

Projekt Baltic Stories: badania ankietowe podczas Międzynarodowego Dnia Latarni Morskich

22 sie 2016 12:25

W dniu **21 sierpnia 2016 roku** podczas **Międzynarodowego Dnia Latarni Morskich w Świnoujściu** przeprowadzone zostały badania ankietowe.

Celem badań ankietowych było zebranie informacji o dotychczas stosowanych działaniach marketingowych przez organizatorów eventów, wystawców, instytucje wspierające i uczestników wydarzeń oraz zidentyfikowanie potrzeb w zakresie jeszcze skuteczniejszej promocji wydarzeń.

Międzynarodowy Dzień Latarni Morskich zorganizowany został w dniu **21 sierpnia 2016 roku w Świnoujściu oraz Niechorzu**. Badania ankietowe zostały przeprowadzone wyłącznie w Świnoujściu.

Wydarzenie otworzył barwny korowód Neptuna, który wraz ze świtą przed południem przeszedł ulicami Świnoujścia. Tradycyjnym elementem imprezy jest chrzest morski, gdzie można było podziwiać występy kłownów, omalować buźki i wziąć udział w wielu konkursach i zabawach organizowanych przez „Piracką Przygodę”. Przez całą niedzielę turyści mogli bezpłatnie zwiedzać latarnię. Następnie wystąpił zespół szantowy „Majtki Bosmana”, a o godzinie 16-ej rozpoczął się po raz piąty „Bieg wspinaczkowy na latarnię”. W godzinach 20:00 do 21:30 można było z wieży latarni podziwiać zachód słońca, co zdarza się tutaj raz w roku, a o godzinie 22:00 spotkać się z duchem Latarnika Sharki. Cały dzień przy nabrzeżu GPK Warszów można było zwiedzić okręt marynarki wojennej 8 Flotylli Obrony Wybrzeża. Oczywiście podczas całego święta wejście na obydwie latarnie morskie było bezpłatne.

Organizatorzy wydarzenia pytani byli m.in. o: Jaki jest kluczowy czynnik, dzięki któremu wydarzenie odnosi sukces? np. interesujący temat wydarzenia, miejsce odbywania się eventu, bogaty program eventu, różnorodne działania promocyjne), Jak event jest promowany? Jak ocenia Pani/Pan wsparcie, otrzymywane od wskazanych partnerów, w zakresie promocji/organizacji wydarzenia w swoim kraju?

Wystawcy pytani byli m.in. o: Jak ocenia Pani/Pan działania promocyjne na rzecz eventu? Co powinien zrobić organizator eventu, aby polepszyć kwestie organizacyjne lub promocyjne eventu?

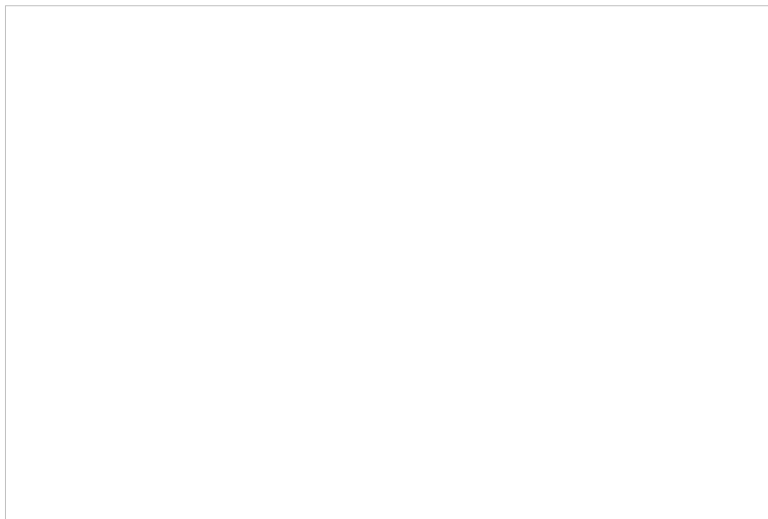
Uczestnicy wydarzenia pytani byli m.in. o: Skąd dowiedziała się Pani/Pan o evencie (z prasy, z telewizji, z internetu, od znajomych itp.)? Jeżeli event będzie odbywał się kolejny raz, czy ponownie wzięłaby Pani/Pan w nim udział lub poleciła go

rodzinie/znajomym?

Zebrane informacje zostały wykorzystane do opracowania założeń do projektu głównego.

Zadanie było realizowane w ramach projektu: **"Baltic Stories - Turystyka eventowa w regionie Morza Bałtyckiego oparta na historii, tradycji i wspólnej tożsamości kulturowej"** realizowanego w ramach programu Seed Money Facility – EU Strategy for the Baltic Sea Region.

Galeria



[1]

Adres Źródłowy: https://turystyka.archiwum-wzp.pl/projekt-baltic-stories-turystyka-eventowa-w-regionie-morza-baltyckiego-oparta-na-historii-tradycji-i-projekt-baltic-stories-badania-ankietowe-podczas-miedzynarodowego-dnia-latami-morskich?mobile_switch=mobile

Linki

[1] https://turystyka.archiwum-wzp.pl/sites/default/files/logo_sm_0.png