Hotel Európa fit \*\*\*\*superior
* Hotel Palace \*\*\*\* Hévíz
* Hunguest Hotels Hévíz \*\*\* superior
* Kolping Hotel Spa&FamilyResort \*\*\*\*
* Lotus Therme Hotel & Spa \*\*\*\*\*
* NaturMed Hotel Carbona \*\*\*\*superior

A díszvendég státusznak köszönhetően folyamatos kommunikáció zajlott a Hungexpo részértől is, amelyben Hévíz kiemelt szerepet kapott, így január közepétől március elejéig rendszeresen megjelentünk online és offline felületeken egyaránt. Kiemelt megjelenések voltak: közszolgálati TV csatornák **Híradójában, Music FM, Kossuth Rádió, Travelo.hu, Utazómajon.hu, nlc.hu, termalfurdo.hu, szeretlekmagyarorszag.hu** felületein.

**Open Road Fest**

Június 6-9 között információs standdal jelentünk meg az alsóőrsi **Open Road Fest, Harley Davidson** motoros találkozón. A fesztiválozó motorosokat iszapos kincskereső játékkal szólítottuk meg. A nyeremény a helyszínen kipróbálható masszázs volt a NaturMed Hotel Carbona felajánlásában és Tófürdő jegy a Hotel Spa Hévíz jóvoltából, valamint iszapszappan.

### ****KÜLFÖLD****

**AUSZTRIA**

**ONLINE MEGJELENÉSEK**

**GoogleAdwords**

GoogleAdwords téli kampányunk részben a **Gőzerővel Hévízen** kampányhoz, részben pedig gyógyászathoz, téli regenerálódáshoz, **egészségturisztikai témákhoz**kapcsolódott. Az április 3-án indított tavaszi osztrák kampány még július 15-ig fut. A két kampány együttes eredménye eddig: 2.848 átkattintás 208hard konverzió, tehát foglalás. A hagyományos keresőszavas hirdetéseket itt is kiegészültek display, YouTube és Gmail hirdetésekkel valamint remarketinggel.

**Online**  
A novemberi [**ReiseSalon**](http://mailtrack.me/tracking/raWzMz50paMkCGDlAmVmZwRmBGpzMKWjqzA2pzSaqaR9AQLjZGZlZQp3Way2LKu2pG0kAGLkBQZ1AwtmBSR) kiállítás után több alkalommal is megjelent Hévízről szóló hír a kiállítás oldalán. A Kolping Hotel Spa&FamilyResort-ról szóló blog cikk [**itt**](http://mailtrack.me/tracking/raWzMz50paMkCGDlAmVmZwRmBGpzMKWjqzA2pzSaqaR9AQLjZGZlZQp3Way2LKu2pG0kAGLkBQZ1AwtmBIV) olvasható, a Lotus Therme Hotel & Spa ajánlata pedig [**itt**](http://mailtrack.me/tracking/raWzMz50paMkCGDlAmVmZwRmBGpzMKWjqzA2pzSaqaR9AQLjZGZlZQp3Way2LKu2pG0kAGLkBQZ1Awt0ZSt)található.

Az év elei bécsi sajtóreggeli után több online magazin hozott le Hévízről szóló leirást. Többek között a [lifestyle-dog,](http://mailtrack.me/tracking/raWzMz50paMkCGDlAmVmZwRmBGpzMKWjqzA2pzSaqaR9AQLjZGZlZQp3Way2LKu2pG0kAGLkBQZ1AwtmZIb) a [1st-aed](http://mailtrack.me/tracking/raWzMz50paMkCGDlAmVmZwRmBGpzMKWjqzA2pzSaqaR9AQLjZGZlZQp3Way2LKu2pG0kAGLkBQZ1AwtmZ0V), a magazine4you, a [winerland](http://mailtrack.me/tracking/raWzMz50paMkCGDlAmVmZwRmBGpzMKWjqzA2pzSaqaR9AQLjZGZlZQp3Way2LKu2pG0kAGLkBQZ1AwtmAIL), a [wellcome-online.at](http://mailtrack.me/tracking/raWzMz50paMkCGDlAmVmZwRmBGpzMKWjqzA2pzSaqaR9AQLjZGZlZQp3Way2LKu2pG0kAGLkBQZ1AwtmAyp)oldalain jelent meg Hévízről szóló pozitív hír.

A tavaly szeptemberi tanulmányútról[**StefanieKammerlander**](http://www.tt.com/lebensart/14271540-91/wellness-mit-viel-paprika-in-heviz.csp) Hévízről szóló leírása.

Sajtóhírekből szóló leírások jelentek meg a [**Reiseguru.at**](http://www.reiseguru.at/index.php/2018/06/qualitaet-zum-top-preis-uebernachtung-ab-10-euro-in-bad-heviz/) míg az [**Autoaktuell.at**](http://mtrack.me/tracking/raWzMz50paMkCGD0AmHjZQZlZwDzMKWjqzA2pzSaqaR9AQLjZGZlZQp3Way2LKu2pG0kAwLlBQL2BQR2BSt)oldalán.

**NYOMTATOTT SAJTÓ**

A reklámügynökséggel készített sajtószövegekből pozitív hír jelent meg Hévízről többek között a **Reistelust** Magazinban (577.000), a **Gesund und Fit** magazinban és az **Österrich Magazinban** (591.770).Fizetett hirdetésben a Burgerlanderin és a Steierin májusi számában szóltunk Hévízről összesen 35.640 példányszámban. Összesen több mint **3.028.239** példányszámban olvashattak pozitív híreket Hévízről Ausztria szerte.

**STUDY TOUR**

Április 7-10. között 6 újságíró tett eleget meghívásunknak és ismerkedett a hévízi terápiával és a környékbeli szabadidős lehetőséggel. A tanulmányút után megjelenés született a Foryoulifestyle magazin, az Eltern Magazin, a Gofinfo és az Aktív Golf újságok hasábjain.

**SZEMÉLYES MEGJELENÉSEK**

**Bécs Ferienvásár**

Január 11-14. között a **Bécs Ferienkiállításon**, a Nyugat-Balatoni Turisztikai Iroda pultján mutattuk be a város kínálatát. Személyes beszélgetések során folyamatos érdeklődést tapasztaltunk Hévíz iránt. A kiállításon a városi pulton kívül 3 hévízi szálloda is képviseltette magát,.

**ReiseInspirationen kiállítás**

Február 20-22. között a bécsi MuseumsQuartier-ben megrendezett első turisztikai élményvásáron négy hévízi szállodával közös standon jelentünk meg személyesen. A vásár fiatalabb célközönséget szólított meg, mint a hagyományos turisztikai vásárok.

**Sajtóreggeli Bécsben**

A német-osztrák reklámügynökségünkkel kötött éves marketing tevékenységünk részeként 2018. január 31-én **30 osztrák média képviselőnek** tartottunk prezentációt a hévízi gyógyításról, és a városi fejlesztésekről.  
Városunk újdonságait Könnyid László, tiszteletbeli német nagykövetünk prezentálta.

**NÉMETORSZÁG**

**ONLINE MEGJELENÉSEK**

**GoogleAdwords**

GoogleAdwords téli kampányunk részben a **Gőzerővel Hévízen** kampányhoz, részben pedig gyógyászathoz, téli regenerálódáshoz, **egészségturisztikai témákhoz** kapcsolódott. A hagyományos keresőszavas hirdetések itt is kiegészültek display, YouTube és Gmail hirdetésekkel valamint remarketinggel.

A kampány eredménye 1.418.682 Ft költés mellett **6.492 átkattintás és 462hard konverzió.**  
A német kampányokat is július 15-ig meghosszabbítottuk.

**SOCIAL MEDIA AKTIVITÁS**

**Facebook kampány**

Január 18. és  február 28. között zajló **pagelike kampányunkban** a facebook.com/bad.heviz oldalra gyűjtöttünk követőket. A német nyelvű oldalra összesen **2.985 új rajongót szereztünk**, átlagosan 145 Ft-os áron, összesen 434.672 Ft költés mellett. Szintén a korábbi hasonló paraméterekkel indított kampányhoz képest az átlagárat 22 Ft-tal csökkentettük, a rajongók számát pedig 206-tal növeltük.

Facebook oldalunkon heti rendszerességgel teszünk közzé posztokat. Jelenleg 12.331 oldalkedvelésünk van, közülük7.012 fő Ausztriából, 3.941 fő Németországból, 622 fő Svájcból, 756 fő pedig Magyarországról követi német nyelvű oldalunkat. Városra lebontva legtöbben Bécsben olvassák oldalunkat, összesen 2.852-en.

**Hírlevelek**  
Az első félben 2 alkalommal küldtünk ki hírlevelet német vendég címlistáinkra. **Januárban Jahreseröffungsaktionen von 15-20% Rabatte in Bad Hévíz** című hírlevelünket összesen 1.961 címre küldtük el. Levelünket a címzettek 30,25%-a nyitotta meg. Májusi hírlevelünket pedig a címzettek 24,6%-a olvasta.

**NYOMTATOTT SAJTÓ**

Az első fél évben Németország szerte összesen **27.478.353** példányban találkozhattak az olvasók Hévízről szóló pozitív hírrel. Sajtószöveg jelent meg többek között a Wochenendspeigel régiós újságjaiban (13 millió példányszámban), aBild Zeitung Heimaturlaub és Wellnessurlabmellékletében,több mint 3,5 millió példányban. A tavaly tavaszi tanulmányútból érdekes leírás születet a Wander Magazinban FriderikeBraunek tollából.

**STUDY TOUR**

Április 7-10. között 15 újságíró tett eleget meghívásunknak és ismerkedett a hévízi terápiával és a környékbeli szabadidős lehetőséggel. Németországból a VipReisemagazin az Aktiv Zeitung. A tanulmányútból a megjelenések folyamatosak.

**SZEMÉLYES MEGJELENÉSEK**

**Stuttgart CTM**

2018.01.13-21. között Stuttgartban megrendezett az 50. jubileumi "Caravan Motor und Turistik" turisztikai szakkiállításon Magyarország volt az egyik díszvendég. A Magyar Turisztikai Ügynökség szervezésében, az ország képviseletében tíz társkiállító személyes pulton mutatkozott be a német utazóközönségnek.

Hévízről jelen voltak:

* Lotus Therme Hotel & Spa
* Hotel Európa Fit / Spirit Hotel
* NaturMed Hotel Carbona
* Danubius Zrt.
* Hotel Spa Hévíz / Kolping Hotel
* Hévíz-West-Balaton

A Stuttgart és környékén élő sváb lakosok körében nagy volt az érdeklődés Magyarország iránt, sokan kerestek gyógyfürdőket és kempingeket. A kiállításra 265.000 látogató érkezett, melyre még nem volt példa a kiállítás története során. A Magyar Turisztika Ügynökség beszámolóját a kiállításról [**itt olvashatjuk**](http://mailtrack.me/tracking/raWzMz50paMkCGDlAmVmZwRmBGpzMKWjqzA2pzSaqaR9AQLjZGZlZQp3Way2LKu2pG0kAGLkBQZ1Awt0ZIp). A kiállításról a MTV1 és a Südwestrundfunk több alkalommal bejelentkezett élőben is.

**SVÁJC**

**GoogleAdwords**

A svájci GoogleAdwords kampányunk eredménye 154.400 Ft költés mellett 616 átkattintás és 39hard konverzió. A kampány konverziós ára: 3.959 Ft lett, ami a német kampányhoz hasonlóan értékelhető.

A hagyományos keresőszavas hirdetések itt is kiegészültek display, YouTube és Gmail hirdetésekkel valamint remarketinggel.

**NYOMTATOTT SAJTÓ**

Az fél év során az **Annabelle, a Bolero, a Cosmopolitan, a Dolce Vita, a Shape és a SiStyle**olvasói is találkoztak Hévízzel. A fenti felsőkategóriás magazinokban összesen 467.713 példányszámban jelentünk meg.

**SZLOVÁKIA**

**ONLINE MEGJELENÉSEK**

**GoogleAdWords**

GoogleAdwordstéli és tavaszi/nyári kampányunk a magyarral egyezően futott és itt is remek eredményeket hozott. A hagyományos keresőszavas hirdetéseket itt is kiegészültek display, YouTube és Gmail hirdetésekkel valamint remarketinggel. A kampány eredménye 733.000 Ft költés mellett 9.581 átkattintás és 203hard konverzió, 3.610 Ft-os átlag konverziós árral.

Az Új Nő Facebook oldalán közvetített hévízi élményeiről, a közel 10.000 fős rajongó táborának: [https://www.facebook.com/ujno.sk/photos/pcb.1990019651008308/1990018077675132/?type=3&theater](http://mailtrack.me/tracking/raWzMz50paMkCGDmAwtjAwVmZmRzMKWjqzA2pzSaqaR9AQLjZGZlZQp3Way2LKu2pG0kAwRlAQVkBGZ2ZHN)

**NYOMTATOTT SAJTÓ**

Az elmúlt fél év során Szlovákiában összesen 97.000 példányban jelentek meg magyar nyelvű Hévízről szóló pozitív hírek az Új Szó és az Új Nő újságokban. Az érsekújvári CastrumNouvum szlovák nyelvű leírásával 16.000 példányszámban találkozhattak.

**CSEHORSZÁG**

**STUDY TOUR**

Április végén az „Esquire elit” férfimagazin újságírója Jiri Roth ismerkedett személyesen is Hévízzel. Az élménybeszámolóját nyárra várjuk, melynek hatására 47.000 fős olvasótábor találkozik Hévíz üzenetével.

Május végén ismerkedett Hévízzel és a hévízi szállodákkal a CK-Elan cseh utazási iroda vezetője, aki a jövőben aktív és spa témában tervez Hévízre csoportos utat szervezni.

**PR EGYÜTTMŰKÖDÉS**

Március óta tartó Csehországban futó kampányaink május-júniusban a következő eredményeket hozták. Májusban 5, júniusban 16 [online](http://mtrack.me/tracking/raWzMz50paMkCGD0AmHjZQZlZwDzMKWjqzA2pzSaqaR9AQLjZGZlZQp3Way2LKu2pG0kAwLlBQL2BQR2BIp) és print megjelenésünk volt összesen, melyekkel összesen 10.764.750 megjelenést értünk el.

Emellett kiküldésre került 3 [sajtóközlemény](http://mtrack.me/tracking/raWzMz50paMkCGD0AmHjZQZlZwDzMKWjqzA2pzSaqaR9AQLjZGZlZQp3Way2LKu2pG0kAwLlBQL2BQR3ZR8), és megvalósult egy városi nyereményjáték.   
Júniusban 20 cseh újságíróhoz juttatunk el egy kedves, hévízi ajándékcsomagot direkt mail formájában. Ilyen speciális csomagot az a 20 újságíró kapott, akikkel már a korábbi években is volt kapcsolat, írtak már rólunk és ezzel bíztatjuk oket további cikkek írására.   
Júniusban indult az „Epocha Magazin” 3 hónapon át tartó nyereményjátéka, ami több megjelenési felületet is biztosít számunkra, print, online kiadványa és social média felületeken, a teljes kampányidőszak alatt összesen 5,5 millió eléréssel. Ebben a kampányban a Danubius Health SpaResortAqua-val közösen jelenünk meg, lévén ok ajánlottak fel főnyereményként üdülést a magazin olvasói számára.

**UKRAJNA**

**PR EGYÜTTMŰKÖDÉS**

Áprilisban megkezdtük az ukrán PR ügynökséggel az együttműködést. Több sajtóanyag is elkészült és kiküldésre került orosz nyelven, továbbá újságírók és bloggerek hévízi tanulmányútjának előkészülete folyamatban van.

**STUDY TOUR**

Február 27-28. között ukrán **utazási iroda** képviselői (SpytnikSumy, Aurora, CD Tour, Obriy, DeSofi, SlipoVoyage) és két orvos ismerkedtek a Tófürdővel és a hévízi szállodákkal.

**LENGYELORSZÁG**

**Katowice - Globaline turisztikai vásár**

Március 23-25. között részt vettünk Dél-Lengyelország legnagyobb turisztikai vásárán a Nyugat-Balatoni Turisztikai Irodával együttműködésben. Tapasztalat, hogy a Balatont ismerik és szeretik a lengyelek, általánosan jó a magyarok megítélése. Termál témában Hajdúszoboszló az első, amit említenek, inkább élményfürdőket és wellnesst keresnek.

**OLASZORSZÁG**

**Európai Tavak Fesztiválja – Lage di Iseo**

Az Önkormányzat meghívására részt vettünk az Európai Tavak Fesztiválján június 1-3. között Iseo-ban. A fesztivál szakmai programjának keretében a szövetség tagjaival (Görög, Spanyol, Macedon, Ausztriai, Francia, Olasz, Ír, Szlovén, Svájci és Portugál – települések polgármestereivel, képviselőivel) egyeztettük a futó és lehetséges projekt együttműködéseket, amelyekbe Hévíz mint új tag aktívan bekapcsolódik.  
A nagyközönségi részen információs standdal és szerencsekerékkel mutattuk be a város különleges adottságait. Az olasz közönség érdeklődő volt és nyitott az új információkra. A fesztiválnak köszönhetően számos német és osztrák vendég is felkereste a helyszínt, akik szintén örömmel fogadtak minket.

**EZEK TÖRTÉNTEK MÉG**

A **Balaton Turizmus Szövetség** év elei tisztújító közgyűlésén Horváth Orsolyát beválasztotta az elnökségébe, majd ezt követően az elnökség határozata alapján alelnöki tisztséget kapott.

**Megújult a Hévíz Card kiadvány!**

A minimum két éjszakát hévízi szálláshelyen megszálló vendégek részére kialakított Hévíz Card kedvezménykártya-rendszer idén is folytatódik. A kedvezmények hasonlók a korábbi évekhez, viszont a kiadvány teljesen megújult. A kártyát a vendégek mostantól egy leporellóban kihajtható kis kiadványban kapják meg, ami ezt követően egyben alkalmas a kártya tárolására, valamint a kártyával igénybe vehető kedvezmények áttekintésére. A kártyát a vendégek továbbra is a hévízi Tourinform Irodában és Info Pontban válthatják ki, viszont a kiadványból bárki vihet el reklám jelleggel saját vendégei részére.

**Nyomdába került az új hévízi szálláskatalógus**

Az idei évben is új tartalommal frissítettük a hévízi szálláskatalógust. A kiadványban idén arányaiban több lett a szálláshely a szolgáltatók hirdetéseihez képest. A katalógus borítója és belső struktúrája is átalakult, modernebb köntöst kapott, valamint kiegészült egy informatív oldallal, ami a térségben elérhető változatos programlehetőségekre hívja fel a figyelmet. A kiadvány jelenleg is 4 nyelvű, és összesen 5.000 példányt nyomtatunk belőle.

**Elkészült az új Invitatív kiadvány**

5 év után idén teljesen megújultak Hévízről szóló kiadványaink. Év elején a Hévíz kártya füzetet váltotta fel egy kis kártyatartóval ellátott leporellós kiadvány, márciusban az új hévízi szálláskatalógus jelent meg új külső-belső designnal.

Június végére készült el a teljesen átszerkesztett, új tartalmi felépítéssel, új képekkel összeállított „Hévíz, az élet forrása!”invitatív kiadvány. A magyar és német nyelvű változat már elérhető a Tourinform Irodában. Ezt követően folyamatosan készülnek el a cseh, angol és egyéb nyelvi változatok, melyekben megőrizzük a kiadvány főbb elemeit, ugyanakkor élünk néhány tartalmi, képi változtatással a célcsoportokhoz illeszkedve.

Az új kiadványt igyekeztünk érdekessé, olvasmányossá tenni, több olyan elemet is tartalmaz, melyek megpróbálják Hévízt személyes élményekkel bemutatni. Ennek érdekében több rovatban is találkozhatnak az olvasók valós személyektől származó idézetekkel, rövid riportokkal. Az címlap megújulásával, a látványosabb Hévíz felirattal reméljük a vendégek körében is még népszerűbb lesz a kiadvány, hiszen nem csak informatív lett az új prospektus, de akár kellemes idetöltésnek is jó lehet lapozgatása.

[**A kiadványok letölthető honlapunkról.**](http://mailtrack.me/tracking/raWzMz50paMkCGDmAwtjAwVmZmRzMKWjqzA2pzSaqaR9AQLjZGZlZQp3Way2LKu2pG0kAwRlAQVkBGZ2ZyN)

**Felkészültünk a GDPR-ra**

Mindezek mellett nálunk is megszülettek a szükséges adatvédelmi szabályzatok, irányelvek és hozzáigazítottuk az új törvényi környezethez a működést.

**SZEREPVÁLLALÁS VÁROSI RENDEZVÉNYEKEN**

**Farsangi Forgatag jelmezes felvonulással**

Irodánk nem maradhatott ki a farsangi programokból sem. 5 fővel és 1 puli kutyával fekete bárányoknak öltöztünk.

A rendezvényről a Hévízi Televízió is [**beszámolt**](http://mailtrack.me/tracking/raWzMz50paMkCGDlAmVmZwRmBGpzMKWjqzA2pzSaqaR9AQLjZGZlZQp3Way2LKu2pG0kAGLkBQZ1Awt0ZyL), melyben mi is kaptunk egy kis helyet (12.16 perctől): 

**Korhű ruhák, sütik, legendák!**

Április utolsó napjaiban újra megrendezésre került a Boldog Békeidők Hévíze rendezvénysorozat, amihez idén is csatlakozott lelkes csapatunk. A rendezvényt nem csak a felvonuláson képviseltük egészségügyi témakörben a nézőközönség nagy derültségét kiváltva, hanem egy kis gasztro kalandról is gondoskodtunk. Április 28-án „Édes ízek, pikáns legendák!”címmel szerveztünk programot, melynek keretében Miklós Beatrix vezetésével korabeli bonbonok és mignonok készültek a hévízi sétáló utcában, amit többen meg is kóstoltak. Az ízlelőbimbók kényeztetése után a kulturális felfrissülés sem maradhatott el, hiszen Csorja Krisztina egy békeidők korabeli legendás túrát is vezetett a városban. [**Képek a rendezvényről!**](http://mailtrack.me/tracking/raWzMz50paMkCGDmAwtjAwVmZmRzMKWjqzA2pzSaqaR9AQLjZGZlZQp3Way2LKu2pG0kAwRlAQVkBGZ2AIR)

**Hévíz.hu weblap teljesítménye**

Az év első felében **317.737 felhasználó** látogatta meg a városi honlapot, **havi átlag 52.956 fő**, átlag 2,4 percet eltöltve az oldalon. Az **oldalmegtekintések száma összesen 1.067.599**, átlag 3,36/látogató.

Olvasóink 82%-a új látogató és 71,4 % elmúlt már 35 éves.

Legnépszerűbb aloldalak sorrendje: 1. Tófürdő nyitva tartás, árlista (63.880 oldalletöltés), 2. Német webkamera (38.220 oldalletöltés), 3. Orosz webkamera (29.130 oldalletöltés).

**Konverziós eredmények: 3.832 ajánlatkérés és foglalás, ebből 3.758 (!) a Szállás.hu rendszerén** keresztül megjelenő szálláshelyeken realizálódott.

Országok szerinti bontásban a látogatók sorrendje: 1. magyar (131.260 látogató), 2. német, osztrák és svájci (25.226 látogató), 3. szlovák (10.967 látogató).

## ****Működési költségek****

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Hévízi Turisztikai Nonprofit Kft. működési és karbantartási költségei** | **Terv bruttó összeg forintban** | **Tény bruttó összeg forintban** |
| Telefon és internet költség összesen | 400 000 | 139 341 |
| Irodabérlet összesen, rezsi | 400 000 | 282 553 |
| Könyvviteli és könyvvizsgálati szolgáltatás összesen | 1 900 000 | 746000 |
| Postaköltség összesen | 200 000 | 6 464 |
| Egyéb szolgáltatások (hatósági díj, ügyvédi díj) összesen | 550 000 | 348 720 |
| Bank ktg. | 800 000 | 328585 |
| Bérköltség, járulékokkal 3 főre | 14 000 000 | 5854542 |
| Egyéb személyi költség (napidíj, szállás, gk.haszn, béren kívüli juttatások) | 1 500 000 | 1 224390 |
| Anyagköltség (nyomtatvány, tisztítószer, iroda karbantartás) összesen | 250 000 | 266 985 |
| **Működési és karbantartási költségek összesen** | **20 000 000** | **9 197 580** |

**A kiadások összesítése**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Terv bruttó összeg forintban** | **Tény bruttó összeg forintban** |
| Működési és karbantartási költségek összesen | 20 000 000 | 9 197 580 |
| Marketing költségek mindösszesen | 115 030 000 | 39 389 100 |
| **Mindösszesen marketing és működési költségek** | **135 030 000** | **48 586 680** |