Fakty i liczby



"Poznań za pół ceny" jest akcją promującą turystyczne walory Poznania organizowaną przez Poznańska Lokalną Organizację Turystyczną. Pierwsza edycja akcji odbyła się w maju 2008 roku i była pierwszą w Polce i Europie akcją marketingową, wykorzystującą pomysł wyprzedaży w promocji miasta.

Podstawową ideą akcji jest popularyzowanie w Polsce i za granicą możliwości spędzenia weekendu w Poznaniu. Stolica Wielkopolski mimo wielu turystycznych walorów jest często utożsamiana jedynie z miastem biznesowym. Obniżenie cen o 50% na usługi turystyczne jest więc pretekstem, by zwrócić uwagę na Poznań a jednocześnie oryginalną akcją handlową, poprzez którą Poznańska Lokalna Organizacja Turystyczna chce pokazać nowy produkt na mapie turystycznej Polski. Akcje zorganizowano po raz pierwszy w weekend przypadający po Święcie Bożego Ciała w 2008 roku (24-25 maja 2008 r.). Termin wybrano ze względu na wiosenno-letnią pogodę oraz brak większych imprez targowych i konferencyjnych, tak by móc za "pół ceny" oferować tak wiele miejsc, jak to tylko możliwe. Akcja cieszyła się sporym zainteresowaniem, więc powtórzono ją w 2009 roku (13-14 czerwca 2009 r.), także w weekend po Święcie Bożego Ciała. Trzecia edycja akcji odbyła się w dniach 5-6 czerwca 2010 r. i była rekordowa pod względem liczby partnerów i sprzedanych usług. Kolejne edycje akcji w latach 2011, 2012 i 2013 potwierdziły niesłabnące zainteresowanie ofertą, co skłania do dalszej organizacji "Poznań za pół ceny".

Badania i raporty

Wszystkie edycje akcji zostały podsumowane badaniami przeprowadzonymi przez Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, obejmującymi między innymi poniższy zakres:

- struktura uczestników akcji,
- źródła informacji o akcji,
- wykorzystanie oferty dostępnej w czasie akcji,
- opinie uczestników na temat akcji,
- ocena oferty turystycznej Poznania przez uczestników akcji.

Pełne wyniki badań Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu:

- Raport za rok 2016
- Raport za rok 2015
- Raport za rok 2014
- Raport za rok 2013
- Raport za rok 2012
- Raport za rok 2011
- Raport za rok 2010

- Raport za rok 2009
- Raport za rok 2008

Pomysł wyprzedaży turystycznej oferty miasta w formule "za pół ceny" znalazł wielu naśladowców. Wykorzystano go m.in. w Gdańsku, Toruniu, Wiśle, Bydgoszczy, Zakopanem i Zabrzu.