Zalakaros különleges pozícióban van: fürdőváros, turisztikai márka, de eddig téli attrakcióval kevésbé volt azonosítva. Most viszont a jégpálya + adventi vásár lehet az, ami megfordítja ezt a szezonális képet, hiszen mostantól a város, a hangulat és az újdonság egyszerre adja el magát.

Fő üzenet:
Zalakaros idén télen is varázslatos — azonban most először igazi jégpályával, és mindennel, ami a „karácsonyi csodavilág érzéshez" kell: forraltbor, fények, hangulat

- „Meleg szív, jeges kaland."
- „Téli csodaország a gyógyvíz városában."

Ezeket vizuálisan is lehet kombinálni: a „Zalakaros" logó mellé jégkristály, gőzölgő bögre, karácsonyi fények — vagy akár az ikonikus fürdővíz hullámai, amik átalakulnak jéggé.

Célcsoport	Mi érdekli őket	Miért jönnének el
Családok	közös program, gyerekbarát élmény	karácsonyi vásár + korcsolya + forralt bor + Mikulás
Fiatal párok / baráti társaságok	romantika, közös fotó, esti fények	„Jégpálya & forralt bor" élmény – Instagram-fotóért is megéri
Helyiek / Zala megyeiek	büszkeség, újdonság, elérhető közelség	„Most először Zalakaroson" – kíváncsiságfaktor
Budapesti / győri / pécsi turisták	rövid téli kiruccanás, fürdő + advent kombináció	új élménnyel kombinlt pihenés

Zalakaros télen = Élmény + Látvány + Melegség

1. Élmény – Jégpálya, korcsolyázás, esti fények, programok
2. Látvány – karácsonyi vásár, díszek, mesevilág, szelfipontok
3. Melegség – termálvíz, forralt bor, gyertyafény, meghittség

Ezt kell minden csatornán következetesen kommunikálni.

Online (legnagyobb hatás – alacsony költség)

Eszköz	Mit	Miért
Facebook / Instagram kampány	– Rövid videók (korcsolyázók, fények, forralt bor) – Eseményoldal „Zalakarosi Advent & Jégvarázs 2025" – Boostolt posztok városokra célozva (Zala, Győr, Pécs, Budapest)	földrajzi célzás, látványos tartalom, nagy elérés
TikTok	– Rövid „Zalakaros Jégvarázs" klipek – Helyi influencerek: korcsolyázás + nevetés + forralt bor	fiatalabb közönség, virális lehetőség
Google Ads	– „Adventi vásár + jégpálya + Zalakaros" kulcsszavak – Keresési hirdetés és remarketing	utazástervező közönség elérése
YouTube hirdetés	15–30 mp videó: látványos fények + jégpálya drónfelvétel	nagy vizuális hatás
ZAOL.hu, BAMA.hu, Kisalföld.hu, FEOL.hu	natív PR cikk: „Zalakaroson idén először: jégpálya és adventi vásá	

Offline és közterületi megjelenések

Eszköz	Hol	Cél
Zalai Hírlap, Dunántúli Napló, Kisalföld, Fejér Megyei Hírlap	hirdetés + cikk	megyei elérés, középkorú és idősebb célcsoport
Óriásplakát az M7-es autópálya lehajtóinál (Balaton, Zalakaros)	autós forgalom, kirándulók	Brand- és eseményismertetés
Budapest – 4-6-os villamos, metró citylight	belváros, nagy tömeg	országos érdeklődés felkeltése
Győr, Pécs, Székesfehérvár – belvárosi citylight poszterek	regionális nagyvárosok	rövid kiruccanás célcsoportja
Helyi buszmegállók, fürdő környéki plakátok	Zalakaros, Nagykanizsa környező települések központja	impulzushatás, helyi büszkeség
Jégpálya és vásár területén molinók, zászlók, fotófal, ledfal	Korzó	visszatérő vendég

Tartalom és kreatív elemek

- Fotó + videós storytelling: rövid klipek a jégpálya építéséről, a „mögötte álló emberekről”, az első korcsolyázókról, a forralt boros bögrékről.
- Szelfi zóna: “Zalakaros – Télen is a Jegeslegjobb” fényfelirat, szelfipontok kint és bent.
- Élő közvetítések Facebookon: pl. nyitónap, Mikulás, gyerekkoncert.
- Sorsolásos aktivitás: „Töltsd fel a korcsolyás fotód, nyerj fürdő-belépőt!”

„Zalakaros – Télen is a jegeslegjobb!”
Idén télen először megnyitjuk Zalakaros szívében az óriási jégpályát, ahol a korcsolyázás élménye, a forralt bor illata és az adventi fények egyetlen varázslatos téli élménnyé olvadnak össze.

Gyere korcsolyázni, sétálj a vásárban, élvezd a termál melegét és a karácsony hangulatát — Zalakaros most először a tél fővárosa!

Reklámkampány-terv

1. Plakátterv látványkoncepció (A1 méret)

– „Zalakaros – Jeges a legjobb!” vizuális arculattal
– jégpálya, adventi fények, forralt bor, boldog emberek
– QR-kód vagy link a programhoz
– letisztult téli dizájn, türkiz–arany színvilágban

2. Facebook / Instagram poszt-terv

– szöveg + hashtag-csomag
– kreatív fotó- vagy videó-javaslat
– CTA: „Jelöld be, kivel korcsolyáznál Zalakaroson!”

3. PR-cikk vázlat

– 2 verzió: helyi médiumoknak (ZAOL, Kisalföld, BAMA) és országos online portálokra
– cím, bevezető, interjú-részlet, kulcsmondatok

4. Szlogen- és hashtag-csomag

– 10 rövid, váltogatható szlogen (pl. „Meleg szív, jeges kaland.”)
– 5–6 hashtag a kampány egységesítéséhez (#ZalakarosJegesLegjobb, #ZalakarosAdvent)

5. Arculati irányelvek

– színek, tipográfia, fotóstílus, hangulat (bögre-dizájnhoz)

Célok és stratégiai alapok

Fő célok:

- Minél több látogató – különösen heti, de legalább több napos- és napi, azon belül hétköznapi időpontokban is!
- Fontos a helyiek bevonása és a környékbeliek elérése, ezen kívül a közeli városokból, Budapestről és egyéb nagyvárosból jövő vendégek megszólítása.
- Nem csak fürdővárosként, hanem „téli élményhelyszínként” is pozícionálni kell Zalakarost!

Célozható közönségek / szegmensek

Célcsoport	Jellemzői / igényei	Kulcsüzenet / vonzerő
Helyiek (Zalakaros és közeli falvak, városok)	Rövidebb utazás, családok, gyerekes családok	figyelem felhívás, „nálunk jégpálya is van – könnyen elérhető, egész télen program” újdonság, plussz szolgáltatás,
Vonattal/busszal/ autóval érkezők (közeli városokból, vagy Budapest környékéről)	Élmény, téli kirándulás, hétvégi program	„Téli élmények egy helyen – jégpálya + programok + hangulat”
Turisták (Karácsonyi vásárokra, vidéki kirándulásra tervezők, szállóvendégek)	Családok, párok, új élmény, fotólehetőség, autentikus téli hangulat	„Zalakaros új és ezáltal különleges téli célpont” Fürdő+jégpálya+programok
Iskolák, osztálykirándulások, óvodák, cégek csapatépítésnek	Csoportos kedvezmények, szervezett programcsomagok	új sportolási lehetőség, korizás, hockey, curling tanulás/kipróbálás napközben iskolával kedvezményesen vagy ingyen, este vagy hétvégén családdal vissza

Kommunikációs csatornák és felületek

Felület	Milyen tartalom / forma	Előny / cél	Becsült költség (HU, 2025 körül)
Facebook / Instagram hirdetések	Carousel hirdetések, videók, esemény-promóciók, posztboost	Nagy elérés, jól célozható (kor, hely, érdeklődési kör)	havi 100 ezer Ft/oldal kampánynál már komoly elérés
Google Ads / Search + Display	Kulcsszavas hirdetések („jégpálya közel”, „téli programok + Zalakaros”), display bannerek, remarketing	Célzott forgalom, érdeklődők elérése	napi 5 000–20 000 Ft, kampányidejű összeg 100 ezer Ft/hó

Felület	Milyen tartalom / forma	Előny / cél	Becsült költség (HU, 2025 körül)
YouTube / videóhirdetések	Rövid promóvideó, jégpálya, fellépők, dekó bemutatása	Mozgókép – nagy vizuális hatás	videó készítése (1–2 perces, saját dolgozók) + a hirdetési költség 100 ezer Ft/hó
TikTok / reels, rövid videók	Látványos klippek, élmények, hangulatok “behind the scenes”, gyorsak, fiatalosak	Trendeket követő tartalom, magas elérés, kedvező ár	organikus + támogatott posztok (pl. 50–150 e Ft)
Weboldal	Figyelemfelhívás nyitóoldalon vagy felugróablakban, Infók az eseményekről, nyitás/jegyvásárlás/árak /programok	információs központ	már meglévő weboldal
SEO / organikus tartalom	Blogposztok (pl.:“5 ok, hogy miért válaszd télen is Zalakarost”) fotógaléria, vélemények	Hosszú távú	tartalom előállítása saját dolgozók
E-mail / hírlevél marketing	Meglévő Partnerlista használata, infók, árak, plakátok – szolgáltatók – vendégek	közvetlen kapcsolat	tartalom előállítása saját dolgozók
Bannerreklám regionális portálokon	Helyi híroldalak, turisztikai oldalak, eventoldalak	Helyi célzás, figyelemfelhívás ismertség növelése	20–100 e Ft per bannerkampány (időszak és oldal függ)
Közösségi média együttműködések / influencerek	Mikro-influencerek, helyi vloggerek / Insta-fotósok-utazók	modern technika	barter, vagy 100-300 ezer Ft
Helyi újságok, regionális napilapok / magazinok	Nyomtatott hirdetés, PR-cikk, melléklet	Helyi közönség elérése	pl. 1 oldal hirdetés: 50–200 e Ft, cikkmegjelenés díjszabással vagy barterrel
Rádióhirdetések (helyi, körzeti rádiók)	20–30 másodperces spot	Gyors elérés, akár autós közönség is	10–30 000 Ft / spot (időponttól függően)
Plakátok, óriásplakát, citylight poszterek	forgalmas utak mentén, buszmegállókban, vasútállomásokon, városközpontban	Nagy vizuális hatás, ismertség	Óriásplakát havi bérleti díja 100–300 e Ft felett, citylight poszterek 10–50 e Ft körül / hely
Szórólapok, flyerek, prospektusok	bevásárlóközpontokban, szállodákban, helyi boltokban, szolgáltatóknál	Kézbe vehető információ, emlékeztető	nyomdaköltség + terjesztés: 1000–10 000 db között 50–150 e Ft körül

buszmegállóban hirdetés	buszmegálló posztere, kültéri felület	helyi/interszonikus elérés	helyi díjak 10–50 e Ft körül / hely
Sajtómegjelenés / PR-cikkek	ingyenes cikkek, interjúk, tévés riport	hitelesség, PR-hatások	médiakapcsolatok, esetleg barter

Kreatív és tartalmi javaslatok

- Erős vizuális identitás: téli színek, fények, jeges elem, fotósarok
- Promóvideó: 30–60 mp-es schnittek + 1–2 perces kampányvideó, látványos jégpályás felvételekkel, boldog családokkal, este fényekkel, karácsonyi vásár hangulat kommunikálása.
- Fotós tartalom: professzionális fotók jégről, dekorációkról, látogatói pillanatokról, – folyamatosan használható tartalom, vendégfotó kérése, élménybeszámolókkal, véleményekkel
- Tematikus esték, fellépők promótálása: pl. „jégdiszkó”, „családi szombat”, „Mikulás a jégen” stb.
- Csomagajánlatok + kedvezmények: ha tervezünk ilyet, akkor mindenképpen kommunikálni kell
- Közösségi kihívások: pl. „legszebb korcsolyás fotó”, legjobb karácsonyivásár hangulatot visszaadó fotó
- Tartalomközpontú marketing: blogcikkek („5 ok, miért érdemes ide jönni télen”, mit lehet tt csinálni télen, újdonságok Zalakaroson), helyi történetek, interjúk helyiekkel, a megvalósítókkal, kulisszák mögötti tartalmak.
- Partneri promóciók: vállalkozóink ajánlása vendégeiknek, közös promóciók, esetleg csomagajánlatok.