



Tłumy torunian i turystów korzystało z oferty wiosennej edycji programu Toruń za pół ceny, między 21 a 23 kwietnia 2017 roku.

To już dwunasta edycja akcji organizowanej przez Miasto Toruń i Radio ZET Gold. Po raz pierwszy udało przekroczyć liczbę 200 punktów oferujących promocje. Mimo niesprzyjającej aury wielu torunian i turystów korzystało z licznym promocji oferowanych przez toruńskie restauracje, kluby czy sklepy.

Uczestnicy akcji obniżyli ceny poszczególnych produktów i usług o 50% na czas promocyjnego weekendu w godzinach swojego otwarcia. Firmy i instytucje uczestniczące w akcji określiły wcześniej, które produkty, usługi czy pozycje z oferty/menu będą objęte promocją. Rabat 50% nie musiał obejmować całego asortymentu – tylko wyraźnie wybrane propozycje wyszczególnione na stronie akcji. Warunkiem było obniżenie cen na wybrany asortyment o 50%. Oferty po akceptacji przez organizatorów były umieszczane na oficjalnej stronie akcji (szczegółowa lista na www.torunzapolceny.pl oraz na listach udostępnianych przez media i partnerów akcji).

Wśród Partnerów znaleźć można było firmy i instytucje, które od wielu lat są związane z Toruniem za pół ceny i rokrocznie w niej uczestniczą, jak również wielu całkiem nowych uczestników, którzy zgłosili chęć udziału w tej formie promocji miasta i lokalnych firm dopiero w tej edycji. Wśród nowych firm, które zgłosiły się do akcji najliczniej reprezentowane były restauracje i sklepy.

Korzyści dla przedsiębiorców to przede wszystkim całkowicie darmowy udział w atrakcyjnej i innowacyjnej formie promocji, indywidualny wpis dotyczący oferty firmy/instytucji na oficjalnej stronie akcji www.torunzapolceny.pl - łatwy do znalezienia przed akcją i w czasie jej trwania. Im więcej partnerów zgłasza się do akcji, tym ruch turystyczny może się bardziej rozłożyć, a każdy z punktów spokojnie obsłużyć gości. Włączenie się w Toruń za pół ceny to zatem także oznaka świadomości, że wszyscy przedsiębiorcy wspólnie pracują na dobrą opinię o Toruniu.

W dwunastej edycji pojawiło się kilka nowości w ofercie gastronomicznej, taniej zjeść było można w aż trzech toruńskich pierogarniach, trzech restauracjach serwujących sushi czy aż dziewięciu pizzeriach. Zadowoleni są również wielbielele kuchni polskiej, osetyjskiej, indyjskiej czy fani burgerów. Zakupoholików pewnością ucieszył fakt, że w tą edycję włączyło się aktywnie rekordowo dużo sklepów. Specjalną ofertę na weekend zniżek przygotowały między innymi znane marki odzieżowe – dla Pań i Panów. Jak zwykle bogatą ofertę przygotowały także instytucje kulturalne, sportowe i rozrywkowe. Rodziny z dziećmi na pewno ucieszyły tańsze bilety do aquaparków, na interaktywne zajęcia i szkolenia (jazda na rolkach, nurkowanie czy salon gier wirtualnych) czy warsztaty piernikarskie. Goście z całej Polski mogli też zwiedzić Centrum Kongresowo-Kulturalne Jordanki, Turyści i mieszkańcy mogli poznać Toruńską Piwnicę Partaczy czy zwiedzić Toruń z przewodnikiem.

Podobnie jak w latach ubiegłych o przebiegu akcji informowało przez cały weekend Radio ZET Gold, które relacjonowało przebieg akcji na swojej antenie od piątku do niedzieli. Na 92,8 fm usłyszeć było można informacje o codziennych atrakcjach, wywiady i rozmowy w partnerami wydarzenia oraz mieszkańcami Torunia oraz turystami.

Akcja promowana była w całej Polsce za pośrednictwem stacji radiowych sieci EUROZET a także w internecie i social mediach. Ulotki promujące akcję oraz zbliżające się ciekawe wydarzenia w rozpoczynającym się sezonie turystycznym były kolportowane na ulicach Torunia. Na słupach ogłoszeniowych i witrynach punktów uczestniczących w akcji znalazły się charakterystyczne plakaty promujące akcję.

Wszelkich informacji udzielali także organizatorzy w punkcie informacyjnym akcji zlokalizowanym w Ośrodku Informacji Turystycznej na Rynku Staromiejskim. Organizatorzy nawiązali również współpracę z lokalnymi mediami, aby mieć pewność, że idea projektu dotrze do większości mieszkańców naszego województwa. Współpracy tej nie ograniczyli tylko do obszaru lokalnego. O akcji informowały także liczne portale turystyczne.

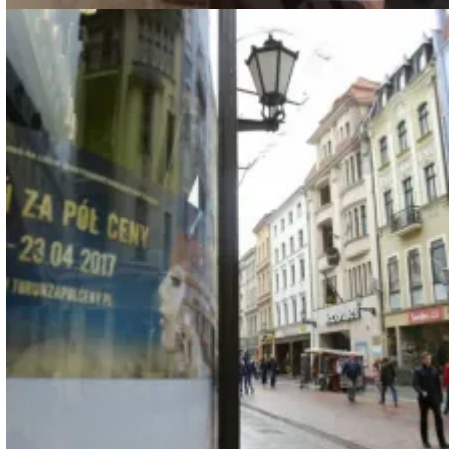
Partnerzy akcji to: Ośrodek Informacji Turystycznej, Manekin, Respoti –wirtualny portal turystyczny, Atrium Genomicus oraz Centrum Handlowe Kometa.



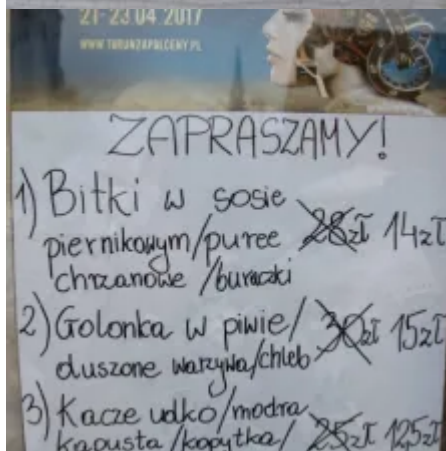
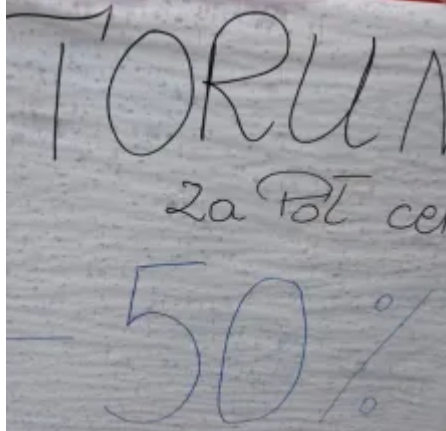




ovun za p
ceny.
-50%
Pizza













- [Powrót](#)
- [Udostępnij na: X](#)
- [Udostępnij na: FB](#)
- [Drukuj](#)
- [PDF](#)