

Zmiana wizerunku Nowego Meksyku



Amerykański stan Nowy Meksyk uruchomił niedawno kampanię, której celem jest zmiana wizerunku stanu oraz osiągnięcie znaczącej pozycji tego stanu jako destynacji turystycznej. Departament Turystyki stanu Nowy Meksyk przekazał 2.5 mln USD na kampanie obejmujące reklamę i marketing niszowy. Choć wielkość budżetu przeznaczona na te działania wydają się być niewysoka, to Departament Turystyki ma w zanadrzu jeszcze inne działania, które mają wspomóc reklamę Nowego Meksyku jako atrakcyjnego miejsca dla turystów.

Osobą odpowiedzialną za zmianę wizerunku Nowego Meksyku jest Monique Jacobson, która pełni rolę sekretarza w stanowym Departamencie Turystyki. Chce ona promować Nowy Meksyk, jako stan, który ma bogatą kulturę oraz ciekawe miejsca do wypraw turystycznych. Wszystkie działania związane ze zmianą wizerunku wiążą się z nowym hasłem mającym promować stan, a brzmiącym: "New Mexico True". Departament Turystyki przewiduje w przyszłości zwiększenie budżetu na kampanie reklamowe.

Dotychczas Departamentowi Turystyki udało się uruchomić reklamy w wielu sieciach telewizyjnych. Rzeczą, która wyróżnia tę kampanię reklamową od innych, jest to że prezentuje bardziej kompleksowe podejście. Obecna kampania reklamowa zajmuje się nie tylko promowaniem różnych miast, ale stara się skupić na przedstawieniu stanu Nowy Meksyk całościowo w wielu różnych mediach.

Reklamy zaproponowane przez Departament Turystyki mają podwójny cel. Pierwszy z nich to wyeliminowanie błędnych przekonań na temat Nowego Meksyku, takich jak to, że nie ma tam nic do zwiedzania oraz, że Nowy Meksyk to głównie stan pustynny. Drugim celem jest natomiast stworzenie poczucia emocjonalnej więzi ze stanem po to, aby ci, którzy odwiedzą Nowy Meksyk chcieli tu kiedyś powrócić.

Kampania reklamowa skupia się przede wszystkim na tym, aby ukazać Nowy Meksyk, jako niszową destynację turystyczną. Reklamy skierowane są przede wszystkim do miłośników golfa, narciarzy, oraz ludzi kultury i miłośników sztuki. Firma reklamowa z Teksasu, która podjęła się tej kampanii stara się w szczególności na stworzeniu dobrego wizerunku w oparciu o hasło "New Mexico True". Dostawca reklamy, to wysokiej klasy firma reklamową, dostarczająca mediom kampanie dla tak znanych marek jak np. Wal-Mart czy BMW. Tak, więc jest bardzo prawdopodobne, że ostatnie wysiłki podjęte w celu pobudzenia branży turystycznej Nowego Meksyku przyniosą oczekiwane skutki.

W rezultacie pozycja Nowego Meksyku, jako lokalnej i międzynarodowej destynacji turystycznej znacznie się umocni. Jest to szczególnie ważne, ponieważ większość ludzi z tego stanu, nie jest świadoma tego, że Nowy Meksyk to miejscem bogate w kulturę i atrakcje turystyczne. Ten błąd jest spowodowany głównie ze względu na specyficzne położenie geograficzne Nowego Meksyku, pomiędzy znanymi i bardziej popularnymi stanami Arizona i Kolorado.

Sąsiadujące z Nowym Meksykiem stany uznały za korzystne dla siebie działania władz tego stanu, związane ze zmianą wizerunku. Zapewni to im również dodatkowe przychody z rozwoju branży turystycznej w całym regionie. Jeśli akcja promocyjna zakończy się sukcesem to branża turystyczna rozwinie się, a zakorzenione negatywne stereotypy o Nowym Meksyku odejdą do lamusa.

Date: 2012-04-23

Article link: <https://www.tourism-review.pl/zmiana-wizerunku-nowego-meksyku-news3213>