

## Plan działań promocyjnych w latach 2013 – 2015

### Plan działań promocyjnych w roku 2013

Lp.	Priorytet	Tytuł działania	Zakres	Odbiorcy bezpośredni	Partnerzy	Koszt	Wskaźniki realizacji
1.	***	Zdefiniowanie marki oraz stworzenie podstaw do jej wdrożenia	Zadanie powinno zostać pilnie zlecone firmie specjalizującej się w tego typu opracowaniach. Zadanie powinno objąć: <ul style="list-style-type: none"> <li>określenie profilu marki,</li> <li>opracowanie sloganu promocyjnego,</li> <li>opracowanie systemu identyfikacji wizualnej,</li> <li>seminaria zachęcające do wykorzystywania marki Gołdapi przez przedsiębiorstwa i organizacje pozarządowe oraz inne podmioty</li> </ul>	Urząd Miasta w Gołdapi, lokalni przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, inne podmioty	Lokalni przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe, media	25 000 zł	Nowy slogan (1) Nowy system identyfikacji wizualnej (1) Liczba uczestników seminarium (30)
2.	***	Utworzenie Centrum Promocji Gołdapi <sup>1</sup>	Centrum promocji Gołdapi jako jednostka budżetowa kreowałaby politykę promocyjną. Prowadziłaby promocję turystyczną oraz promocję inwestycyjną.	Urząd Miasta w Gołdapi	-	50 000 zł	Liczba stanowisk pracy ds. promocji inwestycyjnej (1) Liczba stanowisk pracy ds. promocji turystycznej (1)
3.	***	Spotkania konsultacyjne władz z niestałą reprezentacją branży turystycznej, w tym uzdrowiskowej	Tego typu sieć miałyby za zadanie wspólnie działać na rzecz rozwoju turystyki w gminie, w tym: konsultowanie i opiniowanie planów i ich wykonania na rzecz rozwoju turystyki, inicjowanie wspólnych działań, wymiana informacji, wspólne działania promocyjne i przygotowywanie zintegrowanych produktów turystycznych i in.	Lokalni przedsiębiorcy i organizacje pozarządowe działające w branży turystycznej, w tym uzdrowiskowej; Urząd Miasta w Gołdapi	Lokalni przedsiębiorcy i organizacje pozarządowe działające w branży turystycznej, w tym uzdrowiskowej	500 zł	Liczba odbytych spotkań rocznie (min. 4) Liczba podmiotów uczestniczących w sieci (min. 10)
4.	*	Lobbowanie na rzecz włączenia	Wykorzystanie potencjału gminy do uprawiania	Urząd Miasta w	Lokalni	5 000 zł	Liczba podjętych akcji

		„Biegu Jaćwingów” do europejskiej ligi biegów długodystansowych Euroloppet	narciarstwa biegowego wymaga wzmocnienia oddziaływania „Biegu Jaćwingów” – zwiększenia liczby uczestników, zainteresowania sponsorów oraz ponadlokalnych mediów. Będzie to możliwe dzięki włączeniu „Biegu Jaćwingów” do ligi biegów długodystansowych Euroloppet (a w dalszej przyszłości do Worldloppet). Wymaga to w pierwszej kolejności rozpoznania warunków, jakie należy spełnić, i przygotowania odpowiedniej oferty, w tym materiałów informacyjnych i promocyjnych, która zostanie przedłożona European Union of Cross-country Skiing Marathons. Przygotowanie materiałów promocyjnych.	Gołdapi	przedsiębiorcy działający w branży turystycznej, w szczególności w zakresie turystyki zimowej		(min. 2)
5.		Akcja informacyjno-promocyjna w zakresie wizji rozwoju gminy do 2020 roku	Artykuły w prasie lokalnej oraz na portalach internetowych; ulotka informacyjna, nakład 3 000 egzemplarzy	Mieszkańcy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe oraz inne lokalne podmioty	Lokalne media; prasa regionalna; radio regionalne	10 000 zł (projekt graficzny, skład, przygotowanie do druku, druk, dystrybucja ulotek)	Liczba opublikowanych artykułów (min. 5)  Liczba rozdystrybuowanych ulotek (min.3 000)
6.		Doroczne spotkanie Burmistrza z kluczowymi przedsiębiorcami	Spotkanie w formule obiadu lub kolacji. Podsumowanie mijającego roku oraz wskazanie wyzwań na nowy rok	Lokalni przedsiębiorcy	Lokalne media	1500 zł	Liczba dorocznych spotkań z przedsiębiorcami (min. 1)
Razem w roku 2013						92 000 zł	
<b>Plan działań promocyjnych w roku 2014</b>							
7.		Analiza zewnętrznych źródeł finansowania działań	Analiza dostępności krajowych i zagranicznych środków finansowych na promocję, o które	Urząd Miasta w Gołdapi	-	0 zł	Liczba aktualizacji kalendarza konkursów

		promocyjnych oraz stworzenie kalendarza konkursów i naborów	mogą aplikować samorząd gminny, przedsiębiorcy i organizacje pozarządowe i inne podmioty. Środki dystrybuowane przez: Samorząd Województwa Warmińsko-Mazurskiego, Polską Agencję Informacji i Inwestycji Zagranicznych, Ministerstwo Gospodarki, Krajową Izbę Gospodarczą, Polską Organizację Turystyczną, ośrodki zagraniczne POT i in.				na projekty współfinansowane ze środków zewnętrznych (min. 4 rocznie)
8.		Spotkania konsultacyjne władz z niestałą reprezentacją branży turystycznej, w tym uzdrowskiej	Tego typu sieć miałyby za zadanie wspólnie działać na rzecz rozwoju turystyki w gminie, w tym: konsultowanie i opiniowanie planów i ich wykonania na rzecz rozwoju turystyki, inicjowanie wspólnych działań, wymiana informacji, wspólne działania promocyjne i przygotowywanie zintegrowanych produktów turystycznych i in.	Lokalni przedsiębiorcy i organizacje pozarządowe działające w branży turystycznej, w tym uzdrowskiej; Urząd Miasta w Gołdapi	Lokalni przedsiębiorcy i organizacje pozarządowe działające w branży turystycznej, w tym uzdrowskiej	500 zł	Liczba odbytych spotkań rocznie (min. 4) Liczba podmiotów uczestniczących w sieci (min. 10)
9.		Stworzenie zintegrowanego systemu informacji turystycznej	Zmapowanie usług turystycznych, w tym uzdrowskich i zdrowotnych; stworzenie (zakup) informatycznego systemu przepływu informacji lub włączenie się do Polskiego Systemu Informacji Turystycznej POT	Urząd Miasta w Gołdapi, lokalni przedsiębiorcy i organizacje działające w branży turystycznej	Lokalni przedsiębiorcy oraz organizacje pozarządowe działające w branży turystycznej	75 000 zł (zmapowanie usług i stworzenie systemu przepływu informacji, w tym szkolenia i warsztaty); Zakup oprogramowania lub włączenie się do PSIT	Liczba udzielonych informacji (min. 20 000 odpowiedzi na rok)
10.		Rozważenie możliwości zmiany nazwy na Gołdap Zdrój	1. Analiza efektywności zmiany nazwy Gołdap Zdrój 2. Kampania informacyjna skierowana do mieszkańców lub/ i konsultacje społeczne 3. Podjęcie decyzji i ewentualne rozpoczęcie procedury	Urząd Miasta w Gołdapi	Lokalne media	15 000 zł	Decyzja w zakresie przeprowadzenia zmiany nazwy (tak lub nie)
11.		Badanie poziomu zadowolenia turystów z zakresu oferty oraz	Wraz z raportem z badania. Badanie realizowane w dwóch okresach –	Lokalni przedsiębiorcy i	Lokalni przedsiębiorcy	20 000 zł	Raport podsumowujący

		jakości obsługi	szczyt sezonu narciarskiego i szczyt sezonu uzdrowskiego	organizacje pozarządowe działające w branży turystycznej i uzdrowskiej; Urząd Miasta w Gołdapi	i organizacje pozarządowe działające w branży turystycznej, w tym uzdrowskie		wyniki badań (1 rocznie)
12.		Wprowadzenie certyfikatu jakości dla podmiotów gastronomicznych oferujących kartacze	Kartacze to winien być rozpoznawalny produkt markowy. Wprowadzenie certyfikatów wpłynie na wzrost jakości usług gastronomicznych, posiadających lokalną specyfikę. Pozwoli wykorzystać istniejący potencjał w zakresie kulinariów, w tym organizowanego corocznie wydarzenia „Kartaczewo – Festiwal Pogranicza”. Certyfikat nadawany corocznie po przeprowadzeniu badań z wykorzystaniem metody tajemniczy klient	Lokalni przedsiębiorcy działający z branży gastronomicznej	Lokalni przedsiębiorcy działający w branży gastronomicznej, organizacje pozarządowe, media	7500 zł	Liczba uczestniczących w sieci podmiotów gastronomicznych (min. 6)
13.		Lobbowanie na rzecz włączenia „Biegu Jaćwingów” do europejskiej ligi biegów długodystansowych Euroloppet	Wykorzystanie potencjału gminy do uprawiania narciarstwa biegowego wymaga wzmocnienia oddziaływania „Biegu Jaćwingów” – zwiększenia liczby uczestników, zainteresowania sponsorów oraz ponadlokalnych mediów. Będzie to możliwe dzięki włączeniu „Biegu Jaćwingów” do ligi biegów długodystansowych Euroloppet (a w dalszej przyszłości do Worldloppet). Wymaga to w pierwszej kolejności rozpoznania warunków, jakie należy spełnić, i przygotowania odpowiedniej oferty, w tym materiałów informacyjnych i promocyjnych, która zostanie przedłożona European Union of Cross-country Skiing Marathons	Urząd Miasta w Gołdapi	Lokalni przedsiębiorcy działający w branży turystycznej, w szczególności w zakresie turystyki zimowej	10 000 zł (koszty reprezentacyjne i przygotowania materiałów promocyjnych)	Liczba podjętych akcji (min. 5)
14.		Przygotowanie folderu promującego produkty turystyczne gminy	16 –stronicowy folder z informacją o ofercie Gołdapi (kolorowy, z profesjonalnymi zdjęciami) Nakład 21000 egzemplarzy, w tym: język rosyjski (3000), język litewski (2000), język angielski (1000), język niemiecki (5000) oraz	Turyści, w tym kuracjusze, zainteresowani ofertą Gołdapi. W Polsce oferta kierowana głównie	Lokalni przedsiębiorcy działający w branży turystycznej i uzdrowskiej	60 000 zł (projekt graficzny, skład, przygotowanie do druku i druk 21000 folderów)	Liczba rozdystrybuowanych folderów rocznie (min. 8000 szt.)

			język polski (10 000)	do: Niemiec, OK. FR, Litwy, Warszawy, Trójmiasta, Śląska, Dolnego Śląska, Wielkopolski	ej		
15.		Przygotowanie przewodnika promocyjno-informacyjnego prezentującego ofertę gminy, w którym znajdzie się także legenda o Gołdapi	Kolorowy, dobrze zredagowany, z profesjonalnymi zdjęciami, w poręcznym formacie przewodnik o objętości około 50-60 stron. Dystrybucja przewodnika za możliwie niewielką opłatą. Nakład 50 000 egzemplarzy (po Polsku) Istniejący przewodnik powinien być radykalnie zmieniony i uatrakcyjniony a także zaktualizowany. Rozważona powinna być także koncepcja przygotowania takiego przewodnika po rosyjsku i niemiecku.	Turyści, w tym kuracjusze zainteresowani ofertą i odwiedzający Gołdap	Lokalni przedsiębiorcy oraz organizacje pozarządowe działające w branży turystycznej i uzdrowiskowej	70 000 zł (projekt graficzny, skład, przygotowanie do druku i druk w nakładzie 50 000 egz.) 7000 zł (aktualizacja folderu)	Liczba rozdystrybuowanych przewodników rocznie (min. 15 000)
16.		PR turystyczny oraz pozyskanie patronatów medialnych (mediów ogólnokrajowych i regionalnych) dla kluczowych imprez kulturalnych i sportowych	Zorganizowanie 2 tur (sezon zimowy i sezon letni) 2-3 dniowego <i>study tour</i> dla 10 dziennikarzy tytułów dziennikarzy tytułów turystycznych z Polski (może też z zagranicy), a także wiodących tytułów niespecjalistycznych – tygodników lub dzienników informacyjnych (w tym portali internetowych). W wyniku wizyty studialnej przekazanie do mediów regionalnych i ogólnokrajowych interesujących informacji i materiałów, na podstawie których dziennikarze z tych gazet i portali internetowych mieliby możliwość opracowania tekstów, w których wspomną o Gołdapi. Koszty wizyty do pokrycia w 75% przez przedsiębiorców z branży turystycznej Gołdapi (prezentujący ofertę). Zapewnienie patronatów regionalnych i krajowych nad kluczowymi imprezami kulturalnymi i sportowymi	Dziennikarze tytułów turystycznych i ogólnych, w tym portali internetowych	Media regionalne i ogólnopolskie zarówno informacyjne, jak i te skoncentrowane na turystyce, wypoczynku, rekreacji i uzdrowiskach	3000 zł x 8 dziennikarzy (3 dni pobytu dziennikarza) = 72 000 zł	Liczba artykułów w prasie na temat Gołdapi i okolic rocznie (min. 20)
17.		Kampania billboardowa produktu narciarskiego	Miesięczna kampania umożliwi wzrost znajomości marki oraz zainteresowania produktem. Lokalizacja billboardów powinna obejmować: Białystok, Gdańsk, Olsztyn, Warszawa oraz	Turyści zainteresowani ofertą narciarską Gołdapi	Lokalni przedsiębiorcy działający w branży turystycznej i	1700 zł (wynajęcie 1 billboardu miesięcznie) 1500 zł	Liczba billboardów (min. 60 rocznie) Liczba osób, które będą miały kontakt z billboardem

			Kaliningrad i Wilno. Aby kampania była zauważalna potrzeba min. 25-30 billboardów w Warszawie, Kaliningradzie i Wilnie oraz po 10-15 w pozostałych miastach		uzdrowskowiej	(projekt graficzny)	
18.		Kampania billboardowa produktu uzdrowskiego	Miesięczna kampania umożliwi wzrost znajomości marki oraz zainteresowania produktem. Lokalizacja billboardów powinna obejmować: Białystok, Gdańsk, Olsztyn, Warszawa oraz Kaliningrad i Wilno. Aby kampania była zauważalna potrzeba min. 25-30 billboardów w Warszawie, Kaliningradzie i Wilnie oraz po 10-15 w pozostałych miastach. Billbordy powinny promować najbardziej unikatowy element oferty Gołdapi czyli Uzdrowsko.	Turyści, w tym kuracjusze zainteresowani ofertą Gołdapi	Lokalni przedsiębiorcy działający w branży turystycznej i uzdrowskiej	1700 zł (wynajęcie 1 billboardu miesięcznie) 1500 zł (projekt graficzny)	Liczba billboardów (min. 60 rocznie) Liczba osób, które będą miały kontakt z billboardem
19.		Zwiększenie dostępności informacji dla turystów na terenie Gołdapi	Uruchomienie 2 multimedialnych kiosków informacji turystycznej w kluczowych miejscach gminy - w strefie uzdrowskiej (całoroczny np. w pijalni wód „Zdrój”) oraz u podnóża Pięknej Góry (sezonowy)	Turyści, w tym kuracjusze, przyjeżdżający do Gołdapi oraz potencjalnie zainteresowani przyjazdem; lokalni przedsiębiorcy i organizacje działające w branży turystycznej	Lokalni przedsiębiorcy oraz organizacje pozarządowe działające w branży turystycznej i uzdrowskiej	15 000 zł (koszt zakupu profesjonalnego kiosku multimedialnego) 15 000 zł (przygotowanie odpowiedniego oprogramowania i informacji)	Liczba osób korzystających z kiosków multimedialnych w Gołdapi (min. 20 000 odpowiedzi na rok)
20.		Rozbudowa strony internetowej <a href="http://www.uzdrowskogoldap.pl">www.uzdrowskogoldap.pl</a> w zakresie oferty turystycznej, w tym uzdrowskiej oraz jej wypozycjonowanie	Na jednej stronie powinna znajdować się oferta możliwie wszystkich podmiotów oferujących usługi dla turystów, w tym kuracjuszy, w Gołdapi i okolicy	Turyści i podmioty zainteresowane turystyczną i uzdrowską ofertą Gołdapi	Lokalni przedsiębiorcy i organizacje pozarządowe działające w branży turystycznej i uzdrowskiej	10 000 zł (pozycjonowanie strony)	Liczba odwiedzin strony internetowej (min. 36 000 rocznie) Wypozycjonowanie strony internetowej dla haseł: <ul style="list-style-type: none"> <li>• turystyka Polska Wschodnia,</li> <li>• turystyka Warmińsko Mazurskie,</li> <li>• oferta turystyczna Warmińsko</li> </ul>

							<p>Mazurskie,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• uzdrowisko,</li> <li>• noclegi warmińsko-mazurskie</li> </ul> <p>(maks. 15 miejsce w wyszukiwarce Google)</p>
21.		Uzyskanie rekomendacji dwóch celebrytów do wykorzystania w działaniach promocyjnych	Ufundowanie 2-3 dniowych pobytów dla 2 celebrytów w Gołdapi w zamian z rekomendacje	Osoby znane z mediów (np. dziennikarz, aktor, zawodnik sportowy)	Media, lokalni przedsiębiorcy działający w branży turystycznej i uzdrowskiej	20 000 zł	Liczba uzyskanych rekomendacji (min. 2)
22.		Prace wstępne nad stworzeniem dokumentacji interaktywnego centrum czystego powietrza/wody uzdrowskiej/energetyki odnawialnej.	Prace przygotowawcze nad dokumentacją projektową. Projekt do realizacji po 2015 roku ze środków UE. Interaktywne centrum łączące funkcje muzealne (pokazanie dziedzictwa materialnego i kulturowego Gołdapi oraz multimedialnej wystawy edukacyjno-rekreacyjno-rozrywkowej, której motywem przewodnim będzie element/ wartość kojarząca się z Gołdapią (najlepiej odwołująca się do marki). Realizacja projektu pozwoli wzbogacić ofertę turystyczną o atrakcję przyciągającą turystów nie tylko w sezonie letnim i zimowym (np. wycieczki szkolne). Lokalizacja inwestycji: strefa uzdrowska lub jej bezpośrednie otoczenie	Urząd Miasta w Gołdapi	Lokalni przedsiębiorcy i organizacje pozarządowe	5 000 zł	Wstępna koncepcja takiego centrum (1)
23.		Opracowanie folderu inwestycyjnego wzbogaconego prezentacją multimedialną (filmik, wizualizacje, mapy)	Folder inwestycyjny opisujący atrakcyjność inwestycyjną gminy: - informacje o Gołdapi - informacje o ofercie - rekomendacje kluczowych inwestorów prywatnych w gminie. Folder powinien być przekazywany podczas różnego rodzaju spotkań osobistych burmistrza/ urzędnika zajmującego się promocją proinwestycyjną z partnerami	Potencjalni inwestorzy zainteresowani inwestycjami w Gołdapi	Kluczowi inwestorzy prywatni w Gminie	8000 zł (projekt graficzny, skład, przygotowanie do druku i druk w nakładzie 1000 egz. na rok wraz z aktualizacją w 2015 roku)	Liczba rozdstrybuowanych rocznie folderów do potencjalnych inwestorów (1000)

			<p>biznesowymi, a także dołączany do różnego rodzaju korespondencji z partnerami biznesowymi. Powinien być także przekazywany wszystkim partnerom, którzy będą zajmowali się pośrednio promocją miasta. W istocie powinien pełnić funkcję profesjonalnej wizytki, którą zwyczajowo wręcza się podczas spotkań. Nakład 2000 egzemplarzy</p>				
24.		Promocja bezpośrednia	<p>Bezpośrednie kontakty z firmami i przedsiębiorcami, którzy potencjalnie mogliby być zainteresowani inwestycją w Gołdapi – z tymi którzy ogłaszają, że poszukują miejsca lokalizacji dla swojej działalności jak i tymi, którzy tylko potencjalnie, z różnych powodów, mogliby być zainteresowani rozszerzeniem swojej działalności o inwestycję w Gołdapi (szczegółowe propozycje poniżej – w części <i>Dobre praktyki</i>)</p>	<p>Potencjalni inwestorzy zainteresowani inwestycjami w Gołdapi;</p>	-	20 000 zł (delegacje, koszty biurowe)	Liczba spotkań z potencjalnymi inwestorami (80-100 )
25.		PR proinwestycyjny	<p>Współpraca z organizacjami zajmującymi się promocją proinwestycyjną w celu rozpowszechnienia oferty niezależnymi od gminy kanałami (szczegółowe rozwinięcie poniżej – w części <i>Dobre praktyki</i>)</p>	<p>Potencjalni inwestorzy zainteresowani inwestycjami w Gołdapi; organizacje przedsiębiorców; WMARR; Dep. Promocji Urzędu Marszałkowskiego; krajowe targi branżowe; Regionalna Sieć Usług dla przedsiębiorstw; tematyczne portale internetowe; portale LinkedIn, Goldenline, Twitter, fanpage na Facebooku; europejska sieć usług Enterprise</p>	<p>Regionalne i krajowe media gospodarcze</p>	20 000 zł (wynagrodzenie dla osób opracowujących teksty dla mediów)	Liczba opublikowanych tekstów w mediach regionalnych i ogólnokrajowych (min. 20)



26.		Stworzenie strony internetowej w ramach goldap.pl w zakresie promocji inwestycyjnej oraz jej wypozycjonowanie	1. Zintegrowanie treści ukierunkowanych na promocję gospodarczą zamieszczonych dotąd na różnych stronach internetowych oraz ich rozwinięcie i uzupełnienie o bardziej szczegółowe analizy (np. potencjału efektywności ekonomicznej dużego hotelu). Interesujące doświadczenia w tym zakresie można czerpać ze stron miast takich jak: Mielec czy Poznań. 2. Wypożyczonowanie strony w internecie, w tym zapewnienie odwołań do strony w innych treściach zamieszczonych w internecie	Europe Network; Potencjalni inwestorzy zainteresowani inwestycjami w Gołdapi	-	10 000 zł (stworzenie strony internetowej) 10 000 zł / rok (pozycjonowanie strony)	Wypożyczonowanie strony internetowej dla haseł: • oferta inwestycyjna, warmińsko-mazurskie, • uzdrowisko, • inwestycje w uzdrowisku, • turystyka uzdrowskowa, • inwestycje w turystyce, • inwestycje uzdrowskowe, • nowe inwestycje (maksymalnie 50 miejsce w przeglądarce Google)
27.		Pośrednia promocja proinwestycyjna	Wykorzystanie osoby zatrudnionej na stanowisku ds. promocji gospodarczej gminy do kontaktów pośrednich z inwestorami poprzez partnerów gminy	Potencjalni inwestorzy zainteresowani inwestycjami w Gołdapi	PAliiZ, RCOI, regionalne stowarzyszenia przedsiębiorców i In.	500 zł (dystrybucja materiałów promocyjnych)	Liczba potencjalnych inwestorów, do których dotarto w formie pośredniej (min. 100)
28.		Akcja informacyjna w zakresie realizacji strategii za miniony rok oraz planów na następny rok	Artykuły w prasie lokalnej oraz na portalach internetowych; ulotka informacyjna, nakład 3 000 egzemplarzy	Mieszkańcy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe oraz inne lokalne podmioty	Lokalne media;	5000 zł / rok (projekt graficzny, skład, przygotowanie do druku, druk, dystrybucja ulotek)	Liczba opublikowanych artykułów (min. 5)  Liczba rozdyskrebowanych ulotek rocznie (min. 3 000)
29.		Rozbudowa serwisów internetowych Gminy pod kątem potrzeb społeczności lokalnej	Rozbudowa strony własnej oraz Biuletynu Informacji Publicznej, przy jak największej ich integracji. Zamieszczenie przystępnych dla odbiorców treści w zakresie demokracji i usług, a także promocji turystyki lokalnej oraz	Mieszkańcy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe oraz inne lokalne	-	0 zł (w ramach zadań pracowników Urzędu)	Liczba odwiedzających stronę internetową rocznie (min. 50 000)

			promocji przedsiębiorczości	podmioty			
30.		Promowanie zdrowego i aktywnego trybu życia	Mikro wydarzenia z zakresu sportu i kultury, skierowane do różnych grup wiekowych mieszkańców – animacje skierowane do mieszkańców poszczególnych miejscowości czy osiedli	Mieszkańcy, w szczególności dzieci i młodzież oraz osoby starsze	Lokalne media, organizacje pozarządowe	100 000 zł	Liczba wydarzeń sportowych (min. 3)  Liczba wydarzeń kulturowych (min. 2)
31.		Akcja promująca <i>success story</i> w zakresie zakładania i rozwijania firm	Artykuły w prasie lokalnej oraz na portalach internetowych;  Nagroda dla najlepszego przedsiębiorcy roku	Mieszkańcy i lokalni przedsiębiorcy	Media lokalne, Starostwo Powiatowe, Powiatowy Urząd Pracy	5000 zł  (organizacja konkursu)	Liczba opublikowanych artykułów (min. 3)  Liczba konkursów na najlepszego przedsiębiorcę (1 rocznie)
32.		Promowanie kierunków kształcenia zgodnych z potrzebami lokalnych pracodawców	Badanie potrzeb rynku pracy; Organizacja spotkań w szkołach gimnazjalnych	Uczniowie i ich rodzice, lokalne szkoły ponadgimnazjalne	Lokalne media, Powiatowy Urząd Pracy, lokalni przedsiębiorcy	20 000 zł	Liczba raportów (min. 1 na dwa lata)  Liczba zorganizowanych spotkań (min. 4)
33.		Akcja promująca ideę CSR (ang. <i>Corporate Social Responsibility</i> )	Artykuły w prasie lokalnej oraz na portalach internetowych, z uwzględnieniem lokalnych dobrych praktyk;  Nagroda dla najlepszej inicjatywy w zakresie CSR w danym roku	Lokalni przedsiębiorcy	Lokalne media, PARP	5000 zł  (organizacja konkursu)	Liczba opublikowanych artykułów (min. 3)  Liczba konkursów na najlepszą inicjatywę CSR – 1
34.		Doroczne spotkanie Burmistrza z kluczowymi przedsiębiorcami	Spotkanie w formule obiadu lub kolacji. Podsumowanie mijającego roku oraz wskazanie wyzwań na nowy rok	Lokalni przedsiębiorcy	Lokalne media	1500 zł	Liczba dorocznych spotkań z przedsiębiorcami (min. 1)
Razem w roku 2014						797 000 zł	

## Plan działań promocyjnych w roku 2015

35.		Analiza zewnętrznych źródeł finansowania działań promocyjnych oraz stworzenie kalendarza konkursów i naborów  KONTYNUACJA	Analiza dostępności krajowych i zagranicznych środków finansowych na promocję, o które mogą aplikować samorząd gminny, przedsiębiorcy i organizacje pozarządowe i inne podmioty. Środki dystrybuowane przez: Samorząd Województwa Warmińsko-Mazurskiego, Polską Agencję Informacji i Inwestycji Zagranicznych, Ministerstwo Gospodarki, Krajową Izbę Gospodarczą, Polską Organizację Turystyczną, ośrodki zagraniczne POT i in.	Urząd Miasta w Gołdapi	-	0 zł	Liczba aktualizacji kalendarza konkursów na projekty współfinansowane ze środków zewnętrznych (min. 4 rocznie)
36.		Spotkania konsultacyjne władz z niestałą reprezentacją branży turystycznej, w tym uzdrowskiej  KONTYNUACJA	Tego typu sieć miałyby za zadanie wspólnie działać na rzecz rozwoju turystyki w gminie, w tym: konsultowanie i opiniowanie planów działań samorządu gminnego na rzecz rozwoju turystyki, inicjowanie wspólnych działań, wymiana informacji, wspólne działania promocyjne i przygotowywanie zintegrowanych produktów turystycznych i in.	Lokalni przedsiębiorcy i organizacje pozarządowe działające w branży turystycznej, w tym uzdrowskiej; Urząd Miasta w Gołdapi	Lokalni przedsiębiorcy i organizacje pozarządowe działające w branży turystycznej, w tym uzdrowskiej	4000 zł (obsługa spotkań)	Liczba odbytych spotkań rocznie (min. 4)  Liczba podmiotów uczestniczących w sieci (min. 10)
37.		Badanie poziomu zadowolenia turystów z zakresu oferty oraz jakości obsługi  KONTYNUACJA	Wraz z raportem z badania. Badanie realizowane w dwóch okresach – szczyt sezonu narciarskiego i szczyt sezonu uzdrowskiego	Lokalni przedsiębiorcy i organizacje pozarządowe działające w branży turystycznej i uzdrowskiej; Urząd Miasta w Gołdapi	Lokalni przedsiębiorcy i organizacje pozarządowe działające w branży turystycznej, w tym uzdrowskiej	20 000 zł	Raport podsumowujący wyniki badań (1 rocznie)
38.		Przyznanie certyfikatu jakości dla podmiotów gastronomicznych oferujących kartacze	Kartacze to winien być rozpoznawalny produkt markowy. Wprowadzenie certyfikatów wpłynie na wzrost jakości usług gastronomicznych, posiadających lokalną specyfikę. Pozwoli wykorzystać istniejący potencjał w zakresie kulinariów, w tym	Lokalni przedsiębiorcy działający z branży gastronomicznej	Lokalni przedsiębiorcy działający w branży gastronomicznej,	7500 zł	Liczba uczestniczących w sieci podmiotów gastronomicznych (min. 6)

		KONTYNUACJA	organizowanego corocznie wydarzenia „Kartaczewo – Festiwal Pogranicza”. Certyfikat nadawany corocznie po przeprowadzeniu badań z wykorzystaniem metody tajemniczy klient		organizacje pozarządowe, media		
39.		PR turystyczny oraz pozyskanie patronatów medialnych (mediów ogólnokrajowych i regionalnych) dla kluczowych imprez kulturalnych i sportowych  KONTYNUACJA	Zorganizowanie 2 tur (sezon zimowy i sezon letni) 2-3 dniowego <i>study tour</i> dla 10 dziennikarzy tytułów dziennikarzy tytułów turystycznych z Polski (może też z zagranicy), a także wiodących tytułów niespecjalistycznych – tygodników lub dzienników informacyjnych (w tym portali internetowych). W wyniku wizyty studialnej przekazanie do mediów regionalnych i ogólnokrajowych interesujących informacji i materiałów, na podstawie których dziennikarze z tych gazet i portali internetowych mieliby możliwość opracowania tekstów, w których wspomną o Gołdapi. Koszty wizyty do pokrycia w 75% przez przedsiębiorców z branży turystycznej Gołdapi (prezentujący ofertę). Zapewnienie patronatów regionalnych i krajowych nad kluczowymi imprezami kulturalnymi i sportowymi	Dziennikarze tytułów turystycznych i ogólnych, w tym portali internetowych	Media regionalne i ogólnopolskie zarówno informacyjne, jak i te skoncentrowane na turystyce, wypoczynku, rekreacji i uzdrowiskach	3000 zł/osoba (3 dni pobytu dziennikarza) x 8 dziennikarzy = 72 000 zł	Liczba artykułów w prasie na temat Gołdapi i okolic (min. 20)
40.		Kampania billboardowa produktu narciarskiego  KONTYNUACJA	Miesięczna kampania umożliwi wzrost znajomości marki oraz zainteresowania produktem. Lokalizacja billboardów powinna obejmować: Białystok, Gdańsk, Olsztyn, Warszawa oraz Kaliningrad i Wilno. Aby kampania była zauważalna potrzeba min. 25-30 billboardów w Warszawie, Kaliningradzie i Wilnie oraz po 10-15 w pozostałych miastach	Turyści zainteresowani ofertą narciarską Gołdapi	Lokalni przedsiębiorcy działający w branży turystycznej i uzdrowiskowej	1700 zł (wynajęcie 1 billboardu miesięcznie) 1500 zł (projekt graficzny)	Liczba billboardów (min. 100) Liczba osób, które będą miały kontakt z billboardem
41.		Kampania billboardowa produktu uzdrowiskowego  KONTYNUACJA	Miesięczna kampania umożliwi wzrost znajomości marki oraz zainteresowania produktem. Lokalizacja billboardów powinna obejmować: Białystok, Gdańsk, Olsztyn, Warszawa oraz Kaliningrad i Wilno. Aby kampania była zauważalna potrzeba min. 25-30 billboardów w	Turyści, w tym kuracjusze zainteresowani ofertą Gołdapi	Lokalni przedsiębiorcy działający w branży turystycznej i uzdrowiskowej	1700 zł (wynajęcie 1 billboardu miesięcznie) 1500 zł (projekt graficzny)	Liczba billboardów (min. 100) Liczba osób, które będą miały kontakt z billboardem

			Warszawie, Kaliningradzie i Wilnie oraz po 10-15 w pozostałych miastach. Billbordy powinny promować najbardziej unikatowy element oferty Gołdapi czyli Uzdrowisko.				
42.		Zwiększenie dostępności informacji dla turystów na terenie Gołdapi  KONTYNUACJA	Uruchomienie 3-4 multimedialnych kiosków informacji turystycznej w kluczowych miejscach gminy - w strefie uzdrowiskowej (całoroczny np. w pijalni wód „Zdrój”) oraz u podnóża Pięknej Góry (sezonowy)	Turyści, w tym kuracjusze, przyjeżdżający do Gołdapi oraz potencjalnie zainteresowani przyjazdem; lokalni przedsiębiorcy i organizacje działające w branży turystycznej	Lokalni przedsiębiorcy oraz organizacje pozarządowe działające w branży turystycznej i uzdrowiskowej	15 000 zł (koszt zakupu profesjonalnego kiosku multimedialnego) 15 000 zł (przygotowanie odpowiedniego oprogramowania i informacji)	Liczba osób korzystających z kiosków multimedialnych w Gołdapi (min. 20 000 odpowiedzi)
43.		Stworzenie dokumentacji interaktywnego centrum czystego powietrza/wody uzdrowiskowej/energetyki odnawialnej.  KONTYNUACJA	Prace przygotowawcze nad dokumentacją projektową. Projekt do realizacji po 2015 roku ze środków UE. Interaktywne centrum łączące funkcje muzealnicze (pokazanie dziedzictwa materialnego i kulturowego Gołdapi oraz multimedialnej wystawy edukacyjno-rekreacyjno-rozrywkowej, której motywem przewodnim będzie element/ wartość kojarząca się z Gołdapią (najlepiej odwołująca się do marki). Realizacja projektu pozwoli wzbogacić ofertę turystyczną o atrakcję przyciągającą turystów nie tylko w sezonie letnim i zimowym (np. wycieczki szkolne). Lokalizacja inwestycji: strefa uzdrowiskowa lub jej bezpośrednie otoczenie	Urząd Miasta w Gołdapi	Lokalni przedsiębiorcy i organizacje pozarządowe	15 000 zł	Wstępna koncepcja takiego centrum (1)
44.		Promocja bezpośrednia  KONTYNUACJA	Bezpośrednie kontakty z firmami i przedsiębiorcami, którzy potencjalnie mogliby być zainteresowani inwestycją w Gołdapi – z tymi którzy ogłaszają, że poszukują miejsca lokalizacji dla swojej działalności jak i tymi, którzy tylko potencjalnie, z różnych powodów, mogliby być zainteresowani rozszerzeniem swojej działalności o inwestycję w Gołdapi	Potencjalni inwestorzy zainteresowani inwestycjami w Gołdapi;	-	20 000 zł (delegacje, koszty biurowe)	Liczba spotkań z potencjalnymi inwestorami (80-100)

			(szczegółowe propozycje poniżej – w części <i>Dobre praktyki</i> )				
45.		PR proinwestycyjny  KONTYNUACJA	Współpraca z organizacjami zajmującymi się promocją proinwestycyjną w celu rozpowszechnienia oferty niezależnymi od gminy kanałami (szczegółowe rozwinięcie poniżej – w części <i>Dobre praktyki</i> )	Potencjalni inwestorzy zainteresowani inwestycjami w Gołdapi; organizacje przedsiębiorców; WMARR; Dep. Promocji Urzędu Marszałkowskiego; krajowe targi branżowe; Regionalna Sieć Usług dla przedsiębiorstw; tematyczne portale internetowe; portale LinkedIn, Goldenline, Twitter, fanpage na Facebooku; europejska sieć usług Enterprise Europe Network;	Regionalne i krajowe media gospodarcze	20 000 zł (wynagrodzenie dla osób opracowujących teksty dla mediów)	Liczba opublikowanych tekstów w mediach regionalnych i ogólnokrajowych (min. 20)
46.		Pośrednia promocja proinwestycyjna  KONTYNUACJA	Wykorzystanie osoby zatrudnionej na stanowisku ds. promocji gospodarczej gminy do kontaktów pośrednich z inwestorami poprzez partnerów gminy	Potencjalni inwestorzy zainteresowani inwestycjami w Gołdapi	PAliiZ, RCOI, regionalne stowarzyszenia przedsiębiorców i In.	500 zł (dystrybucja materiałów promocyjnych)	Liczba potencjalnych inwestorów, do których dotarto w formie pośredniej (min. 100)
47.		Akcja informacyjna w zakresie realizacji strategii za miniony rok oraz planów na nowy rok  KONTYNUACJA	Artykuły w prasie lokalnej oraz na portalach internetowych; ulotka informacyjna, nakład 3 000 egzemplarzy	Mieszkańcy, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe oraz inne lokalne podmioty	Lokalne media;	5000 zł (projekt graficzny, skład, przygotowanie do druku, druk, dystrybucja ulotek)	Liczba opublikowanych artykułów (min. 5)  Liczba rozdyskrebowanych ulotek (min. 3 000)
48.		Promowanie zdrowego i aktywnego trybu życia	Mikro wydarzenia z zakresu sportu i kultury, skierowane do różnych grup wiekowych	Mieszkańcy, w szczególności dzieci i	Lokalne media,	100 000 zł	Liczba wydarzeń

		KONTYNUACJA	mieszkańców – animacje skierowane do mieszkańców poszczególnych miejscowości czy osiedli	młodzież oraz osoby starsze	organizacje pozarządowe		sportowych (min. 3) Liczba wydarzeń kulturowych (min. 2)
49.		Akcja promująca <i>success story</i> w zakresie zakładania i rozwijania firm KONTYNUACJA	Artykuły w prasie lokalnej oraz na portalach internetowych; Nagroda dla najlepszego przedsiębiorcy roku	Mieszkańcy i lokalni przedsiębiorcy	Media lokalne, Starostwo Powiatowe, Powiatowy Urząd Pracy	5000 zł (organizacja konkursu)	Liczba opublikowanych artykułów (min. 3) Liczba konkursów na najlepszego przedsiębiorcę - 1
50.		Akcja promująca ideę CSR (ang. <i>Corporate Social Responsibility</i> ) KONTYNUACJA	Artykuły w prasie lokalnej oraz na portalach internetowych, z uwzględnieniem lokalnych dobrych praktyk; Nagroda dla najlepszej inicjatywy w zakresie CSR w danym roku	Lokalni przedsiębiorcy	Lokalne media, PARP	5000 zł (organizacja konkursu)	Liczba opublikowanych artykułów (min. 3) Liczba konkursów na najlepszą inicjatywę CSR - 1
51.		Doroczne spotkanie Burmistrza z kluczowymi przedsiębiorcami KONTYNUACJA	Spotkanie w formule obiadu lub kolacji. Podsumowanie mijającego roku oraz wskazanie wyzwań na nowy rok	Lokalni przedsiębiorcy	Lokalne media	1500 zł	Liczba dorocznych spotkań z przedsiębiorcami (min. 1)
<b>Razem w roku 2015</b>						<b>311 900 zł</b>	
<b>Razem w latach 2013 - 2015</b>						<b>1 200 900 zł</b>	