

Elindult a szombathelyi víztorony promózása, de még nem az igazi

Nyugat.hu - 2021-02-21 07:07:36

Kezd beindulni a szombathelyi Octopus Víztorony marketingkampánya. Bár a [hivatalos weboldal](#) még mindig nem működik, a héten feléledt a [Facebook-oldal](#). Igaz, a követők és a kedvelők száma még jóval 100 alatt van, de már sorban kerülnek fel a fotók és a videók is a város új rendezvényházáról.

„A Víztorony felújításának kivitelezési munkái befejeződtek. Az épület még nem látogatható, nyitás várhatóan tavasszal, a járványügyi helyzettől függően” – írják több posztban is.

Ami viszont szembetűnő: bár az URL-címben és a felhasználónévben is szerepel az a bizonyos, sokakat megosztó Octopus név, az oldal nevéből, amit mindenki azonnal lát, kihagyták. Az csak simán *Víztorony Szombathely*. Győzött volna a nép haragja?

[A december közepén bejelentett](#) új arculat és az ehhez kapcsolódó új név ugyanis eléggé felborzolta a kedélyeket. A nagy bejelentés után özönlöttek az elégedetlenkedők kommentjei, mi pedig [szavazást is indítottunk](#) az új névvel kapcsolatban, melynek [eredménye nem igazán okozott meglepetést](#) a visszajelzések fényében.

De most térjünk vissza a héten startolt kampányhoz, ami egyelőre nem túl biztató, még laikus szemmel sem. Az eddig megjelent videók ugyanis inkább hajznak diákt filmekre, mintsem igazi reklámvideókra. Sok egyéb mellett ezek is részei annak a 8 millió forintos marketingcsomagnak, melynek [részleteit még januárban tudtuk meg](#).

De mi szükség volt a víztoronykampányra?

A marketingcsomagra azért volt szükség, mert egy TOP-os pályázatból újíthatták fel a víztornyot. Mint azt a Savaria Városfejlesztési Kft. ügyvezetőjétől, Kovácsné Takács Klaudiától akkor megtudtuk, meghívásos beszerzési eljárást hirdettek meg a marketing-feladatok ellátására, a nyertes pedig a legalacsonyabb ajánlatot (8 millió 21 ezer forint) tevő LogoDepo Kft. volt.

A szerződés keretein belül feladatuk az arculattervezés, szórólap-, kiadvány tervezése, nyomdai előkészítése, roll-up, illetve pop-up fal tervezése, gyártása, meghatározott mennyiségű promóciós eszközök (bögre, toll, kulcstartó, jegyzettömb, hűtő mágnes, szemüvegtörölő, puzzle, póló) tervezése, gyártása, fotódokumentáció elkészítése, kommunikációs kisfilm készítése, rádió spotok gyártása és sugárzása, tv stúdióbeszélgetés sugárzása, önálló weboldal tervezése, programozása és kialakítása, elektronikus reklám grafikai tervezése és Szombathelyen belül 8 helyszínen 1 éven keresztül LED TV reklámfelületen történő sugárzása, valamint online marketing tevékenységek (Facebook-kampány).

Tehát ez még csak a kezdet, kíváncsian várjuk a folytatást.

Majdnem minden adott a nyitáshoz

A kivitelezési munkákkal végeztek – ebből mi azt szűrjük le, hogy már nem [balesetveszélyes az épület](#) –, [gazdára talált a kávézó](#) és elkezdődött a promó is. Úgy tűnik tehát, hogy most már minden adott a nyitáshoz, persze ha a koronavírus is úgy akarja.

Decemberben még márciusi nyitást terveztek, de erre egyre kevesebb az esély, hiszen nem enyhül a járvány-helyzet. Amellett, hogy már [harmadik hullámmal](#) riogatnak és [elindult a nemzeti konzultáció](#) is az újrainvitásról, nem igazán lebegtetnek be semmi reménykeltő hírt arról, hogy a közeljövőben enyhülnének a korlátozások.

Így továbbra sem tudunk mást tenni, mint türelmesen várni a víztorony nagy megnyitójára. De jó tudni, hogy már sínen vannak a dolgok.