




The VisitQatar INFLOW Summit Powered by Qatar Airways

25th - 28th of February 2018

General Event Report

A stylized world map in light gray is centered on a dark background. The map is overlaid with a network of glowing lines in red, orange, and yellow, which radiate from several points, primarily concentrated in the Middle East and Southeast Asia, suggesting global connectivity. The text is positioned in the center of the image, overlaid on the map.

As the first Regional Summit of the brand, **The VisitQatar INFLOW Summit Powered by Qatar Airways** gathered the world's leading **60** digital influencers in **travel, luxury, fashion, gastronomy, mom & kids** industries together with leading brands through several activities including conference, networking get-togethers, structured 'matchmaking sessions' and familiarisation trip to share ideas, collaborate and engage in a unique style.



“Just want to say **THANK YOU** for including me in your incredible event. You did such a great job planning everything. It was **AMAZING!** Hope I can be involved again in the future.”

@thebucketlistfamily

5 Different Niches

5 Events in **2** Years

45 Sessions

24 Days

6 Destinations

∞ Coffee

533 Influencers

1 Software

2.029 Participants

74 Brands

+7K Total Shares

1.358

541M Total Reach

Business-to-Influencer
Meetings

1 Social Responsibility

SCHEDULE

Press Meeting
@ The Ritz Carlton, Doha

Welcome Dinner
@ The Ritz Carlton, Doha

25th
of February 2018

Doha Experience

27th
of February 2018

26th
of February 2018

Panels & Insight Sessions / B2I Meetings
@ The Ritz Carlton, Doha

Influencer Party
@ Shanghai Club, Shangri – La

28th
of February 2018

The Banana Island Experience



***“Thank you for such a great time in Doha. I had a blast
and it was great meeting you. Here’s hoping we get to
work with each other again soon. ”***

@byrnephotography

Press Meeting

@ The Ritz Carlton, Doha

Welcome Dinner

@ The Ritz Carlton, Doha

25th
of February 2018

The VisitQatar INFLOW Summit Powered by Qatar Airways has started with the **Press Meeting** participated by INFLOW Co-Founders Emre GELEN & Afşın AVCI and The Ritz Carlton Doha General Director Erden KENDIGELEN and local members and global press representatives.





Press Meeting
@ The Ritz Carlton, Doha

Welcome Dinner
@ The Ritz Carlton, Doha

25th
of February 2018

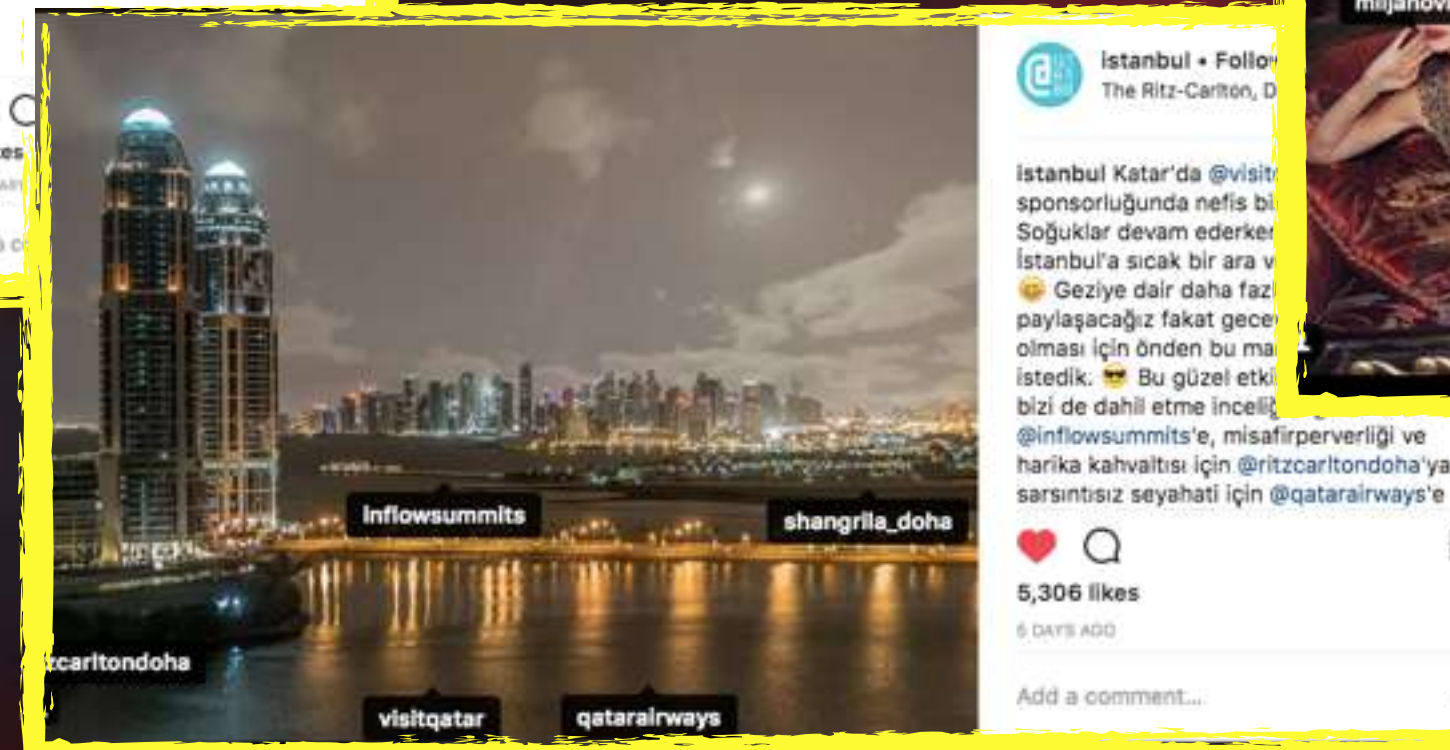
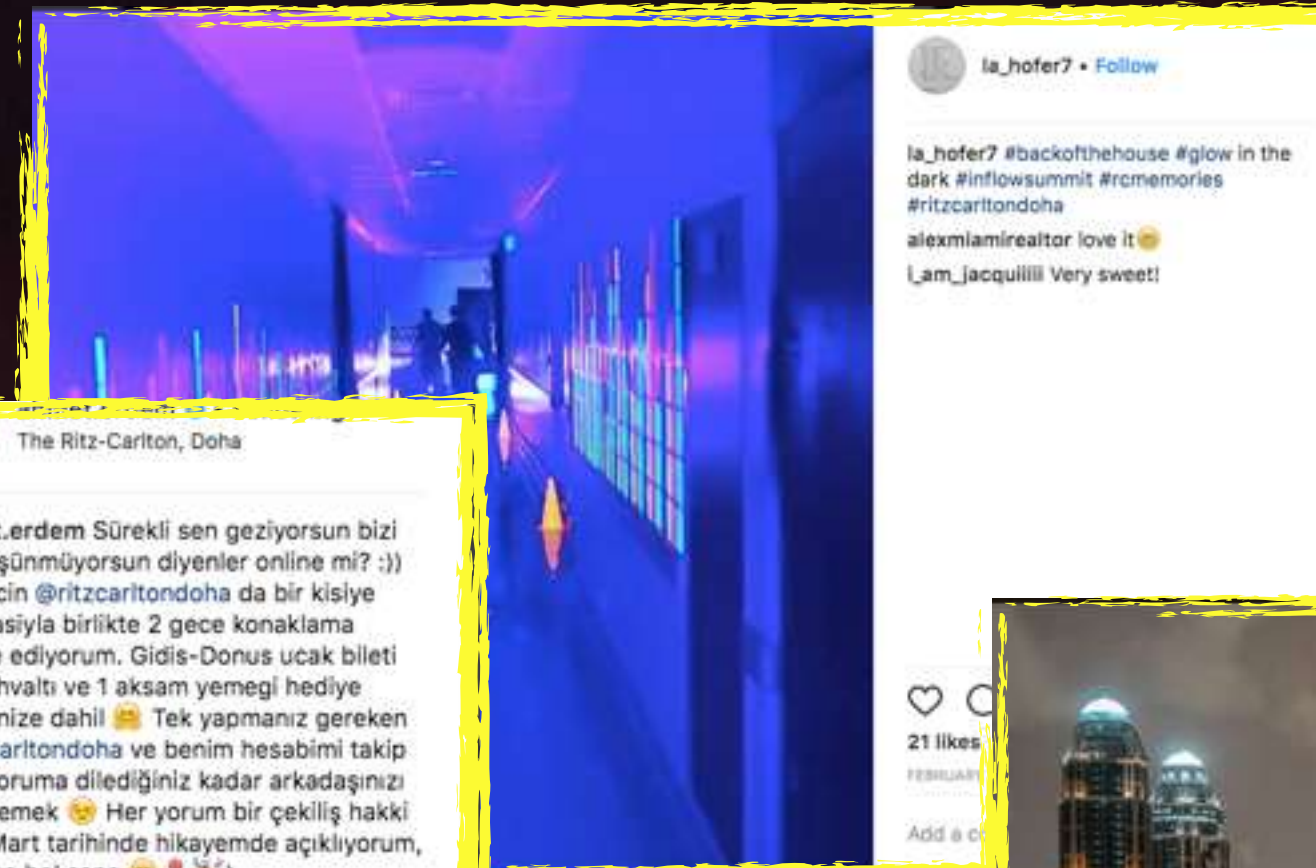
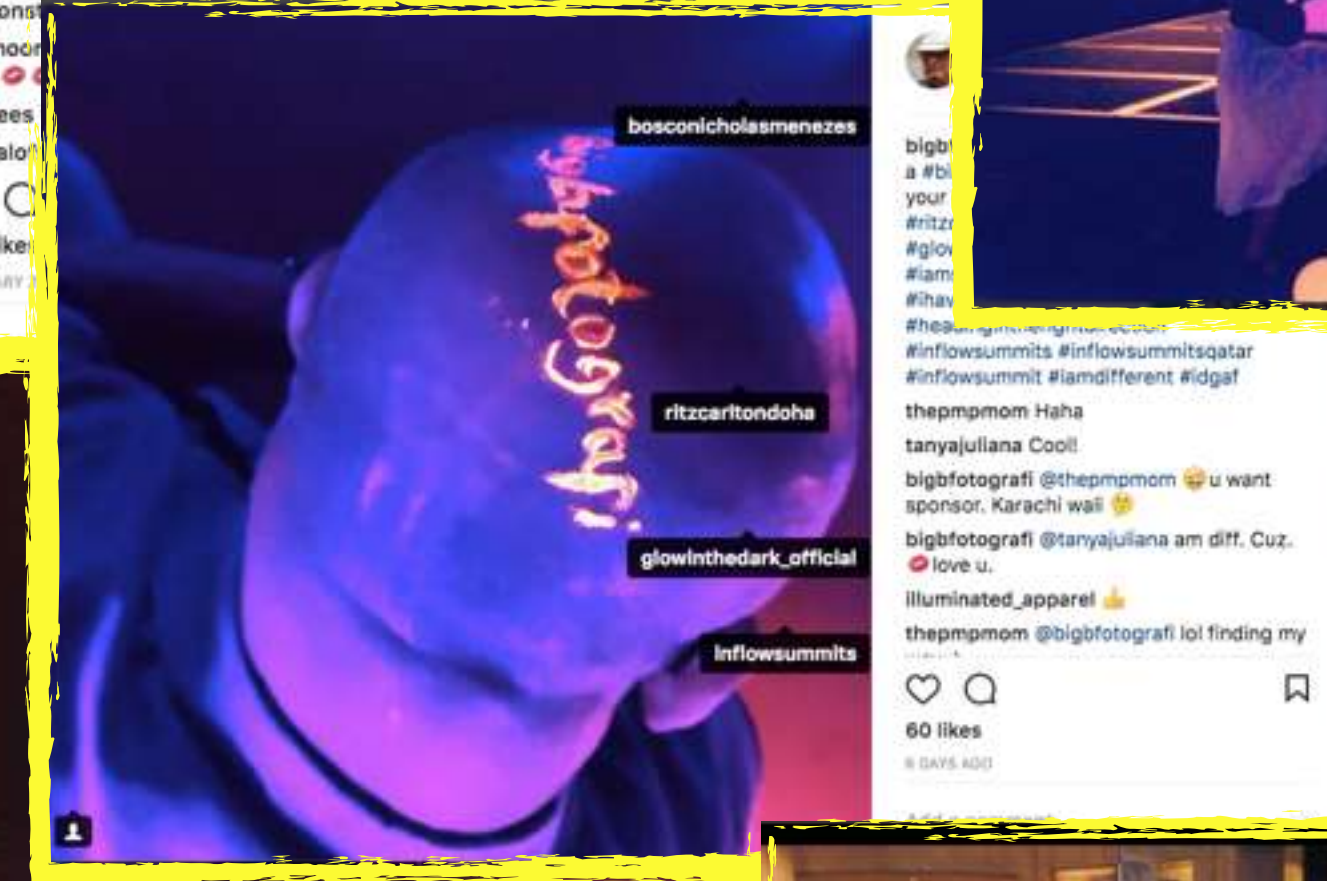
During the same evening of the Press Meeting, Influencers and brand representatives came together for Welcome Dinner at The Ritz Carlton Doha with a cocktail prolongé, dinner and a nightlong stage performance.



Press Meeting
@ The Ritz Carlton, Doha

Welcome Dinner
@ The Ritz Carlton, Doha

25th
of February 2018



WELCOME DINNER

@duyguozaslanoffical

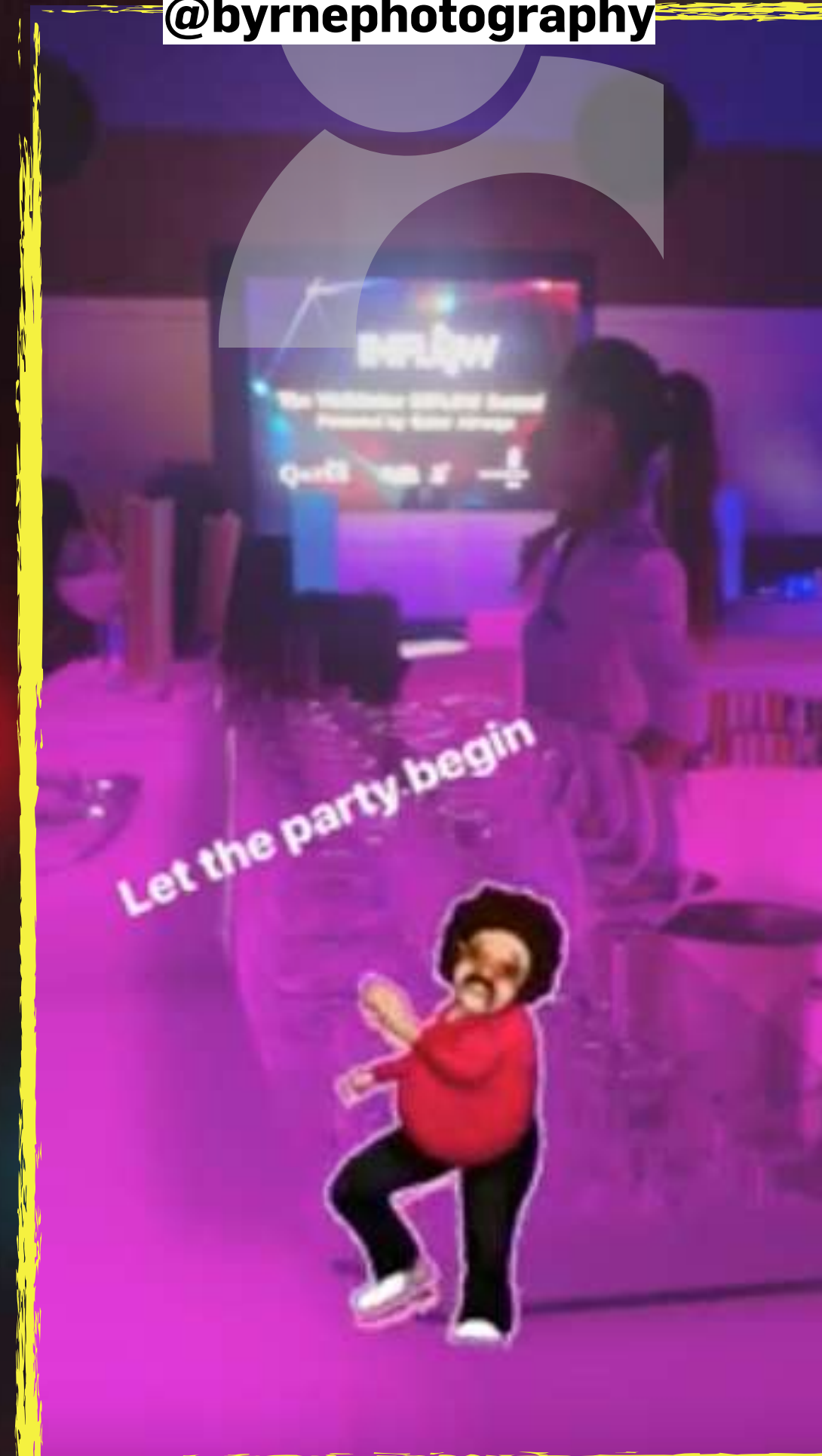


@geraldsarmiento



A very Qatari
WELCOME
#inflowqatarsumm
it
@ritscarltondoha

@byrnephotography



Let the party begin



@anilaltan





During the whole event, 3 hashtags were used by participants
**#INFLOWQatarSummit - #GoingPlacesTogether - #RitzCarltonDoha -
 #VisitQatar**

The Influencer Party has hosted by INFLOW at **Shanghai Club** with more than
120 participants as the after party of the conference day

26th
of February 2018

Panels & Insight Sessions / B2I Meetings
 @ The Ritz Carlton, Doha

Influencer Party
 @ Shanghai Club, Shangri – La



QATAR

Rashed AlQureshi

**Chief Marketing & Promotion Officer
Qatar Tourism Authority**

PANELS & INSIGHT SESSIONS

At panel & insight session during the **25th of February**, 12 sessions has streamed live by more than **1.500 people on YouTube live** and received **180 participants** in the event hall.



PANELS & INSIGHT SESSIONS



PANELS & INSIGHT SESSIONS

@easyneon



@balibey



@marinacomes



@duyguozaslanofficial



PANELS & INSIGHT SESSIONS

@onestep4ward



@nadineabdelaziz



@pelinakil



@ahmeterdem



BUSINESS - TO - INFLUENCER MEETINGS

Business-to-Influencer meetings are ultimate matchmaking opportunity for brands and influencers as brands seeking digital marketing partners will have the chance to meet with the leading influencers of the world. Through this meetings, influencers get to know the industry professionals to explore sponsorship and collaboration opportunities.





“I just wanted to say thank you for another amazing event. Super professional, ambitious, and fun. I love working alongside you guys with INFLOW.”

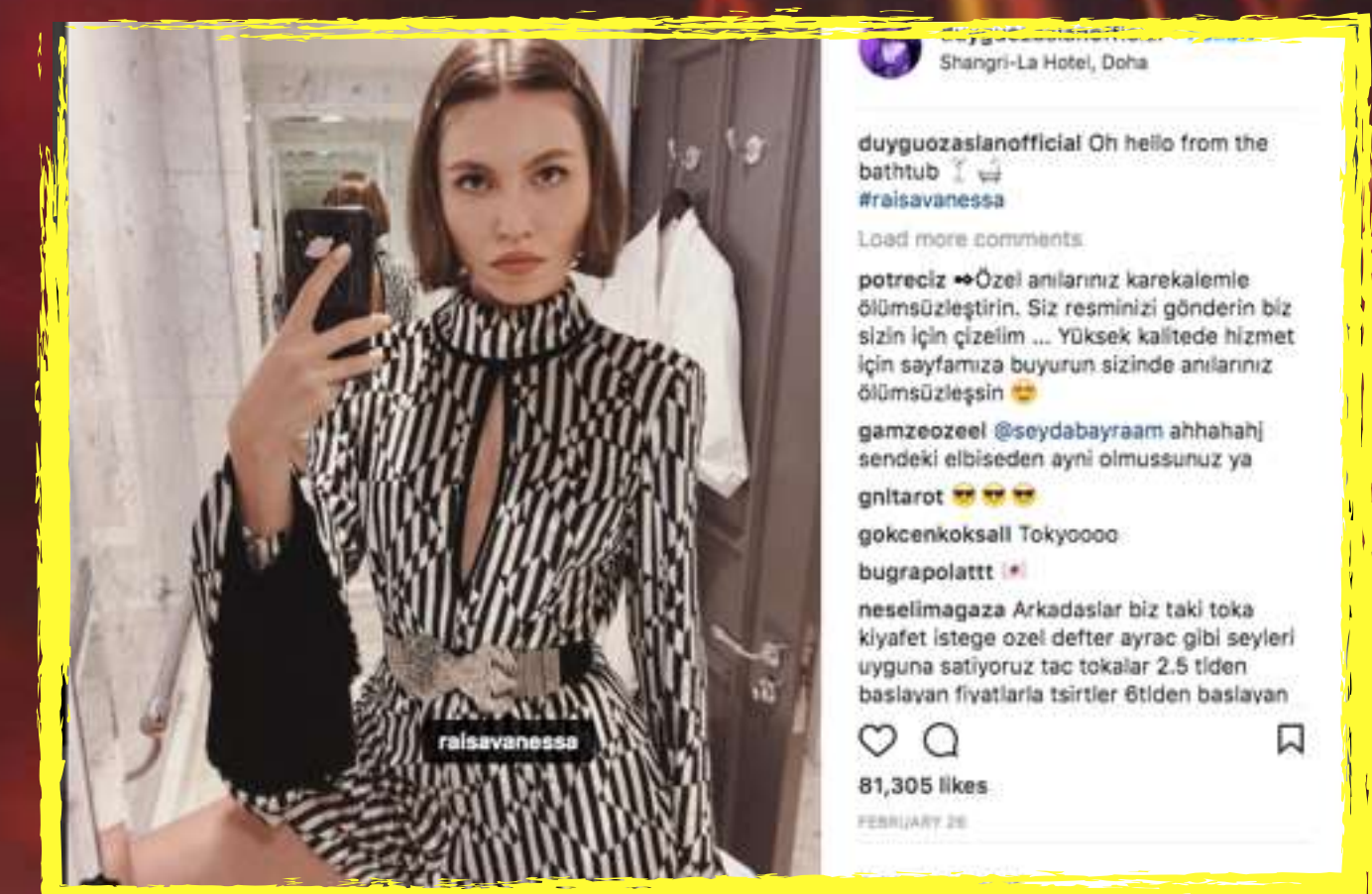
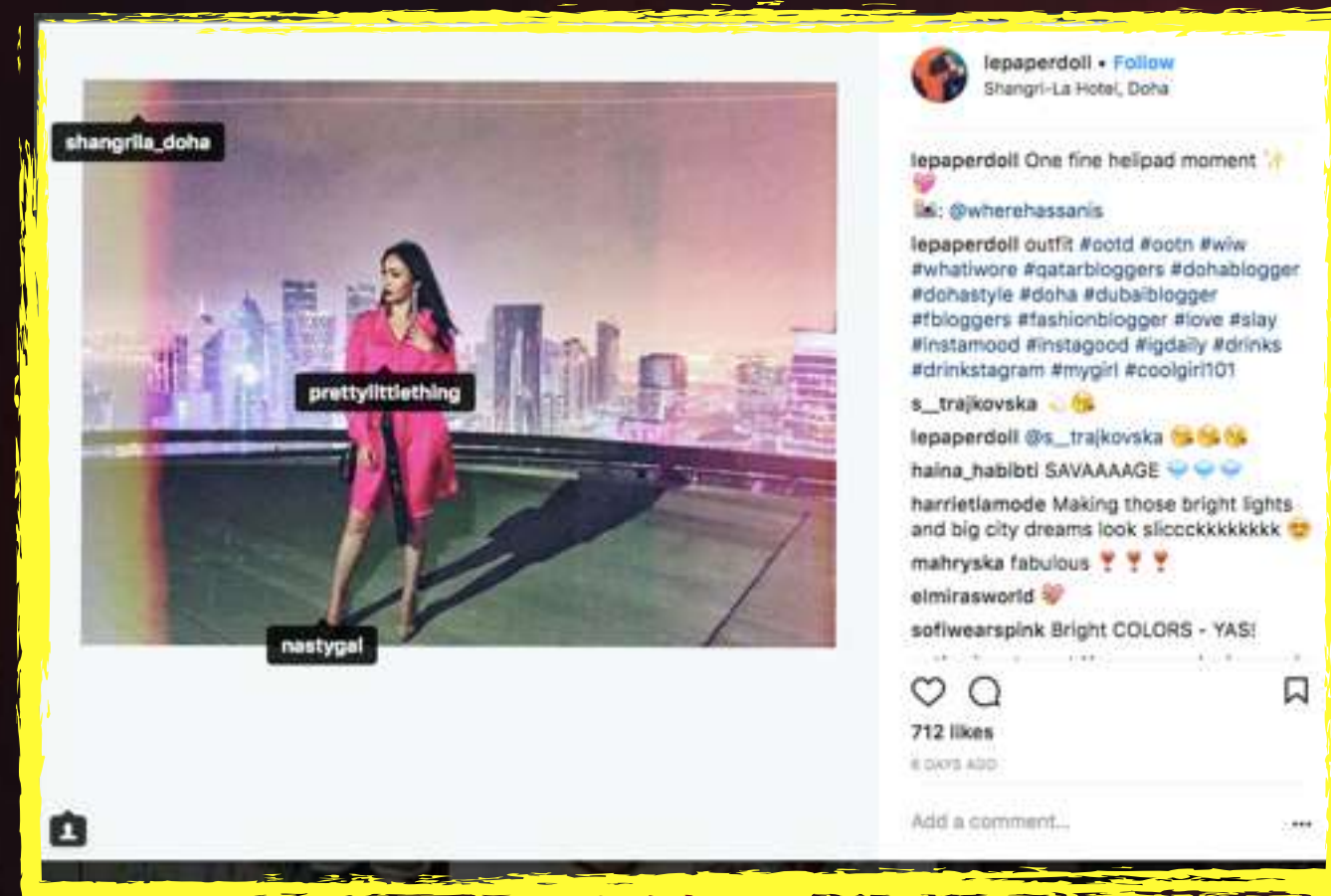
@onestep4ward

INFLUENCER PARTY

The Influencer Party has hosted by INFLOW at **Shanghai Club** with more than **120 participants** as the after party of the conference day.



INFLUENCER PARTY



INFLUENCER PARTY

@gizemzzor

SHANGRI-LA HOTEL, DOHA

#goingplacetogether
#inflowqatarsummit



@realfashionist

Follow
#mybeautifulfriends

@aliceabdelaziz
@nadineabdelaziz
@fafiabdelaziz



@lepaperdoll

because sexy people
flock together

@wherehassanis
@biancaxxcastro

SHANGRI-LA HOTEL, DOHA



@melaniemartinsblog

With my love @diogo.novo

SHANGRI-LA HOTEL, DOHA

#inflowsummits





***“Thank you for organizing everything, it was great to be
part of it!.”***

@marinacomes



#VisitQatar

#VisitQatar

#VisitQatar

#VisitQatar

#VisitQatar

Qatar Welcomes
The World

Qatar Welcomes
The World

Qatar Welcomes
The World

Qatar Welcomes
The World

Qatar Welcomes
The World

Qatar Welcomes
The World

Qatar Welcomes
The World

Qatar Welcomes
The World

Doha Experience

27th
of February 2018

Shortly after the The VisitQatar INFLOW Summit Powered by Qatar Airways, **60 influencers** have discovered the beauties of the destination as well as they have realised the promotion of the region by a fan-trip organised by Qatar Tourism Authority.



DOHA EXPERIENCE



DOHA EXPERIENCE

@golden_heart

#inflowsummitsqatar
#visitqatar

📍 MUSEUM OF ISLAMIC ART (MIA)

@ byrnephotography

Well.....why not? 🤔👀

@ culturewithcoco

📍 SOUQ WAQIF

@oitheblog



28th
of February 2018

For the last day of the event with a selected group of 15 influencers visited the Banana Island hosted by Qatar Airways.

The Banana Island Experience

BANANA ISLAND EXPERIENCE



BANANA ISLAND EXPERIENCE

@fafiabdelaziz



@easyneon



@balibey



@pelinakil







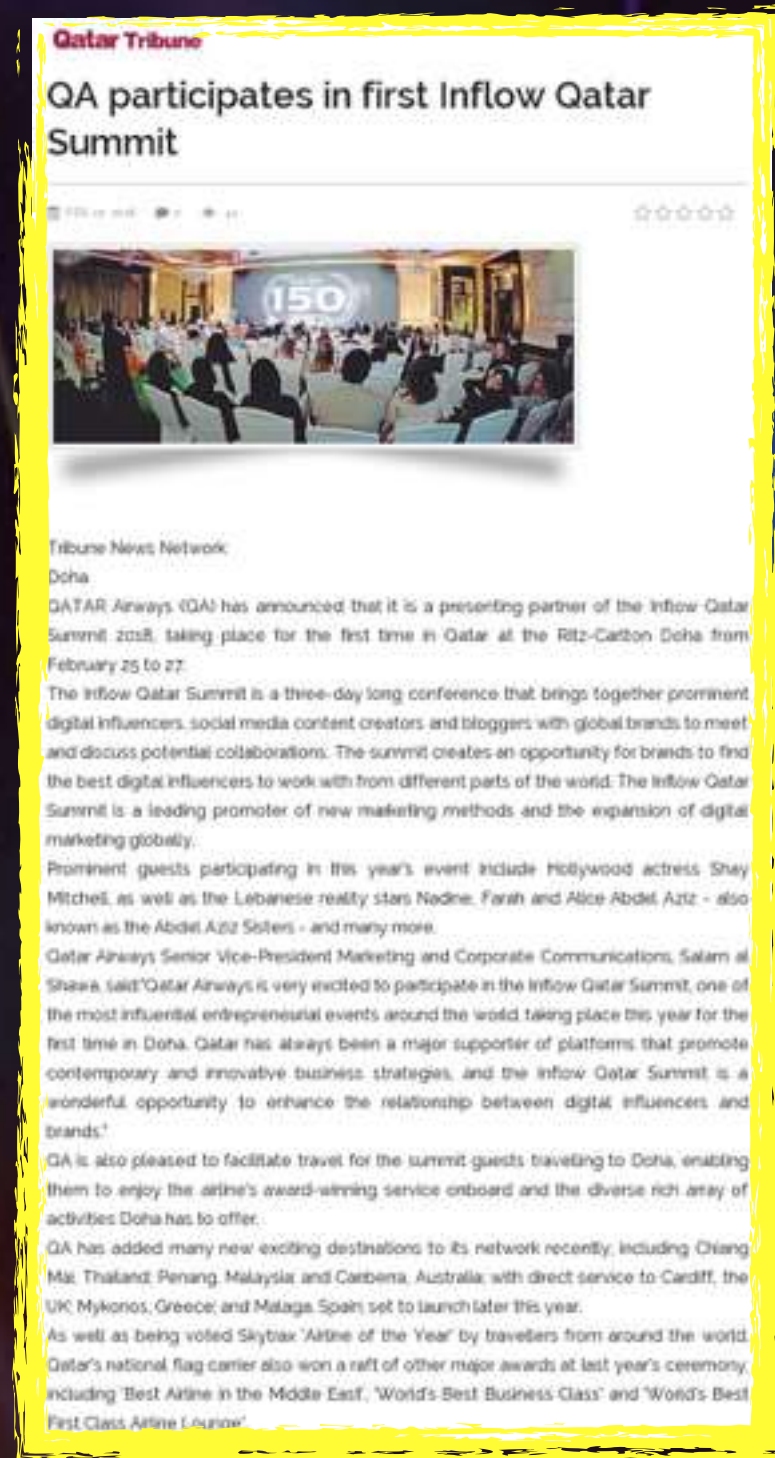
“The organization and the trip was really great, thank you for your invitation! What an awesome event!”

@sennarela

TOP INFLUENCERS



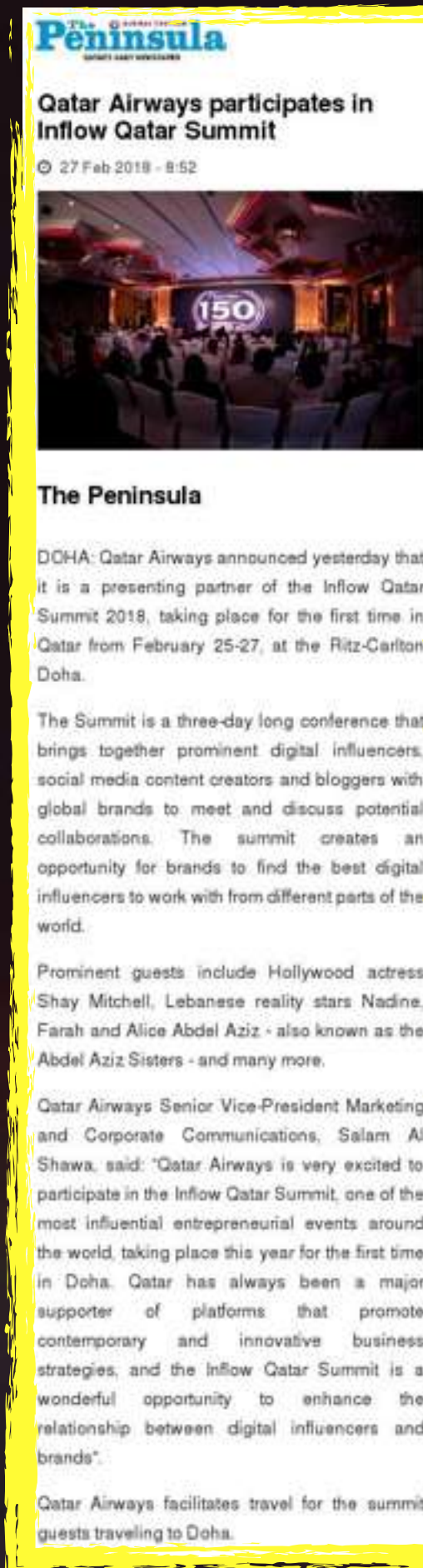
CONVENTIONAL MEDIA OUTPUT



qatar-tribune.com



Gulf Times



The Peninsula



Qatar Tribune



MediaCat Türkiye

CONVENTIONAL MEDIA OUTPUT

Special News Edition by Business Week

Katar'ı Sosyal Medya Kurtarır mı? (Hem de Türklerin Desteği İle)

Turizmde dinamikler yıkıcı bir değişimden geçiyor. Eski popüler ve turistik yapıları ile bilinen şehirleri artık ilgisini yepyeni ve daha önce belki de adını bile hiç duymadığınız yerlere kaptırıyor. Nedeni mi? Sosyal medya

Batuhan Kurnaz

[illegible]

Peki bu değişimi etkileyen nedir? Cevap aslında yine raketlerde, yani turistiklerde yanyor; daha doğrusu onların değişim alışkanlıklarında ve dijital ortamındaki varlıklarında. Evet, sosyal medya artık öyle güçlü ki dünyanın en güzel şehirlerinden biri aydın Roma bile kendini ortaya hı bir şekilde dahil etmese

Dönüş kentsitizmi bir sorun, Instagram veya Facebook'ta bir fotoğraf paylaşarak Paris veya Roma gibi şehirlerin bir fotoğrafı yayınlamak yalvarışına karşılık bir ilgi ile karşılaşır. Yoksa ilgisi olmasa ki, maceraperest kuzenimizin Harvatin'dan da önem verdiğimiz fotoğrafını ne oldu?

Erbette çok da ileri gitmiş isenizmiş. Paris hâlâ Paris, Roma da ilâ Roma. Aslında seyahat etmek isteyen büyük bir kesim artık dışarıdan gündüz yerleri keşfetmek üzere ve bunun için ilk adresleri de sosyal medyadır. Yani de sosyal medyada nereye bakarsanız? Çeşitli sosyal medya uygulamalarıyla, özellikle de Instagram'a ulaştırılır, sosyal medya üzerinden ilk takip edilen büyük YouTube'ya ulaşarak kanalı da, sürekli değişik içerikler yemeyi seven kadının adresi olarak sayılır.

İçerideki bir bu noktada influencer marketing kavramını tanımlıyor ve şöyle yazıyor: Influencer marketing, sosyal medya üzerinde etkili olan kişiler tarafından gerçekleştirilen pazarlama faaliyetidir. Bu kişiler, sosyal medya platformlarında büyük bir takipçi kitlesine sahip olan kişilerdir. Influencer marketing, bir ürün veya hizmetin tanıtımını yapmak için bu kişilerle işbirliği yapmaktır. Influencer marketing, bir ürün veya hizmetin tanıtımını yapmak için bu kişilerle işbirliği yapmaktır. Influencer marketing, bir ürün veya hizmetin tanıtımını yapmak için bu kişilerle işbirliği yapmaktır.

Influencer marketing ilerisine çalışan pek çok firma var. Ancak aralarında milyon aramızında farklılaşan bir firma şu konular: **INFLUENCER**, Asian Influencers of the World'ün kusulmasından alan **INFLUENCER TRAVEL SCIENTISTS**, turizm örneğinde influencer marketing ilerisine çalışan bir firma olarak 2016 yılında yola çıkıyor. Fakat geçen zaman içerisinde moda, yaşam, gastronomi, arine-cocuk, spor ve teknoloji gibi dileyeleri de kapsayarak kendini **INFLUENCER SCIENTISTS** olarak değiştiriyor.

INFLU’un kurucuları Afşin Ayıcı ve Emre Gelen, hedeflerinin ilk glöden beri ilerletti yurt dışına taşınmak olduğunu söylüyor ve amaçlarının influencer marketing alanında Ted-Talis seviyesinde bir platforma dönüşmek olduğunu anlatıyor. Şirketin yaptığı iş ise büyük markalar ile influencerları bir araya getirmek.

INFLUOW kurulduğu 2016 yılından bu yana beş etabla düzenlenmiş. Bu etkinlikler kapsamında dünya çapından pek çok sosyal medya yıldızını Türkiye'ye getiren ve onlara Antalya ile Capadülya'da sayısız deneyimleri yaşatan firma, Türkiye'nin en hızlı darbe, tere ve sıcağı çıkarmaları ile turistimize büyük darbelere yetmiş bir dönemde tüketicinin imajını dünyaya bu influencerlar aracılığı ile tanıtmaya çalışmış. Aynı Avcı, Antalya gezisinin ardından hiçbir zorlanma veya dayanma yapmadan, influencerlara sadece çizelgeyi veriyorlar.



(Elden Gage) (NFL) (Kunio Ohtsuka) (Ajin Awa) (Enri Gato), The R
Carton (Doha Gato) (Mori) (Enri Kondogawa)

beş gün içerisinde 292 milyon kişiye ulaştıklarını söylüyor.

Markalar yeni kullanıcı problemleri ve bunlarla beraber influencer marketing'in ne kadar büyük bir potansiyele ve öneme sahip olduğunu görmüş. Para verilecek ortak kullanıcılarına karşılık çıkarılan reklamların aksine, influencer aracılığı ile yapılan bir reklam türüdür. Çok daha samimi ve sıcak geliyor. Dolayısıyla, takip edilen influencer

[illegible]

Ancak artık markaların da ötesinde, hükümetler de influza marketing'in potansiyelini görmüş ve bu konuda aradılar yağın. **INFLAW**, Qatar Airways, The Ritz Carlton Doha ve Qatar Tur Bakanlığı işbirliğinde gerçekleştirilen VisitQatar **INFLAW** summi

Katar, yıldız gösterişinde Arap ülkeleri ile aynı bir kırk yaş ve bu filmler tarafından uygulanan büyük bir amburğu ile mücadele ediyor. Elbette bu amburğın verdiği hasarı ötesinde büyük bir emel edelemleri riddi ile de karşı karşıya. Bunu gök Katar hükümeti de önüne çıkan her türlü imaj taneleleli için deşelerinden kaçınarak, **INFLUENCE** Kurucularından Emel Gele kardeşi aracılığı ile The Ritz Carlton Dubai'nin Genel Müdürü Ritz

[illegible][illegible]

Soylak meşhur çok çok muciraya kıyasla çok daha demodür-
tik bir adam. Kızılarmarlar beğenemedikleri için üreticilerini takip

temeyli arıza bırakabiliyor. "Bu maceralarda su akar yolunu bulur" diyor Geden ve devam ediyor: "İş ve kâhliye için her zaman kazanabiliriz. Bu nedenle ağır kâhliye suyun veya çok gerekçe diye bir tablo çizer bir influencer'ın fotoğraflarına sonra ekisini kaybediyor. Dahası, her geçen gün yepyeni influencer'lar çıkıyor. Eski denizci futbolcu yokmuş ölmüş gibi gösterilecek çabası kâhliye için çok fazla birincinin olmaması için hayal ederken suyu çok daha fazla."

Seyahatçıya faydalarını oluşturan tek kriteri talakçı seyahatçıların fazla olmasıdır. Talakçı seyahatçıların para karşılığında sadece kal-kamplar için aratıldıkları, **INFLARNO** olarak da bilinen gizli e-ticaret sitesiyle **AWG** ve **arandur**; "Bunun mucidi olan da yavaş yavaş online alışverişlere başladılar ve bütün **INFLARNO** birtakım adı yavaş yavaş kullanılmaya başladılar. Bu da yavaş yavaş markaları ve online arayanların kal-kamplarını bir araya getirdi. Markaları kal-kampların etkili bir şekilde çıkarmaları da zaten zaten hem onlar hem

Katar Floritsi Bukareşt, **INFLOW** tarafından düzenlenen etkinlikleri daha da büyük bir ölçeğe taşımak istiyor. **INFLOW** her yıl farklı bölgelere giderek influencer marketing gücünü göstermek istiyor. Aynı Gölge "Flora Formula 1 gibi bir de bir diğer etkinliklerinde geçen zamanlarımızı katkılı buluyoruz" diye de devam ediyor. "Bu iş bir ne kadar onları **SOCCER** ediyor olsa da en büyük farkta her zaman destinasyonları oluyor. Zaman geçtikçe etmek isteyen birisi de diğer destinasyonları daha sonra onları seçiyor."

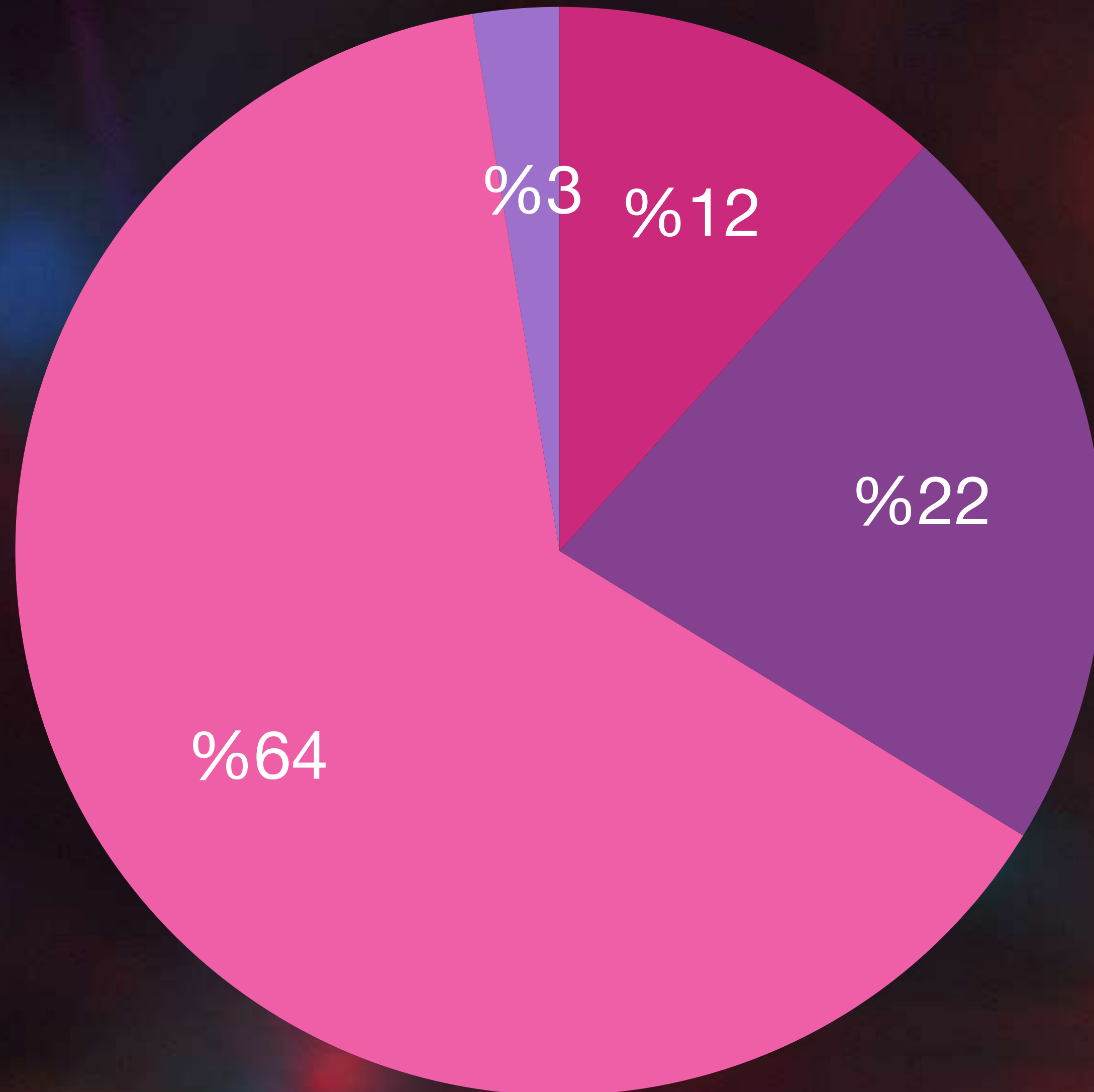
©1476, Katar'daki etkinliklerinden bir sonraki durak olarak Kazakistan ile girişimlerde bulunuyor. 2008 yılında ise Azerbaycan, Malezya, İtalya gibi ülkeleri hedefleriyle çirlik, dünyasını giriyor. Yirmi beşerle ilgili sosyal medyaya göçürdükten sonra alan ve bu aralar için adına girişimci çapında büyük bir platform oluşturan hedefleri. Türkiye'den pula çıkan bir platformun yaratılacağı kısmı değeri ise başka ülkelerin daha fazla değeriyle ilgili derinleştirebilir.



TOTAL SHARES & INTERACTIONS

#INFLOWQatarSummit #GoingPlacesTogether #RitzCarltonDoha #VisitQatar	Twitter	Instagram	Instagram Stories	Facebook	Youtube	TOTAL
TOTAL SHARES	246	465	1.341	54	6	2.112
POTENTIAL REACH	3.933.184	6.545.248	79.844.626 views in total	2.067.952	5.993.000	98.384.010
INTERACTION	8.703	840.312	79.844.626	3.363	1.846.000	82.543.004

POST - SHARE STATISTICS



INSTAGRAM —> %22

TWITTER —> %12

FACEBOOK + YOUTUBE —> %3

INSTA - STORIES —> %64

TOP 5 POST - SHARES



Click on photos

MEDIA VALUE

	Instagram	Facebook	Twitter	Youtube	TOTAL
TOTAL REACH	Post: 6.545.248 Story: 79.844.626 Total: 86.389.874	2.067.952	3.933.184	5.993.000	-
AVERAGE COST PER ENGAGEMENT	0,05 \$	0,02 \$	0,05 \$	0,04 \$	-
TOTAL	4,319,493.7 \$	41,359.04 \$	196,659.2 \$	119,860 \$	4,677,371,94 \$



“We (Alex & Mariia) want to say we are glad to meet you and thank you for this unique experience. It was my first experience of INFLOW Summits, and i like it so much. You did the perfect work to organise this event. ”

@twistflip & @baluevama

ABOUT INFLOW SUMMITS



INFLOW is short for 'Influencers of The World'. INFLOW aims to bring together the well-known faces on popular platforms, digital opinion leaders, bloggers, social media content creators with leaders brands in sectors at international conferences including B2I (Business to Influencer) meeting & special activities.

Thus, **INFLOW** features being the most important platform that manages destination promotion, marketing and what is required to be promoted in the best way; realises common goals; steps up the marketing power; and brings together the potentials of pioneers active in the market to create profitable business.

MONITORING SYSTEM

This report has been prepared by using data of *Boomsonar, Social Media Statistics, Google Analytics, Tweet Binder*

<https://www.tweetbinder.com>

<https://www.google.com/analytics/>

<https://www.boomsonar.com>

- **Reach Data** presents the number of unique accounts that see the post or story.
- **Interaction Data** presents total insight into how active audience of Influencers have likes and comments.

PARTNERS & SUPPORTERS



THE RITZ-CARLTON

DOHA



فندق شانغريلا الدوحة
Shangri-La hotel

DOHA



FOUR SEASONS
HOTEL
DOHA

TRTWORLD

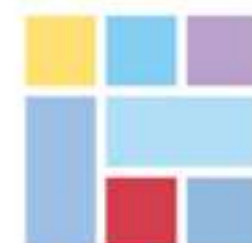


Sheraton
Grand

DOHA
RESORT & CONVENTION HOTEL



THE SULFUR GROUP



SNIPPERWALL

TRACCS



MARRIOTT
DOHA

اللجنة العليا
للمشاريع والبريد
Supreme Committee
for Delivery & Legacy



MARRIOTT MARQUIS
CITY CENTER DOHA

AWARDS & ENGAGEMENTS



*Turkey's Promoting Events
category winner at the Skalite'17*



*INFLOW Summits is an official World
Tourism Organisation (UNWTO) member*

The background is a dark, deep blue or black space filled with a complex network of thin, glowing lines in shades of red, orange, and yellow. These lines radiate from several bright, multi-colored nodes, creating a sense of dynamic energy and connectivity, reminiscent of a digital network or a star map.

INFLSUMMITSOW

EXPLORE . SHARE . INTERACT