



Zintegrowana Strategia Promocji Powiatu Wieruszowskiego na lata 2016 - 2022



Spis treści

1. Wprowadzenie	3
Geneza powstania Strategii Promocji.....	4
Metodologia przygotowania Strategii Promocji	4
2. Analiza wyjściowa obecnego wizerunku Powiatu i prowadzonych działań promocyjnych	6
Główne czynniki świadczące o atrakcyjności powiatu.	6
Wizerunek w Internecie	8
Analiza artykułów prasowych w mediach ogólnopolskich dotyczących Powiatu Wieruszowskiego.	17
Drzewo skojarzeń Powiatu Wieruszowskiego.....	22
Marketingowa analiza SWOT Powiatu Wieruszowskiego	23
Przegląd wydarzeń i imprez, w których uczestniczy powiat.	24
Analiza materiałów promocyjnych Powiatu Wieruszowskiego	26
Najważniejsze wnioski z przeprowadzonych analiz	27
3. Misja, wizja i cele strategiczne Strategii Promocji Powiatu Wieruszowskiego.	28
Cel strategiczny nr 1: Zbudowanie silnej marki powiatu rozpoznawalnej na tle województwa łódzkiego i będącej istotnym wyróżnikiem regionu łódzkiego w skali ogólnopolskiej.	29
Cel strategiczny nr 2: Promocja gospodarcza Powiatu.	30
Cel strategiczny nr 3: Promocja walorów turystyczno - rekreacyjnych, sportowych i kulturalnych.....	32
Cel strategiczny nr 4: Zaangażowanie potencjału i energii mieszkańców Powiatu w celu budowania silnego wizerunku marki.	34
Określenie adresatów promocji - grupy docelowe Strategii Promocji	35
Kluczowe elementy integracyjne dla realizacji strategii.....	36
4.Założenia do planu marketingowego Powiatu na lata 2016 - 2022.	37
5. Etap monitoringu i ewaluacji Strategii Promocji na lata 2016 -2022	39
6. Możliwe źródła finansowania zadań zawartych w Strategii Promocji	40
7. Podsumowanie	41
8. Bibliografia	42

Wprowadzenie

Celem niniejszego dokumentu jest przedstawienie Strategii Promocji Powiatu Wieruszowskiego na lata 2016 - 2022. Na potrzeby opracowania Strategii Promocji wykorzystano wnioski płynące ze Zintegrowanej Strategii Rozwoju Powiatu na lata 2014 - 2020. Uwzględniono również wyniki przeprowadzonych badań ilościowych i jakościowych wśród mieszkańców Powiatu za pomocą ankiety. W proces tworzenia Strategii Promocji zostali zaangażowani: mieszkańcy, przedsiębiorcy, właściciele gospodarstw agroturystycznych, placówek oświaty, administracji publicznej, organizacji pozarządowych i historycy, którzy wyrazili swoje opinie podczas konsultacji społecznych. Kluczowym elementem konsultacyjnym założenia do strategii było spotkanie warsztatowe, podczas którego zebrano najważniejsze wnioski dotyczące obecnego i oczekiwanego wizerunku powiatu.

Promocja regionu to szereg kompleksowo zaplanowanych i skoordynowanych działań, których celem nadrzędnym stanowi podniesienie poziomu atrakcyjności gospodarczej, turystycznej i społeczno – kulturowej danego miejsca. Działania promocyjne na rzecz powiatu to niewątpliwie jeden z najbardziej efektywnych sposobów wspierania regionu w zakresie pobudzenia lub przywrócenia dynamicznego rozwoju gospodarczego, utworzenia lub wypromowania miejsc atrakcyjnych inwestycyjnie, stworzenia nowych miejsc pracy, a także wzbudzenia zainteresowania wśród turystów. Plan strategii promocyjnej powinien stanowić źródło inspiracji oraz pomysłów, które mogą być realną szansą na wypromowanie powiatu. Należy jednak mieć na uwadze, że skuteczność inicjatywy jest ściśle uzależniona od aktywności i zaangażowania wszystkich podmiotów przeprowadzających działania promocyjne oraz prawidłowego określenia i przydzielenia celów oraz zadań. Niezwykle istotnym zabiegiem przed właściwym opracowaniem planu promocji jest określenie obszarów, których ta promocja będzie dotyczyć. Należy zdać sobie sprawę z atutów, jakimi charakteryzuje się Powiat Wieruszowski i co ma do zaoferowania mieszkańcom, turystom i inwestorom. To też odpowiedni moment na ustalenie sposobów reklamy powiatu i określenie grupy docelowej, do której będą kierowane działania promocyjne. Warto w tym miejscu podkreślić, że działania promocyjne powinny mieć charakter otwartej komunikacji marketingowej, polegającej na utrzymaniu stałego kontaktu z odbiorcami w celu wywołania pożądanej reakcji. Promocja Powiatu to przede wszystkim czynna działalność, pokazująca i przekonująca odbiorców, że oferta, stanowiąca przedmiot promocji, w pełni zaspokaja ich potrzeby i oczekiwania.

Strategia Promocji ukazuje metody i narzędzia promocji ze szczególnym uwzględnieniem promocji w sferze turystycznej, gospodarczej i kulturalnej. Dokument zawiera skuteczne metody i narzędzia marketingu miejsca wraz z praktycznymi wskazówkami ich wykorzystania. W procesie przygotowania Strategii uwzględniono również rekomendacje i propozycje rozwiązań mających na celu integrację działań promocyjnych powiatu. Istotnym pojęciem, nawiązującym do Strategii Promocji Powiatu Wieruszowskiego na lata 2016 - 2022 jest pojęcie *marketingu terytorialnego*¹, który można zdefiniować jako zarządzanie zmierzające do zaspokojenia potrzeb i pragnień mieszkańców oraz interesariuszy zewnętrznych (turyści, inwestorzy, studenci zamiejscowi, inne grupy atrakcyjne dla powiatu).

¹ Szromnik A., *Marketing terytorialny*, Wolters Kluwer Polska, Kraków, 2007.

Geneza powstania Strategii Promocji

U podstaw tak rozumianego marketingu terytorialnego leży przekonanie, że aby zaproponować odbiorcy komunikatu wartość związaną z Powiatem Wieruszowskim należy zidentyfikować kluczowe zasoby będące swoistą marką powiatu, którą należy wyróżnić na pierwszym planie odpowiadając na potrzeby mieszkańców. Warto podkreślić również rangę podziału adresatów działań promocyjnych na dwie grupy interesariuszy: wewnętrznych - mieszkańców powiatu oraz zewnętrznych, osoby odwiedzające Powiat: turyści, inwestorzy, migranci. Podział ten wymaga systematyczności i spójności prowadzonych działań komunikacyjnych z obydwoma grupami odbiorców. **Kluczową rolę w realizacji działań marketingowych powiatu odgrywają władze samorządowe, które dysponują wieloma instrumentami realizacji strategii:**

- Określają kierunki promocji i wybierają najskuteczniejsze narzędzia dotarcia do adresata
- Inicjują przedsięwzięcia marketingowe w ramach ustalonego harmonogramu
- Organizują kampanie reklamowe przy pomocy odpowiednio dobranych środków
- Prowadzą i koordynują badania marketingowe
- Koordynują przedsięwzięcia marketingowe innych organizacji, zlokalizowane na terenie Powiatu
- Angażują instytucje eksperckie w proces tworzenia i ewaluacji Strategii Promocji
- Określają kluczowe zasoby stanowiące materiał do wykreowania marki regionu

Działania mające na celu wykreowanie marki regionu, obejmują następujące etapy:

- Określenie elementów składowych wizerunku powiatu.
- Ustalenie tożsamości aktualnej i pożądanej – analiza wartości i skojarzeń z miejscem.
- Określenie korzyści dla odbiorców, jakie zapewnia wybrana marka.
- Ustalenie harmonogramu kampanii marki oraz roli poszczególnych podmiotów w celu realizacji przyjętej Strategii i zaplanowanych działań promocyjnych.

Odniesienie się do poszczególnych etapów działań władz samorządowych oraz procesu tworzenia marki Powiatu Wieruszowskiego, stanowiących fundament Strategii Promocji pozwala na opracowanie planu działań promocyjnych opisanych w dalszej części dokumentu.

Metodologia przygotowania Strategii Promocji

Proces uzyskiwania informacji do przygotowania Strategii Promocji Powiatu Wieruszowskiego opierał się na sprawdzonych narzędziach badawczych:

Ankieta dotycząca wizerunku powiatu, której treść dotyczyła mocnych i słabych stron oraz opinii interesariuszy na temat atrakcyjności i oceny dotychczasowych działań promocyjnych. Odbiorcami ankiety byli mieszkańcy 7 gmin wchodzących w skład Powiatu: gmina Bolesławiec, gmina Czastary, gmina Galewice, gmina Lututów, gmina Łubnice, gmina Sokolniki oraz gmina Wieruszów. Uzyskane informacje pozwoliły na przeprowadzenie analizy obecnego wizerunku powiatu.

Analiza ogólnodostępnych źródeł informacji na temat powiatu pojawiających się w ogólnopolskich źródłach: Internet i ogólnopolskie publikacje prasowe.

Spotkanie warsztatowe z udziałem kluczowych grup interesariuszy Powiatu Wieruszowskiego:

- Przedstawiciele władz samorządowych, wójtowie gmin, burmistrz Wieruszowa.
- Przedstawiciele organizacji pozarządowych, m.in.: Stowarzyszeń „Między Prosną a Wartą” i „Arsonium”.
- Przedstawiciele dyrekcji szkół średnich powiatu
- Przedstawiciele świata biznesu
- Historycy powiatu

Podczas spotkania warsztatowego przeprowadzono wywiady z uczestnikami dotyczące prób identyfikacji grup docelowych przekazu promocyjnego. Zebrano również najczęściej pojawiające się propozycje dotyczące potrzeb i wyzwań, które mogą podjąć władze powiatu. Zaproszeni goście uzupełnili mapę mocnych punktów stycznych dla powiatu w sferze turystyki i biznesu, która zostanie przedstawiona w dalszej części dokumentu.

Ważnym punktem spotkania było uzupełnianie **Drzewa Skojarzeń** Powiatu Wieruszowskiego przez interesariuszy. Ćwiczenie, w ramach którego uczestnicy wpisywali swoje pierwsze skojarzenia z powiatem pozwoliło na zebranie najczęściej pojawiających się propozycji.

Spotkanie warsztatowe cieszyło się dużym zainteresowaniem, co potwierdza wysoka frekwencja i stopień zaangażowania uczestników w dyskusji. Poniżej wybrane zdjęcia ze spotkania.



1. Analiza wyjściowa obecnego wizerunku Powiatu prowadzonych działań promocyjnych.

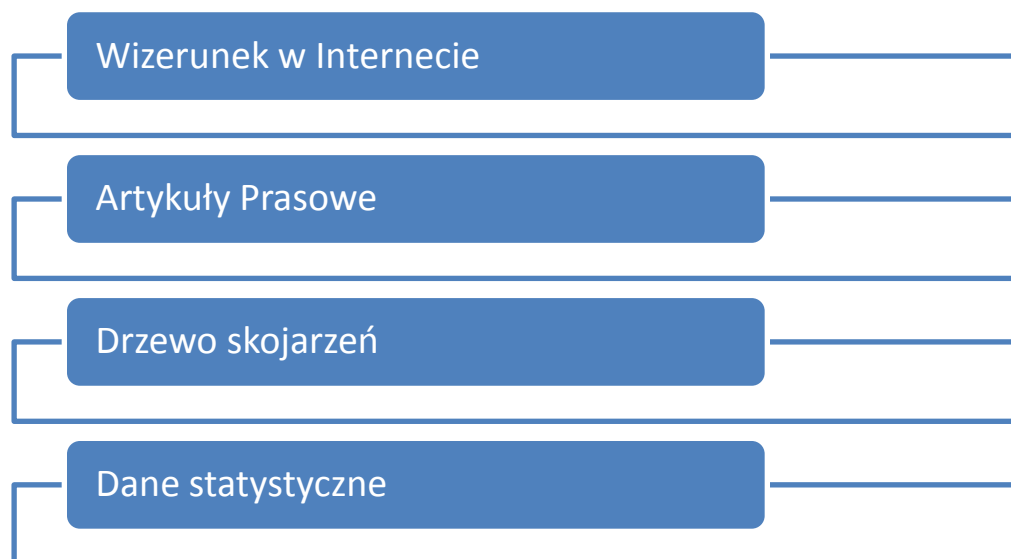
Główne czynniki świadczące o atrakcyjności powiatu.

W tabeli poniżej zaprezentowano czynniki, które świadczą o atrakcyjności Powiatu Wieruszowskiego pod względem gospodarczym, społecznym, a także turystyczno- rekreacyjnym.

GŁÓWNE CZYNNIKI ŚWIADCZĄCE O ATRAKCYJNOŚCI POWIATU WIERUSZOWSKIEGO		
GOSPODARKA	TURYSTYKA I REKREACJA	SPOŁECZEŃSTWO
<ul style="list-style-type: none"> - Bliskość węzłów komunikacyjnych (S8/S11) Kępno oraz S8/S14 Walichnowy). - Droga S8 poprawiająca dojazd do Powiatu. - Bliskość dużych ośrodków miejskich (w promieniu 100 km, która umożliwia dostęp do różnych rynków zbytu (Łódź, Wrocław, Opole, Kalisz, Częstochowa, Katowice). - Bliskość złóż gazu ziemnego (Złoczew i Lututów) dla potrzeb przemysłu. - Dobra sieć i gęstość dróg lokalnych. - Relatywnie tanie koszty pracy. - Niska cena gruntów, przede wszystkim rolnych. - Duży areał łąk do wykorzystania (łąbnice, np. dla hodowli i produkcji mięsa). - Oferta kształcenia na poziomie średnim i zawodowym (m.in.: technikum mechatroniczne, rolnicze, obróbka drewna, hotelarstwo) dająca szanse zatrudnienia na lokalnym rynku pracy w Powiecie a także logistyka i informatyka - kierunki obecnie pożądane na rynku pracy. - Specjalizacja w produkcji mleka (Lututów, Galewice). - Posiadanie zasobów dla rozwoju alternatywnych źródeł energii - Dobra kondycja podmiotów gospodarczych funkcjonujących na 	<ul style="list-style-type: none"> - Unikalne walory przyrodnicze. (Dolina rzeki Proсны, duże zasoby lasów i łąk, unikalna flora i fauna, wiele gatunków chronionych). - Rozwinięta sieć szlaków turystycznych i tras orienteeringowych. - Duży potencjał historyczny (m.in.: ruiny średniowiecznego zamku, drewniane kościoły, cerkiew, pozostałości osady Arsonium, młyny wodne). - Bogata oferta gospodarstw agroturystycznych. - Planowana budowa dwóch zbiorników wodnych dla potrzeb rozwoju turystyki (łąbnice, Bolesławiec). - Utrwalona pozycja w kraju i regionie w biegach na orientację. - Koncepcja zagospodarowania bulwaru różanego i przystani na rzece Prośnie wraz z przebudową układu komunikacyjnego i rewitalizacją rynku w Wieruszowie. - Bogata oferta imprez i wydarzeń kulturalnych w Powiecie. - 3 produkty regionalne 	<ul style="list-style-type: none"> - Wysoki poziom przedsiębiorczości i aktywności zawodowej mieszkańców. - Zaangażowanie obywatelskie na rzecz organizacji pozarządowych. - Wysoki poziom kapitału społecznego i skłonność do współpracy. - Wysoki poziom bezpieczeństwa w Powiecie (sprawne działanie straży pożarnej, wykrywalności przestępstw, zarządzania kryzysowego). - Duża liczba miejsc pracy. (Głównie w przemyśle meblowym). - Kompleksowa sieć wsparcia na rzecz osób niepełnosprawnych. - Przewaga rodzin wielopokoleniowych (zagwarantowana opieka nad osobami starszymi).

GŁÓWNE CZYNNIKI ŚWIADCZĄCE O ATRAKCYJNOŚCI POWIATU WIERUSZOWSKIEGO		
GOSPODARKA	TURYSTYKA I REKREACJA	SPOŁECZEŃSTWO
terenie Powiatu - Zasoby gruntów rolnych i znaczący potencjał rozwoju rolnictwa ekologicznego.	(plendze kartoflane z Wójcina, ciastka ze skwarek, łubnicki żur smażony). - Czyste środowisko naturalne.	

Powiat Wieruszowski położony jest w regionie centralnym, w południowo- zachodniej części województwa łódzkiego, w podregionie sieradzkim. Zajmuje powierzchnię 576 km². Zachodnia granica powiatu jest jednocześnie granicą województwa łódzkiego. Położenie to w znaczący sposób oddziałuje na związki funkcjonalne z otoczeniem. Powiat sąsiaduje z sześcioma powiatami, przy czym dwa należą do regionu łódzkiego: powiaty sieradzki i wieluński, kolejne dwa: kluczborski i oleski do województwa opolskiego, oraz ostrzeszowski i kępiński do województwa wielkopolskiego. W skład powiatu wchodzi 7 gmin: gmina Bolesławiec, gmina Czastary, gmina Galewice, gmina Lututów, gmina Łubnice, gmina Sokolniki oraz gmina Wieruszów. W celu właściwego dostosowania działań promocyjnych wykonano diagnozę obecnego wizerunku powiatu w oparciu o analizę informacji z Internetu, prasy i opinii mieszkańców.



Wizerunek w Internecie

Wyszukiwarka Google: hasła kluczowe zapytań internautów dla Powiatu Wieruszowskiego.

„Powiat Wieruszowski, **mapa**”, „Powiat Wieruszowski z **mapą i kompasem**”, „Powiat Wieruszowski, **zabytki**”, „Powiat Wieruszowski, **ciekawe miejsca**”, „Powiat Wieruszowski, **gazeta**”, „Powiat Wieruszowski, **bip**”, **agroturystyka** Powiat Wieruszowski, „**wspomnienia** Powiat Wieruszowski.”

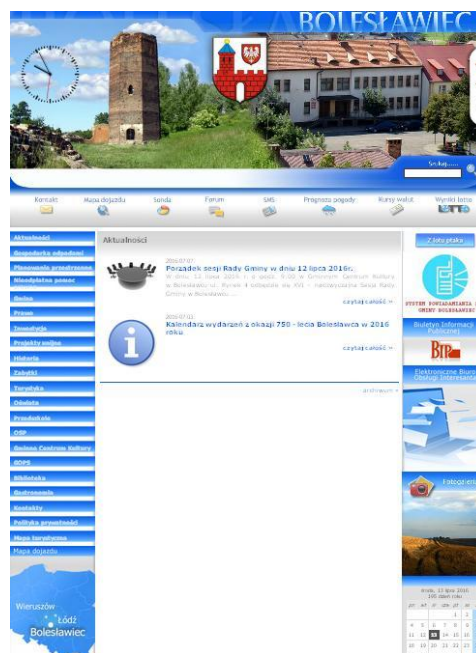
Wniosek - 87, 5% zapytań wskazuje na turystyczny charakter poszukiwania informacji na temat Powiatu.

Analiza porównawcza stron internetowych powiatu i gmin w zakresie zawartości merytorycznej, użyteczności i dostępności.

Powiat Wieruszowski: <http://powiat-wieruszowski.pl/>



Gmina Bolesławiec: <http://gminaboleslawiec.pl>



Gmina Czastary: <http://www.czastary.pl/>

Gmina Galewice: <http://www.galewice.pl/>

Gmina Lututów: <http://www.gminalututow.ntx.pl/>

Gmina Łubnice: <http://www.uglubnice.com.pl/>

Gmina Wieruszów: <http://www.wieruszow.pl/>

Gmina Sokolniki: <http://www.sokolniki.pl/>

1) Powiat Wieruszowski posiada nowoczesną i aktualną stronę internetową przygotowaną w 2016 r.

a) Zawartość merytoryczna:

Informacje publikowane są cyklicznie z dużą intensywnością. Artykuły dotyczą ważnych spraw dla mieszkańców powiatu, informują o obecnie prowadzonych projektach. Kluczowymi zakładkami są Kontakt, Turystyka, Edukacja, Zdrowie, Potencjał Gospodarczy, Jednostki Organizacyjne, Ważne telefony. Strona zawiera odnośniki do serwisów gmin wchodzących w skład powiatu oraz najważniejszych instytucji. Strona posiada nowoczesne narzędzia promujące turystykę w powiecie: Interaktywną Mapę Zabytków Powiatu zawierającą lokalizację i opisy najciekawszych miejsc powiatu oraz możliwość Wirtualnego Spaceru „Z mapą i kompasem”. Ciekawym elementem promocyjnym jest również Galeria Zdjęć Powiatu.

b) Użyteczność:

Korzystanie ze strony internetowej jest wygodne i komfortowe. W prawym, górnym rogu znajduje się wyszukiwarka informacji dla użytkownika.

c) Dostępność:

Strona internetowa dostępna jest w wersji dla osób niedowidzących. Możliwa jest zmiana wielkości czcionki i kontrastu strony. Serwis jest niedostosowany dla właścicieli urządzeń mobilnych.

d) Rekomendacje zmian dla strony internetowej Powiatu Wieruszowskiego:

- Uwypuklenie na stronie Internetowej Interaktywnej Mapy Zabytków. Zmiana pozwoli na szybszy dostęp do informacji o zabytkach.
- Wprowadzenie możliwości pełnego odczytu strony przez właścicieli urządzeń mobilnych. Umożliwi to odczyt strony osobom korzystającym z urządzeń mobilnych: smartfonów i tabletów.

2) Gmina Bolesławiec posiada rozbudowaną stronę internetową z liczną ilością zakładek.

a) Zawartość merytoryczna

Informacje publikowane są sporadycznie z niską częstotliwością. Komunikaty dotyczą głównie organizowanych imprez i życzeń okolicznościowych. Ciekawymi elementami komunikacji z mieszkańcami opublikowanymi w serwisie jest system powiadamiania SMS mieszkańców, elektroniczne biuro obsługi interesanta oraz forum internetowe. Serwis zawiera wiele elementów z założenia ułatwiających dostęp do informacji mieszkańcom: wyniki lotto, zegar, kalendarz, prognoza pogody, kursy walut.

b) Użyteczność:

Korzystanie ze strony internetowej jest wygodne choć kolor tła poszczególnych zakładek utrudnia odczytanie ich nazw. W prawym górnym rogu strony znajduje się wyszukiwarka informacji. Centralna część zawiera odnośniki do dodatkowych informacji takich jak kursy walut i wyniki lotto.

c) Dostępność:

Strona internetowa nie jest dostępna w wersji dla osób niedowidzących. Serwis nie jest również responsywny dla urządzeń mobilnych.

d) Rekomendacje zmian dla strony internetowej Gminy Bolesławiec:

- Zmiana koloru tła zakładek lub likwidacja gradientu w kolorze tła, który zlewa się z białymi napisami przy zakładach.
- Umieszczenie najważniejszych zakładek w centrum strony. Przesunięcie prognozy pogody, kursów walut i wyników lotto do innej części serwisu. Zmiana ułatwi szybki dostęp do informacji mieszkańcom i turystom.
- Przeniesienie odnośnika do profilu Facebook gminy do prawej, górnej strony serwisu. Ułatwi to odnalezienie profilu.
- Wprowadzenie większej ilości zdjęć gminy do topu strony i w wersji dynamicznych przejść pomiędzy slajdami. Zmiana ożywi wygląd całej strony i nada jej dynamiczny charakter.

3) Gmina Czastary posiada tradycyjną wersję strony internetowej, która jest aktualizowana na bieżąco.

a) Zawartość merytoryczna:

Informacje publikowane są na bieżąco w wysoką intensywnością. Aktualności zawierają informacje o najnowszych wydarzeniach, nowych obiektach w gminie i akcjach społecznych. Ciekawym elementem komunikacji z mieszkańcami jest system powiadomień SMS.

b) Użyteczność

Korzystanie ze strony internetowej jest wygodne dla użytkownika. Po kliknięciu w niektóre sekcje strony następuje przeniesienie do nowych okien.

c) Dostępność

Strona internetowa dostępna jest w wersji dla osób niedowidzących. Możliwa jest zmiana wielkości czcionki. Serwis jest nieczytelny dla właścicieli urządzeń mobilnych.

d) Rekomendacje zmian dla strony internetowej Gminy Czastary

- Unowocześnienie serwisu poprzez wprowadzenie większej ilości zdjęć gminy w formie rotacyjnej w topie strony internetowej.
- Wprowadzenie paska nawigacyjnego na końcu strony, który pozwoli wrócić do początku strony.
- Wprowadzenie większej ilości zdjęć i grafik przy artykułach na stronie.

4) Gmina Galewice: prosta i przejrzysta strona internetowa.**a) Zawartość merytoryczna:**

Informacje w serwisie internetowym gminy publikowane są systematycznie. Aktualności zawierają informacje o najnowszych wydarzeniach, nowych obiektach w gminie i akcjach społecznych. Ciekawym elementem komunikacji z mieszkańcami jest system powiadomień SMS. Elementem ocieplającym wizerunek urzędu jest informacja o ochronie zwierząt.

b) Użyteczność:

Korzystanie ze strony internetowej jest wygodne dla użytkownika. W centrum serwisu znajdują się najważniejsze zakładki, których czcionka jest czytelna.

c) Dostępność:

Strona internetowa dostępna jest w wersji dla osób niedowidzących. Możliwa jest zmiana wielkości czcionki. Serwis jest nieczytelny dla właścicieli urządzeń mobilnych.

d) Rekomendacje zmian dla Gminy Galewice:

- Utworzenie specjalnej zakładki ukazującej potencjał gospodarczy Gminy zawierającej informacje na temat terenów inwestycyjnych.
- Przeniesienie ikony prognozy pogody do górnej części strony.

5) Gmina Lututów posiada nowoczesną i funkcjonalną stronę internetową.**a) Zawartość merytoryczna**

Aktualności w serwisie internetowym są zamieszczane systematycznie i wzbogacane zdjęciami lub grafikami. Ciekawym elementem są zdjęcia gminy umieszczone w topie strony w ruchomym pokazie slajdów. Cztery wyodrębnione sekcje poniżej i ułożenie zakładek w lewym rogu serwisu stanowią spójną całość.

b) Użyteczność:

Korzystanie ze strony jest komfortowe. Na uwagę zasługuje pożyteczny przycisk nawigacyjny umieszczony na dole strony, który po kliknięciu pozwala wrócić na samą górę serwisu. Domena .ntx strony może utrudniać jej pozycjonowanie w Internecie.

a) Dostępność:

Strona internetowa nie posiada ułatwień dla osób niedowidzących. Serwis jest czytelny dla właścicieli urządzeń mobilnych.

b) Rekomendacje zmian dla strony internetowej gminy Lututów:

- Zmiana domeny strony na bardziej popularną. Obecna domena obniża pozycjonowanie serwisu w wyszukiwarce Google.

6) Gmina Łubnice posiada prostą stronę internetową zbudowaną w przejrzystej formie.**a) Zawartość merytoryczna:**

Informacje na stronie internetowej są zamieszczane systematycznie. Serwis przygotowany w 2010 roku wymaga unowocześnienia.

b) Użyteczność:

Strona posiada przejrzysty układ. Zmiany wymaga gradient tła poszczególnych zakładek po lewej stronie serwisu. Usunięcie gradientu sprawi, że tekst będzie bardziej czytelny dla użytkownika.

c) Dostępność:

Strona internetowa nie posiada ułatwień dla osób niedowidzących. Serwis jest nieczytelny dla właścicieli urządzeń mobilnych.

d) Rekomendacje zmian dla strony internetowej gminy Łubnice:

- Unowocześnienie serwisu poprzez wprowadzenie większej ilości zdjęć gminy w formie rotacyjnej w topie strony internetowej.
- Wprowadzenie paska nawigacyjnego na końcu strony, który pozwoli wrócić do początku strony.
- Wprowadzenie większej ilości zdjęć i grafik przy artykułach na stronie.

7) Gmina Wieruszów posiada nowoczesną stronę internetową**a) Zawartość merytoryczna:**

Aktualności w serwisie internetowym są zamieszczane systematycznie i wzbogacane zdjęciami lub grafikami. Ciekawymi elementami promującymi gminę są: przewodnik, plan miasta oraz bogata galeria zdjęć z wydarzeń. Zamieszczenie informacji odnośnie możliwości adopcji porzuconych zwierząt ociepla wizerunek urzędu. Ważnym elementem promocyjnym gminy jest odnośnik do portalu społecznościowego Facebook zamieszczony w prawym, górnym rogu strony. Jednym z atutów serwisu jest aktualizowany na bieżąco kalendarz wydarzeń w gminie.

b) Użyteczność:

Strona posiada przejrzysty układ. Korzystanie z serwisu jest komfortowe. Ważnym elementem wspierającym nawigację strony jest przycisk w prawym dolnym rogu strony, po kliknięciu którego przechodzimy do górnej części serwisu.

c) Dostępność:

Serwis internetowy jest dostępny dla użytkowników urządzeń mobilnych. Atutem strony jest możliwość przeczytania jej treści przez lektora, co stanowi duże udogodnienie dla osób niewidomych.

d) Rekomendacje zmian dla strony internetowej gminy Wieruszów:

Wprowadzenie większej ilości zdjęć gminy w formie rotacyjnej w topie strony internetowej.

8) Gmina Sokolniki: posiada prostą i tradycyjną stronę internetową.**a) Zawartość merytoryczna:**

Aktualności w serwisie gminy są dodawane systematycznie i urozmaiczone grafikami i zdjęciami. Ciekawymi elementami są e-mapa i system powiadomień SMS dla mieszkańców.

b) Użyteczność:

Strona posiada przejrzysty układ. Korzystanie z serwisu jest komfortowe.

c) Dostępność:

Serwis posiada udogodnienie dla osób niedowidzących w formie możliwości powiększenia czcionki artykułów. Strona gminy nie jest kompatybilna z urządzeniami mobilnymi.

d) Rekomendacje zmian dla strony internetowej gminy Sokolniki:

Wprowadzenie większej ilości zdjęć gminy w formie rotacyjnej w topie strony internetowej.

Analiza dotychczasowej obecności Powiatu Wieruszowskiego na portalu społecznościowym Facebook.

Portal społecznościowy Facebook, stworzony i używany głównie dla rozrywki, daje nieograniczone możliwości do promocji i jest jednym z najefektywniejszych narzędzi do komunikowania marki miejsc.

Powiat Wieruszowski - brak aktywnego profilu.

Gmina Bolesławiec - brak aktywnego profilu.

Gmina Czastary - brak aktywnego profilu.

Gmina Galewice - brak aktywnego profilu.

Gmina Lututów - brak aktywnego profilu.

Gmina Sokolniki - brak aktywnego profilu.

Gmina Łubnice - brak aktywnego profilu.

Gmina Wieruszów - aktywny profil:

<https://www.facebook.com/Gmina-Wierusz%C3%B3w-132429110144843/?ref=ts&fref=ts>

Wnioski z przeprowadzonej analizy aktywności Powiatu w portalu społecznościowym Facebook.

Jedynie Gmina Wieruszów posiada aktywny profil na którym zamieszczane są informacje dotyczące wydarzeń, atrakcji i oferty gminy dla mieszkańców i gości.

Rekomendowane jest utworzenie jednego, zintegrowanego profilu Facebook gdzie publikowane będą informacje na temat aktywności w powiecie.

Facebook jest idealnym miejscem do kształtowania marki miejsca. Na fanpage'u możemy publikować informacje, które formują wizerunek i markę, budują zaufanie, a jednocześnie inspirują do pogłębiania wiedzy na temat powiatu.

Facebook jest bardzo dobrym kanałem bezpośredniej komunikacji z mieszkańcami.

Obecność na Facebooku, jeżeli tylko zostanie dobrze wykorzystana, może przynieść wiele korzyści.**Jakie treści publikować?**

- 1) **Wpisy o tematyce związanej z aktywnościami w powiecie wieruszowskim.** Ważne jest, aby publikowane treści były wartościowe i wiarygodne. Wartościowe, przydatne dla fanów treści, rozwiązujące realne problemy, zawierające konkretne wskazówki, budują markę miejsca i są chętnie udostępniane.
- 2) **Ciekawostki i humorystyczne grafiki** – Facebook to rozrywka, więc tego typu wpisy zawsze cieszą się dużym zainteresowaniem. Poza tym zamieszczanie ciekawych zdjęć czy humoru sprawia, że fani będą je udostępniać, rozszerzając tym samym zasięg fanpage'a i rozprzestrzeniając informacje, a to powoli i systematycznie buduje znajomość marki.
- 3) **Informacje o udziale w konferencjach, wydarzeniach, warsztatach, szkoleniach, również zaangażowanie w różne przedsięwzięcia społeczne** – użytkownicy chętnie angażują się w dyskusje na temat tego typu wydarzeń, a takie dyskusje tworzą nastrój partnerstwa i wspólnoty doświadczeń, a stąd już blisko do zaangażowania w markę i jej polecenia. Piękny wschód słońca, fotografie tajemniczych miejsc i mieszkańców powiatu mogą zainspirować i pokazać wizerunek miejsca w sposób atrakcyjny.

Publikacje powinny ponadto zachęcać do dyskusji, komentowania, bo to buduje więź z użytkownikami oraz tworzy społeczność, a z czasem „ambasadorów marki”, czyli osoby, które z zaangażowaniem biorą udział w „życiu” fanpage'a i polecają nas znajomym. Należy jednak pamiętać, że takie dyskusje muszą być na bieżąco kontrolowane, gdyż wystarczy jeden negatywny komentarz i dyskusja może pójść w złym kierunku, więcej zaszkodzić niż przynieść korzyści.

Analiza artykułów prasowych w mediach ogólnopolskich dotyczących Powiatu Wieruszowskiego.

a) Portal Onet.pl – Otwarcie drogi ekspresowej S8

onet. wiadomości

Wiadomości · Regionalne · Łódź

29 paź 14 11:27

Oddano do ruchu kolejne odcinki drogi ekspresowej S8

W środę po południu kierowcy będą mogli pojechać nowymi odcinkami drogi ekspresowej S8. Nowa trasa, licząca ok. 40 km łączy Sieradz z miejscowością Walichnowy. Podróżujący samochodem będą też mogli skorzystać z 6 km obwodnicy Sieradza.

Udostępnij

Podziel się

Skomentuj

Komentarze 48

Foto: Onet
Dobra wiadomość dla kierowców

WARSZAWA

teraz 22°C

jutro 22°C

REKLAMY

Zaplanuj wypoczynek na najlepszych POLSKICH PLAŻACH

AKTYWNE LĄTOWI

SPRAWDŹ >

Planujesz urlop?

Wrocław czeka na Ciebie

Zarabiaj

Bezrobotny 30-latek zarobił w styczniu prawie 20 000 zł – sprawdź jak >

Propup

Fotel duńskiego producenta Boisa. Sprawdź >

Zobacz

Tylko teraz!

Kurtki-60%

Odnośnik: <http://wiadomosci.onet.pl/loz/oddano-do-ruchu-kolejne-odcinki-drogi-ekspresowej-s8/ntgk>

Data publikacji: 2014-10-14

Artykuł dotyczący otwarcia nowych odcinków drogi ekspresowej S8. Nowe odcinki, które oddano do ruchu to Walichnowy-Złoczew długości 19 km oraz Złoczew-Sieradz Południe długości ok. 19,6 km. Publikacja przedstawia Powiat w pozytywnym świetle, podkreślając jego atrakcyjną lokalizację.

b) Portal Sieradz.com.pl – Otwarcie drogi ekspresowej S8.

The screenshot displays the homepage of the Sieradz.com.pl portal. At the top, there is a navigation bar with links for 'WIADOMOŚCI', 'FOTOGALERIE', 'POGODA', 'OGŁOSZENIA', 'CZAT', and 'REKLAMA'. A search bar is located on the right. Below the navigation bar, there are login and registration options, including a 'ZALOGUJ' button and a 'ZAREJSTRUJ SIĘ W 30 SEKUND' button. A green banner on the left reads 'To miejsce reklamowe może być Twoje już za 3 zł dziennie'. The main content area features a large image of a highway with a green directional sign for '151 Warszawa Łódź Wieruszów Żelazów'. The headline of the article is 'Nowy odcinek S8 do Wrocławia otwarty', dated 'Redakcja, 21.12.2013, 17:52' with 12 comments. The article text states that the 45-kilometer section of the S8 expressway from Syców-Kępno to Wieruszów-Walichnowy is now open, reducing travel time from Warsaw to Wrocław to under an hour. It also mentions the construction of 29 viaducts and 5 motorways, and the opening of two rest areas: 'Miejsca Obsługi Podróznych' and 'Miejsca Obsługi Podróznych'.

Odnośnik: <http://sieradz.com.pl/wiadomosci/spoza-powiatu/3203,nowy-odcinek-s8-do-wroclawia-otwarty.html>

Data publikacji: 2013-21-12

Artykuł dotyczący uruchomienia nowego odcinka trasy S8 do Wrocławia. Publikacja przedstawia Powiat w pozytywnym świetle, podkreślając jego atrakcyjną lokalizację.

c) Radio SUD

The screenshot shows the website for Radio SUD 101.7 FM. At the top, there is a search bar and a navigation menu with categories like 'iTV SUD', 'Gość w studio', 'Weekend', 'Kurier Lokalny', 'Masz sprawę', 'Lista Hitów', 'Ramówka', and 'Reklama'. The main content area features a news article titled 'WIERUSZÓW: Dziennikarze na S8' dated 2013-12-19 09:31. The article text states: 'Zakończyła się budowa drogi ekspresowej S-8 na odcinku Syców – Kępno – Wieruszów – Walichnowy. W ostatnią środę dziennikarze jako jedni z pierwszych mogli podziwiać efekty i zarazem ogrom wykonanych prac.' It further describes the project, mentioning that the 46 km expressway will bypass three towns (Syców, Kępno, and Wieruszów) and improve safety and comfort. A 'KURIER LOKALNY' logo is visible on the right side of the page.

Odnośnik: <http://www.radiosud.pl/archiwum/wieruszow-dziennikarze-na-s8,5614.html>

Data publikacji: 2013-12-19

Artykuł z informacją o zakończeniu prac na odcinku Syców - Kępno - Wieruszów - Walichnowy. Publikacja przedstawia Powiat w pozytywnym świetle, podkreślając jego lokalizację.

d) Portal conadrogach.pl

The screenshot shows the website 'conadrogach.pl'. The main navigation bar includes 'Strona główna', 'Zdjęcia', and 'Droga ekspresowa S8 Kępno - Wieruszów'. The article title is 'Droga ekspresowa S8 Kępno - Wieruszów' by GDDKiA, dated 2015-04-09 at 18:44. Below the title, there is a gallery of 9 photos. A large photo shows a wide, multi-lane expressway stretching into the distance under a clear sky. A 'zobacz' button is visible in the bottom right corner of the photo area.

Budowa drogi ekspresowej S8 między Kępnem i Wieruszowem wystartowała z końcem stycznia 2012 roku. Gotowe 16,6 km drogi oddano kierowcom z końcem lipca 2014 roku.

Odnosnik: <http://conadrogach.pl/zdjecia/droga-ekspresowa-s8-kepno-wieruszow.html>

Data publikacji: 2015-04-09.

Artykuł przedstawiający zdjęcie drogi ekspresowej SB na odcinku Kępno – Wieruszów. Publikacja przedstawi a Powiat jako nowoczesny i dobrze skomunikowany logistycznie.

e) Orienteering.pl – serwis internetowy Polskiego Związku Orientacji Sportowej

Wieruszowski Powiat						
Pn	Wt	Śr	Cz	Pi	So	Ni
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

- 17.09.2016
- MP I MP M w BNO - klasyc...
- 18.09.2016
- MP I MP M w BNO - ośrodk...
- 21.09.2016
- Łódź Park Tour - B...
- 24.09.2016
- Mistrzostwa woj. pomorskie...
- 24.09.2016
- Mistrzostwa woj. pomorskie...
- 24.09.2016
- Mistrzostwa woj. pomorskie...
- 24.09.2016
- Otwarte Mistrzostwa Wierus...
- 24.09.2016
- Puchar Warszawy i Mazowsza...
- 24.09.2016
- U NTS Cup 2016 - Urzędów Cl...
- 24.09.2016
- U NTS Cup 2016 - Bieg nocny

Wieruszowski Powiat z mapą i kompasem 2010-09-13

Realizacja każdego projektu zaczyna się od dobrego pomysłu. Ekipa z Wieruszowa pomysł miała świetny, ale największe brawa należą się za realizację. Jeżeli ktoś myśli, że takich rzeczy nie da się zrobić u nas w kraju, niech poniższy tekst i film przekona go, że warto spróbować.

Sieć stałych punktów w powiecie wieruszowskim już działa!

Minął blisko rok, od czasu gdy w pełni został wdrożony w życie produkt turystyczny pod nazwą „Wieruszowski Powiat z mapą i kompasem”. Jasne jest, że po pierwszej artykule, jaki ukazał się na ten temat, teraz chcemy pokazać Wam co udało się zrobić i jak to wszystko funkcjonuje.

Co na początek?

Zacznijmy może, od momentu, w którym w Waszych głowach zrodzi się myśl, że warto zawitać na teren naszego powiatu i pobiegać na sieci stałych punktów. Wypadałoby zatem dobrać odpowiedni teren do treningu i miejsce zakwaterowania znajdujące się możliwie najbliżej wybranej przez nas mapy. Problem? Nie bardziej mylnego! Wystarczy, że wejdziemy na stronę www.mapaikompas.powiat-wieruszowski.pl

Tam w zakładce „trasy” mamy możliwość przyjrzenia się poszczególnym mapom oraz charakterystyce terenu, jaka na nich występuje. Po kliknięciu na wybraną mapę otrzymujemy niezbędne informacje. Od znajdujących się w pobliżu gospodarstw agroturystycznych, po ośrodki hotelowe, czy restauracje. Znajdzie tam także mapkę obrazującą usytuowanie mapy względem najbliższych położonych miejscowości.

Na koniec wystarczy tylko zamówić miejsce w wybranym przez nas ośrodku noclegowym, i w drogę! Bezpośrednio w miejscu zakwaterowania mamy możliwość zakupu map ze stałymi punktami. Wszystkie gospodarstwa agroturystyczne oraz duże ośrodki hotelowe znajdujące się na terenie powiatu dają nam taką możliwość.











Odnosnik: <http://orienteering.org.pl/index.php?w=news&id=736>

Data publikacji: 2010-09-13

Artykuł dotyczący produktu turystycznego: „Wieruszowski Powiat z Mapą i Kompasem”, ułatwiającego turystom spędzanie wolnego czasu na terenie Powiatu. Publikacja przedstawia w sposób kompleksowy działanie produktu i przedstawia Powiat w pozytywnym świetle, jako miejsce przyjazne i atrakcyjne dla turystów.

f) Portal informatyczny Opensolution.org

Wywiad z administratorem serwisu powiat-wieruszowski.pl

Relacja administratora z funkcjonowania systemu Quick.Cms.Ext v6.x na rozbudowanym serwisie powiat-wieruszowski.pl.

Kilka słów wstępu

Na serwisie powiat-wieruszowski.pl znajdują się informacje na temat Powiatu Wieruszowskiego w woj. łódzkim m.in. aktualności związane z przetargami, posiedzeniami komisji, dane adresowe instytucji użytku publicznego czy baza atrakcji turystycznych. Ze względu na charakter strony, serwis posiada bardzo dużo danych.

Jest to pierwszy większy serwis uruchomiony na nowej wersji Quick.Cms.Ext v6.0. Poprosiliśmy administratora tego serwisu Michała Dymałę, aby odpowiedział na kilka naszych pytań związanych z zarządzaniem tak rozbudowaną stroną.



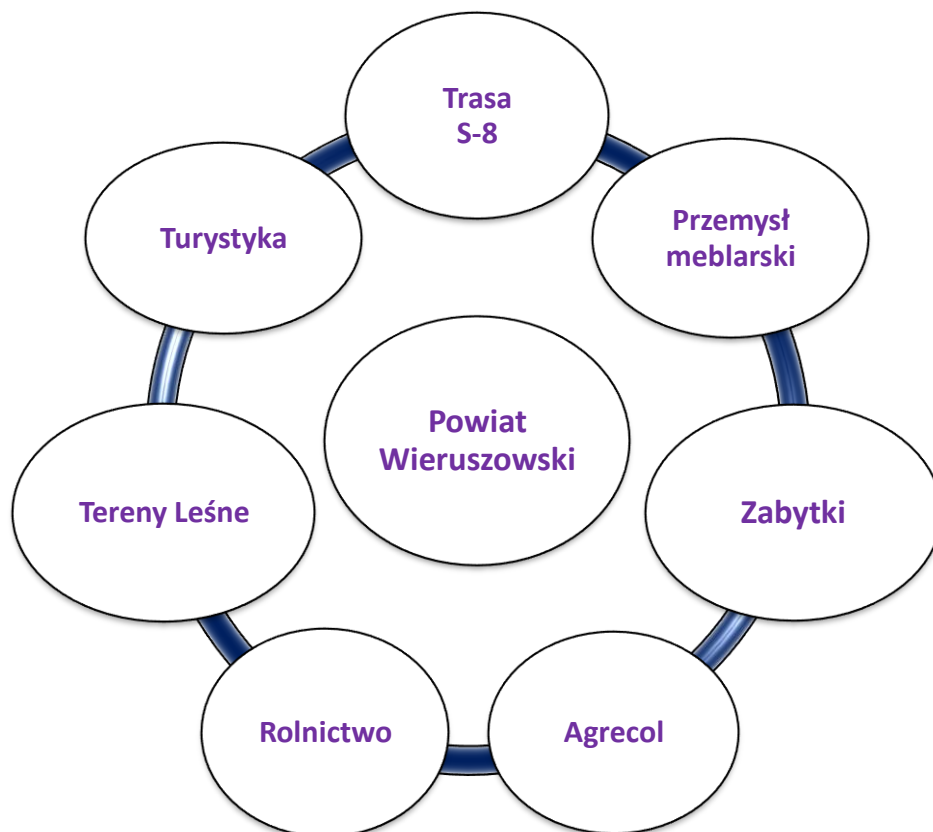
Odnośnik: <http://opensolution.org/10-pytan-do-administratora-duzego-serwisu-pl-1139.html>

Data publikacji: 2015-11-30

Publikacja przedstawia wywiad z administratorem serwisu powiat-wieruszowski.pl, na temat jego doświadczeń i szczegółowych działań w ramach zarządzania stroną internetową.

Drzewo skojarzeń Powiatu Wieruszowskiego

Drzewa Skojarzeń prezentuje najczęściej pojawiające się skojarzenia z powiatem. Poniżej przedstawiamy podsumowanie prac uczestników spotkania warsztatowego.



W warsztatach uczestniczyli reprezentanci różnych grup interesariuszy funkcjonujących w powiecie:

- Przedstawiciele władz samorządowych, wójtowie gmin.
- Przedstawiciele organizacji pozarządowych.
- Przedstawiciele dyrekcji szkół średnich powiatu
- Przedstawiciele świata biznesu
- Historycy z terenu powiatu

Marketingowa Analiza SWOT Powiatu

Mocne strony	Słabe strony	Szanse	Zagrożenia
<ul style="list-style-type: none"> - Bogate zasoby turystyczne powiatu: lasy, dostęp do rzeki Proсны. - Duża baza atrakcyjnych zdjęć powiatu. - Nowoczesna i często aktualizowana strona internetowa Powiatu http://powiat-wieruszowski.pl/ - Cenne zasoby dziedzictwa kulturowego i historycznego jako atut promocyjny miejsc: zabytki, pozostałości osady Arsonium. - Lokalizacja powiatu, łatwość dojazdu z ośrodków miejskich oraz komfort przemieszczania się turystów po powiecie. - Produkt turystyczny „Z mapą i kompasem” aplikacja ułatwiająca rekreację turystom w powiecie. - Nowoczesne gospodarstwa agroturystyczne zlokalizowane na terenie powiatu. - Organizacja imprez o charakterze rozrywkowym i kulturalnym na terenie powiatu. - Aktywność społeczna i zaangażowanie obywatelskie w ramach organizacji pozarządowych: np. Stowarzyszenie „Klub Otwartych Serc”. - Wysoki poziom tożsamości lokalnej mieszkańców. - Umiejętności i doświadczenie w zakresie pozyskiwania zewnętrznych środków finansowych. 	<ul style="list-style-type: none"> - Słaby poziom komunikacji z mieszkańcami i turystami poprzez strony internetowe gmin w powiecie. Rzadko aktualizowane strony internetowe niedopasowane do odczytu poprzez urządzenia mobilne. - Brak aktywności powiatu w serwisie społecznościowym Facebook. - Mała ilość pozytywnych informacji na temat powiatu w mediach ogólnopolskich. - Niski poziom powiązań kooperacyjnych pomiędzy lokalnymi podmiotami gospodarczymi. - Odpływ młodych ludzi oraz wykształconych do wiodących ośrodków poza powiatem. - Słabo rozwinięte usługi turystyczne i noclegowe. - Brak oferty dla inwestorów. - Niski poziom wykształcenia ludności. - Brak wydarzeń, imprez integrujących powiat, w które byłaby zaangażowana każda z gmin. - Słabo wykorzystany potencjał rzeki Proсны. 	<ul style="list-style-type: none"> - Atrakcyjne położenie geograficzne i komunikacyjne obszaru na styku kilkupowiatów i województw, przy drodze krajowej nr 11, woj. 450 i S-8. - Wzrost zainteresowania rekreacją aktywnym wypoczynkiem wśród społeczności dużych miast. - Łatwość dostępu do mediów lokalnych (gazety lokalne, radio). - Możliwość pozyskania zewnętrznych środków finansowych, w tym środków UE. m.in. dla organizacji pozarządowych, przedsiębiorców oraz na rozbudowę infrastruktury. - Sprzyjająca polityka władz regionalnych dla rozwoju turystyki (funkcjonalny Obszar Turystyczny doliny Rzeki Warty). - Posiadane zasoby dla rozwoju alternatywnych źródeł energii. - Rozwój partnerstwa i dobra współpraca pomiędzy samorządem lokalnym i powiatowym. - Istniejące szlaki turystyczne: szlaki rowerowe, piesze, szlak konny, szlak spacerowy, szlak bursztynowy. - Duży potencjał niewykorzystanych łąk. - Dobre warunki mieszkaniowe. - Bogata oferta kształcenia na poziomie średnim (m.in. technikum mechatroniczne, rolnicze, obróbka drewna,) dająca szanse na zatrudnienie. 	<ul style="list-style-type: none"> - Słaba współpraca na rzecz poprawy atrakcyjności turystycznej i gospodarczej powiatu. - Niekorzystne tendencje demograficzne. Starzenie się społeczeństwa, niż demograficzny, emigracja zarobkowa. - Nieadekwatny do potrzeb pracodawców i nie dofinansowany system szkolnictwa zawodowego. - Duża konkurencja ze strony innych funkcjonalnych obszarów turystycznych (Uniejów, zbiornik Jezioro, Jura Krakowska – Częstochowska). - Jeden z najniższych w województwie łódzkim poziom wykształcenia mieszkańców. - Niski poziom własnych zasobów finansowych wewnętrznych na działania promocyjne i modernizacyjne w aspekcie komunikacji z mieszkańcami.

Przegląd wydarzeń i imprez, w których uczestniczy powiat.

- 1) **Powiatowo-Gminne Dożynki** - święto o charakterze religijnym i ludowym, obrzędy związane z zakończeniem najważniejszych prac polowych i zbioru zbóż. Obchody dożynek są imprezą cykliczną.
- 2) **Przegląd Orkiestr w Dzieżkownicach „Lato na Marszową Nutę”** - odbywa się cyklicznie, co roku wzrasta ranga imprezy, powiększa się ilość uczestników oraz poziom artystyczny reprezentowany przez artystów.
- 3) **Markowy Produkt Powiatu Wieruszowskiego** – nagroda przyznawana w celu promowania produktów wytworzonych przez przedsiębiorstwa, gospodarstwa rolne i organizacje społeczne działające na terenie powiatu wieruszowskiego. Przyznanie Nagrody ma promować te produkty, które ze względu na swoją jakość, innowacyjność oraz walory użytkowe i estetyczne mogą stać się wizytówką Powiatu Wieruszowskiego. Preferowane są produkty, które można utożsamiać z powiatem, które mają szansę stać się wyrobami charakterystycznymi dla Powiatu Wieruszowskiego.
- 4) **Wojewódzki Rajd Rowerowy** - coroczna impreza organizowana przez Lokalną Grupę Działania „Między Prosną a Wartą”. Celem rajdu jest rozpowszechnienie walorów turystycznych – krajoznawczych Ziemi Wieruszowskiej oraz Województwa Łódzkiego, umożliwienie zdobycia odznak turystyki kwalifikowanej i krajoznawczych, stworzenie uczestnikom warunków czynnego wypoczynku i rekreacji oraz zapoznanie się ze szlakami rowerowymi Ziemi Wieruszowskiej.
- 5) **„Rajd Konny po Powiecie Wieruszowskim”** oraz **„Powiatowa Parada Zaprzęgów Konnych”** - dwie niezwykle atrakcyjne imprezy organizowane corocznie. Trasa rajdu przebiega przez wybrane gminy powiatu wieruszowskiego częścią Łódzkiego Szlaku Konnego im. mjr. Henryka Dobrzańskiego „Hubala”. Druga impreza polega natomiast na prezentacji oraz nagradzaniu najładniejszych zaprzęgów konnych.
- 6) **„Mistrzostwa Powiatu Wieruszowskiego w Biegu na Orientację”** – cykliczna impreza powiatu, promująca orienteering oraz aktywne spędzanie czasu.
- 7) **„MIXER Regionalny’** - coroczny udział i promocja Powiatu Wieruszowskiego w organizowanej przez Urząd Marszałkowski w Łodzi imprezie rozrywkowo-wystawienniczej.
- 8) **„Święto Powiatu Wieruszowskiego”** - cykliczna impreza, która odbywa się corocznie w ramach współtowarzyszących wydarzeń, impreza w 2016 r. odbyła się pod nazwą „Dni profilaktyki i promocji zdrowia w Powiecie Wieruszowskim - Żyj zdrowo na sportowo!” (wydarzenie zorganizowane zostało ze środków norweskich w ramach „Kompleksowego programu zmniejszania zachorowalności na choroby związane ze stylem życia na obszarze powiatu wieruszowskiego”.)

- 9) **Uliczne Biegi Wierusza** -zawody sportowe organizowane przez Uczniowski Międzyszkolny Ludowy Klub Sportowy START i Gminny Ośrodek Sportu i Turystyki w Wieruszowie.
- 10) **Marsz Szlakiem Wieluńskich Batalionów Obrony Narodowej i Powstania Styczniowego** - impreza historyczna podczas której młodzież powiatu wieruszowskiego odwiedza miejsca związanej z Powstaniem Styczniowym.
- 11) **Maraton MTB**—coroczna impreza kolarska, mająca na celu popularyzację oraz rozwój kolarstwa górskiego w powiecie wieruszowskim.
- 12) **Mega Spot Pasjonat Tuning / Classic Spot**—największe imprezy motoryzacyjne na terenie powiatu wieruszowskiego, otwarte dla wszystkich pasjonatów motoryzacji.
- 13) **Ogólnopolski Bieg Rzeką Prosną**— impreza sportowa podczas której zawodnicy rywalizują biegnąc rzeką Prosną. W ramach przedsięwzięcia odbywa się wiele innych atrakcji, m.in. koncerty i występy gwiazd, pokazy, stoiska wystawiennicze i inne.
- 14) **Festyny gminne**— cykl imprez kulturalno-sportowych odbywających się corocznie na terenie każdej gminy.
- 15) **Dożynki gminne**— obrzędy organizowane corocznie na terenie każdej gminy, po zebraniu plonów przez rolników.

Powiat Wieruszowski uczestniczy także w innych wydarzeniach o charakterze sportowym oraz kulturalnym realizowanych na terenie powiatu, bądź w których uczestniczą mieszkańcy powiatu.

Analiza materiałów promocyjnych Powiatu Wieruszowskiego



- a) **Informator Powiatu Wieruszowskiego** - zbiór najważniejszych informacji: ogólne informacje o powiecie, imprezy kulturalne i sportowe powiatu, produkt turystyczny powiatu „Wieruszowski Powiat z Mapą i Kompasem”, mapa atrakcji turystycznych powiatu, zabytki powiatu; jest to informator zawierający zarówno dane dotyczące powiatu, przeplatane reklamami miejscowych firm.
- b) **Mapa „Wieruszowski Powiat z Mapą i Kompasem”**- mapa powiatu promująca walory przyrodnicze i krajobrazowe Powiatu Wieruszowskiego, a także turystykę i orienteering z produktem turystycznym „Wieruszowski Powiat z Mapą i Kompasem”.
- c) **Ulotka o produkcie turystycznym „Wieruszowski Powiat z Mapą i Kompasem”** charakterystyka produktu turystycznego „Wieruszowski Powiat z Mapą i Kompasem” wraz z mapą ilustrującą trasy orienteeringowe powiatu;
- d) **Książeczka „Leśne wędrówki po powiecie wieruszowskim”** -charakterystyka lasów, produktu turystycznego, szlaków oraz potraw regionalnych powiatu.
- e) **Gadżety promocyjne oznakowane herbem Powiatu lub zawierające adres strony internetowej: www.powiat-wieruszowski.pl**, np.:
- Kubki termiczne
 - Bidony
 - Długopisy
 - Ołówki
 - Notesy
 - Kompasy
 - Bierki dla dzieci

- Torby ekologiczne
- Latarki
- Elementy odblaskowe
- Gadżety o charakterze sportowym promujące zdrowy styl życia, nawiązujące do realizowanego przez Powiat Wieruszowski w okresie luty 2015 – wrzesień 2016 Kompleksowego programu zmniejszania zachorowalności na choroby związane ze stylem życia na obszarze powiatu wieruszowskiego.

f) Kalendarze - promujące ekologię i różnorodność krajobrazu Powiatu Wieruszowskiego dofinansowane z WFOŚiGW w Łodzi (nakład ok. 1200 sztuk).

Najważniejsze wnioski z przeprowadzonych analiz

1) Powiat Wieruszowski posiada wiele walorów w sferze gospodarczej i turystycznej, (opisanych w tabeli na str. 6 i 7 dokumentu), na których powinny opierać się działania marketingowe Powiatu.

Największym atutem Powiatu jest doskonała lokalizacja. Położenie na styku kilku województw, przy drodze ekspresowej S-8 i drodze krajowej nr 11.

Działania marketingowe powiatu powinny być prowadzone w sposób zintegrowany. Dotychczas prowadzone formy promocji i kanały komunikacji z mieszkańcami nie są spójne pod względem wizerunkowym np. wizerunek stron internetowych gmin.

2) Na uwagę zasługuje wysoki poziom aktywności społecznej mieszkańców powiatu, identyfikujących się z miejscem zamieszkania i posiadających rozległą wiedzę na temat powiatu. Energia i pomysłowość mieszkańców powiatu wieruszowskiego może być istotnym atutem w kształtowaniu pozytywnego wizerunku powiatu.

3) Atrakcyjność gospodarcza powiatu jest silnie uzależniona od stopnia przygotowania obszarów inwestycyjnych, występowanie instrumentów wsparcia przedsiębiorczości oraz stopnia zintegrowania otoczenia gospodarczego w powiecie.

4) Istnieje potrzeba przygotowania wydarzenia/imprezy, która zintegrowałaby powiat i przyczyniła się do jego promocji w skali ogólnopolskiej.

5) Zachodzi potrzeba integracji oferty turystycznej w skali powiatu.

6) Jednym z głównym czynników świadczących o atrakcyjności powiatu są jego zasoby turystyczne.

- 7) Istotnym elementem atrakcyjności powiatu jest dziedzictwo historyczne i kulturowe. Zachęcanie mieszkańców Powiatu do dbałości o stan zabytków i miejsc historycznych powinna być jednym z wyzwań na kolejne lata wdrażania strategii.
- 8) Starostwo Powiatowe posiada atrakcyjne materiały promocyjne, dostępne dla mieszkańców. Dystrybucja materiałów odbywa się w ramach wydarzeń, udziału w targach i innych przedsięwzięciach, w które zaangażowany jest powiat.
- 9) Istnieje potrzeba wykreowania jednej marki regionalnej powiatu wieruszowskiego, która przyczyniłaby się do promocji powiatu w skali ogólnopolskiej, będąc unikalnym wyróżnikiem wizerunkowym.
- 10) Na terenie powiatu prowadzą działalność przedsiębiorstwa posiadające mocną pozycję na rynku. Przykładem jest firma Agrecol – uznany producent nawozów i środków ochrony roślin. Ważnym atutem gospodarczym jest duża ilość firm z branży meblarskiej np. Pfeiderer, Stolwit, Stagra, Helvetia oraz producentów rolno- spożywczych np. Wędlinka, Mark's Walichnowy.

2. Misja, wizja i cele strategiczne Strategii Promocji Powiatu Wieruszowskiego.

Misja Strategii Promocji Powiatu jest podstawą, na której opiera się strategię i jej cele. Działania określone w dalszej części dokumentu powinny być spójne z założoną misją, która określa ich kierunek.

Integracja działań na rzecz kształtowania pozytywnego wizerunku Powiatu Wieruszowskiego w sferze gospodarczej i turystycznej w relacjach z mieszkańcami i otoczeniem.

Wizja promocji jest odpowiedzią na aktualne potrzeby i wyzwania stojące przed powiatem. Efektywna realizacja założeń przyniesie korzyści mieszkańcom przyczyniając się do rozwoju społeczno - gospodarczego gmin i całego powiatu. Wizja Strategii Promocji nawiązuje do Strategii Rozwoju Powiatu na lata 2014– 2020.

Silny gospodarczo i atrakcyjny turystycznie Powiat Wieruszowski stwarzający szanse do rozwoju dla mieszkańców dzięki wykorzystaniu unikalnego położenia z dostępem do dróg ekspresowych.

Hasło przewodnie przekazu promocyjnego:

POWIAT WIERUSZOWSKI - EKSPRESOWY KIERUNEK ROZWOJU

Działania mające na celu realizację wizji pozwolą zbudować wizerunek powiatu będącego atrakcyjnym miejscem dla inwestorów, przyjaznym dla mieszkańców i osób korzystających z bogatej oferty turystycznej.

Cel strategiczny nr 1: Zbudowanie silnej marki powiatu rozpoznawalnej na tle województwa łódzkiego i będącej istotnym wyróżnikiem regionu łódzkiego w skali ogólnopolskiej.

Należy wzmocnić i utrwalić pozytywny wizerunek powiatu jako świadomie zarządzanej i uporządkowanej marki. Celem jest zintensyfikowanie promowania symboli oraz produktów markowych powiatu poprzez szerokie, konsekwentne wykorzystanie spójnych kanałów promocyjnych.

Działania przybliżające powiat do osiągnięcia celu:

1) Dalsze zacieśnienie relacji władz powiatu z członkami zarządu województwa łódzkiego:

- a) Zapraszanie przedstawicieli Zarządu Województwa do udziału w regionalnych wydarzeniach organizowanych przez powiat np. Dniach Powiatu, Przeglądzie Orkiestr w Dzieżkowicach „Lato na Marszową Nutę.”
- b) Bezpośrednie kontakty starosty z członkami Zarządu Województwa i Dyrektorami poszczególnych Departamentów Urzędu Marszałkowskiego Województwa Łódzkiego. Spotkania konsultacyjne i propozycje wspólnych działań.
- c) Uczestnictwo w zjazdach, szkoleniach i spotkaniach organizowanych przez Urząd Marszałkowski Województwa Łódzkiego oraz instytucje otoczenia biznesu w regionie.

2) Organizacja wydarzenia o randze ogólnopolskiej, które będzie elementem promującym markę regionalną. Zaangażowanie władz powiatu w wydarzenie: „Mistrzostwa Polski w Orienteeringu” ukazujące potencjał turystyczny powiatu.

- a) Zaangażowanie gmin powiatu w organizację poszczególnych części obchodów święta.
- b) Przygotowanie strategii promocyjnej wydarzenia w oparciu o działania każdej gminy powiatu, promocję elektroniczną i próby dotarcia komunikatów do mediów ogólnopolskich.

**3) Podjęcie aktywności promocyjnej w internetowych portalach społecznościowych
Np. utworzenie profilu „Powiat Wieruszowski” w serwisie społecznościowym Facebook:**

- a) Zamieszczenie galerii zdjęć najbardziej atrakcyjnych miejsc Powiatu.
- b) Bieżąca administracja i publikacja informacji na temat wydarzeń w powiecie, ciekawostek i informacji z gmin.
- c) Budowanie aktywności mieszkańców na profilu poprzez organizację konkursów dla mieszkańców, w których do wygrania będą gadzety promocyjne.
- d) Dodanie komunikatu o możliwości „polubienia” profilu na stronie internetowej www.powiat-wieruszowski.pl oraz na materiałach promocyjnych: folderach i ulotkach.

e) Organizacja kampanii promocyjnej, w której mieszkańcy będą publikować swoje zdjęcia z określonym hasłem promocyjnym budującym pozytywny wizerunek powiatu i opisem swoich aktywności. np. „Rozwijam się ekspresowo”.

4) Przeprowadzenie aktualizacji stron internetowych gmin wchodzących w skład powiatu.

a) Zamieszczenie bannerów reklamowych z hasłem przewodnim : Powiat Wieruszowski - Ekspresowy kierunek rozwoju.

5) Stała współpraca z mediami regionalnymi i ogólnopolskimi

- a) Prasa
- b) Radio
- c) Telewizja
- d) Portale internetowe

Cel strategiczny nr 2: Promocja gospodarcza Powiatu.

Stworzenie sprzyjającego klimatu do rozwoju przedsiębiorczości i bezpośrednich inwestycji na terenie Powiatu Wieruszowskiego.

Działania przybliżające Powiat do osiągnięcia celu:

1) Stworzenie kompleksowej oferty dla przedsiębiorców w formie katalogu lub folderu zawierającego najważniejsze informacje na temat zasobów i zachęt dla inwestora. Informator może zawierać również wizytówki wybranych firm prowadzących działalność na terenie Powiatu.

2) Powołanie Zespołu konsultacyjnego ds. Promocji Rozwoju Gospodarczego Powiatu Wieruszowskiego, do którego będą zaproszeni reprezentanci czołowych przedsiębiorstw działających na terenie Powiatu Wieruszowskiego. Zadaniem podmiotu będzie wypracowanie rozwiązań mających na celu zwiększenie atrakcyjności oferty inwestycyjnej Powiatu a także wymiana doświadczeń i budowanie relacji kooperacyjnych pomiędzy podmiotami gospodarczymi.

A. Rozszerzenie współpracy z firmami: Agrecol, Stagra, Stolwit, Pfeiderer, Helvetia innymi.

Włączenie działań promocyjnych powiatu w kanały komunikacji firmy. Np. wspólne konsultacje władz Powiatu z zarządem firmy na temat możliwości prowadzenia badań nad nową linią produktów kosmetycznych składających się z zasobów naturalnych powiatu.

B. Powołanie klastrów zrzeszających firmy przemysłu meblarskiego oraz klastrów producentów rolnych na terenie Powiatu. Stworzenie możliwości rozwoju dla firm z branży poprzez:

- możliwość wymiany informacji o nowych rynkach, zmianach w oczekiwaniach klientów, nowych trendach i technologiach z innymi uczestnikami klastra;

- możliwość naśladowania najlepszych rozwiązań organizacyjnych, wymiany wiedzy oraz uczenia się od innych przedsiębiorstw, co wpływa pozytywnie na wzrost produktywności i innowacyjności;
- rozwinięty rynek wyspecjalizowanych dostawców.
- łatwość zatrudnienia wykwalifikowanych pracowników.
- niższe koszty działalności, m.in. dzięki wykorzystywaniu zasobów i infrastruktury klastra oraz geograficznej bliskości dostawców (niższe koszty transportu).
- promocja klastra i jego uczestników w kraju i za granicą, co obniża koszty marketingu i wpływa pozytywnie na wzrost sprzedaży;
- wsparcie eksperckie uczelni wyższych oraz ośrodków badawczych z terenu województwa łódzkiego.
- łatwość rozpoczęcia działalności (obecność potencjalnych klientów, ułatwienia dla przedsiębiorców wprowadzane przez zaangażowane w rozwój klastra władze lokalne, dobra infrastruktura, zainteresowanie funduszy venture capital, co pomaga zdobyć kapitał na początkowym etapie działalności przedsiębiorstwa).
- Stworzenie przestrzeni do prac i wymiany doświadczeń nad projektami.

3) Utworzenie Punktu Obsługi Inwestora w siedzibie Starostwa Powiatowego. Miejsce, w którym potencjalny inwestor może uzyskać informacje na temat możliwości współpracy i wyboru najdogodniejszego obszaru do inwestycji.

4) Rozszerzenie współpracy z Regionalną Izbą Gospodarczą w Sieradzu mające na celu zwiększenie ilości punktów konsultacyjnych dla osób planujących założenie działalności gospodarczej w każdej gminie na terenie Powiatu. Zapewnienie bezpłatnych usług informacyjnych w zakresie możliwości uzyskania finansowania działalności z różnych źródeł, formalno - prawnych uwarunkowań prowadzenia firmy i doradztwa w zakresie rozszerzenia działalności.

5) Nawiązanie współpracy z Centrum Obsługi Eksporterów i Inwestorów oraz Wydziałem ds. Promocji i Współpracy Zagranicznej Urzędu Marszałkowskiego Województwa Łódzkiego.

- organizacja wizyt studyjnych delegacji zagranicznych w Powiecie Wieruszowskim.
- prowadzenie rozmów bezpośrednich przez władze powiatu z przedstawicielami przedsiębiorców.

6) Uczestnictwo przedstawicieli Starostwa Powiatowego w konferencjach i wydarzeniach o tematyce gospodarczej.

- 7) Rozwój plebiscytu na Markowy Produkt Powiatu Wieruszowskiego.** Włączanie produktów markowych nagrodzonych w plebiscycie do działań promocyjnych powiatu podczas udziału w targach, konferencjach i warsztatach w województwie łódzkim. Przygotowywanie stoisk z wybranymi produktami do degustacji podczas wizyt delegacji zagranicznych.
- 8) Wspieranie gmin przez władzę powiatu w zakresie uczestnictwa w targach i zagranicznych misjach gospodarczych mające na celu budowania sieci kontaktów oraz pozyskiwanie inwestorów międzynarodowych.** Przykłady: Międzynarodowe Targi Inwestycyjne Expo Real w Monachium. Międzynarodowe Targi Inwestycyjne w Cannes.
- 9) Dystrybucja folderów zawierających ofertę inwestycyjną w kluczowych centrach przedsiębiorczości województwa łódzkiego:**
- Siedziby organizacji zrzeszających przedsiębiorców: Business Centre Club, Łódzka Izba Przemysłowo - Handlowa, Regionalny Związek Pracodawców Indywidualnych Ziemi Łódzkiej Lewiatan.
 - Siedziba Departamentu ds. Przedsiębiorczości Urzędu Marszałkowskiego Województwa Łódzkiego.
 - Siedziba Łódzkiej Agencji Rozwoju Regionalnego S.A.
 - Dystrybucja materiałów wśród przedsiębiorców podczas konferencji, w których biorą udział przedstawiciele Starostwa Powiatowego.
- 10) Budowanie zaufania do Powiatu ze strony potencjalnych inwestorów.**
- Tworzenie dokumentacji z prowadzonych działań na rzecz rozwoju przedsiębiorczości.
 - Pozyskiwanie listów intencyjnych dotyczących współpracy z podmiotami gospodarczymi.
 - Rekomendacje ze współpracy powiatu z przedsiębiorstwami.
- 11) Nawiązanie współpracy z Łódzką Specjalną Strefą Ekonomiczną dotyczącej możliwości włączenia wybranych terenów inwestycyjnych powiatu do obszaru specjalnej strefy.**

Cel strategiczny nr 3: Promocja walorów turystyczno - rekreacyjnych, sportowych i kulturalnych.

Obejmuje działania mające na celu wykreowanie produktów turystycznych z uwzględnieniem dotychczasowych wydarzeń turystycznych, sportowych i imprez kulturalnych. Należy wykorzystać trend zainteresowania spędzaniem wolnego czasu aktywnie poprzez korzystanie z walorów turystycznych Powiatu Wieruszowskiego.

1) Wzmocnienie promocji produktu turystycznego „Z Mapą i Kompasem”.

- a) Stworzenie hasła promocyjnego będącego wezwaniem do działania i skorzystania z aplikacji np. poprzez organizację konkursu na hasło lub filmik z wykorzystaniem tras powiatu.
- b) Zamieszczenie stałego odnośnika do produktu na profilu społecznościowym Facebook.
- c) Publikacja wywiadów w turystami i podróżnikami korzystającymi z tras orienteeringowych, rowerowych i pieszych na stronie internetowej w aktualnościach.
- d) Bieżąca aktualizacja ulotek poświęconych trasom orienteeringowym ze wskazówkami dotyczącymi planowania tras wędrówek.

2) Budowanie relacji z właścicielami gospodarstw agroturystycznych.

- a) Organizacja szkoleń dotyczących możliwości promocyjnych w Internecie dla przedstawicieli.
- b) Prowadzenie bezpłatnych konsultacji dotyczących możliwości rozwoju gospodarstwa.
- c) Aktualizacja ofert zamieszczonych na stronie internetowej Powiatu w zakładce „Agroturystyka”.

3) Wykorzystanie potencjału klubów sportowych, np. wspieranie działań Rajdu niepodległościowego, Ulicznych Biegów Wierusza i innych.**4) Promocja elektroniczna oferty turystycznej Powiatu:**

- a) Zamieszczanie informacji na temat atrakcyjności turystycznej Powiatu na portalach:

Przykładowe portale: www.polska.travel, www.eturystycznie.pl, www.map4u.pl, www.nocowanie.pl, www.travel7.pl, www.travelplanet.pl, www.madeinpoland.com.pl, www.polskieszlaki.pl, www.lodzkie.travel.pl, www.kultura.lodz.pl, www.zamkilodzkie.pl
- b) Zamieszczanie wpisów na forach i profilach w portalach społecznościowych o tematyce turystycznej.

5) Nawiązanie współpracy z biurami podróży organizującymi wczasy na terenie Polski.
Wysyłanie oferty turystycznej i bezpośrednie rozmowy dotyczące zasad współpracy.**6) Promowanie bogatej historii i dziedzictwa kulturowego Powiatu.**

- a) Sprawowanie patronatu nad pokazami historycznymi z udziałem grup rekonstrukcyjnych odbywających się na terenie Powiatu. Poszukiwanie źródeł finansowych na kontynuację prac badawczych i prace archeologiczne (np. skorzystanie z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Łódzkiego). Dalsza organizacja pikników archeologicznych na terenie Powiatu.
- b) Rekonstrukcja słupa granicznego z okresu zaborów.

- c) Utworzenie skansenu dotyczącego łużyckiej osady ARSONIUM. Wykorzystanie pozostałości palisady
- d) Pogłębianie wiedzy i eksponowanie informacji dotyczących znanych, historycznych postaci pochodzących lub czasowo przebywających na terenie Powiatu.

Wybrane sylwetki znanych postaci historycznych i współczesnych Powiatu.

- Ksiądz major Szczepan Walkowski - kapelan polskich lotniczych dywizjonów myśliwskich w Wielkiej Brytanii podczas II Wojny Światowej.
- Ksiądz Augustyn Kordecki - legendarny obrońca Jasnej Góry.
- Starszy marynarz Maksymilian Rudolf Kühn - jeden z marynarzy ORP Orzeł.
- Rzeźbiarz Paweł Bryliński - autor oryginalnych krzyży sakralnych.

Cel strategiczny nr 4: Zaangażowanie potencjału i energii mieszkańców Powiatu w celu budowania silnego wizerunku marki.

Cel obejmuje włączenie aktywności mieszkańców Powiatu zrzeszonych w organizacjach pozarządowych i wykazujących się inicjatywą na rzecz rozwoju społeczności, w których funkcjonują:

- a) Określenie narzędzia komunikacji w kwestiach wizerunku Powiatu. Utworzenie specjalnej skrzynki internetowej, na którą mieszkańcy będą mogli wysyłać swoje propozycje promocyjne powiatu lub gminy, w której funkcjonują.
- b) Utworzenie możliwości współdecydowania mieszkańców o formach i zakresie działań promocyjnych na podstawie głosowania na wybrane propozycje Starostwa Powiatowego. Formy realizacji np. sonda internetowa, konkurs na profilu Facebook Powiatu. Zapewnienie upominków dla najbardziej aktywnych uczestników dialogu.
- c) Zaangażowanie mieszkańców w plebiscyt dotyczący ciekawych faktów historycznych z życia Powiatu. Przykładowe tematy dyskusji i wymiany danych: Osada Arsonium, osoby historycznie związane z Powiatem, odkrycia archeologiczne.

Określenie adresatów promocji - grupy docelowe Strategii Promocji

Identyfikacja grup docelowych promocji jest jedną z najważniejszych decyzji związanych z wdrażaniem strategii. Przekazy promocyjne powinny być skierowane do kilku grup docelowych przy jednoczesnym dopasowaniu formy i treści komunikatów do wybranej grupy. Wybór adresatów jest bezpośrednio związany z wyborem głównego obszaru strategicznego (branży) w stymulowaniu rozwoju powiatu. Mając również na uwadze otwartość na różne środowiska i grupy, należy trafić do szerokiego grona odbiorców na rynku nie tylko lokalnym czy ogólnokrajowym, ale także zagranicznym. Aby uporządkować strategię komunikacji warto podzielić odbiorców na zewnętrznych i wewnętrznych.

Grupy docelowe w obszarze komunikacji wewnętrznej:

- a) Mieszkańcy Powiatu: opiniotwórcze grupy społeczne i osoby prywatne
- b) Przedsiębiorcy
- c) Właściciele gospodarstw agroturystycznych
- d) Wybrane grupy zawodowe
- e) Urzędy gmin i pozostałe jednostki administracji państwowej
- f) Instytucje organizujące życie edukacyjne, kulturalne i społeczne na terenie powiatu.

Grupy docelowe w obszarze komunikacji zewnętrznej:

- a) Potencjalni inwestorzy, przedsiębiorcy i stowarzyszenia gospodarcze.
- b) Turyci
- c) Przedstawiciele organizacji pozarządowych
- d) Mieszkańcy województwa łódzkiego spoza obszaru powiatu.
- e) Pośrednicy w upowszechnianiu informacji turystycznej (organizacje turystyczne, szkoły, organizacje pracujące z młodzieżą).
- f) Instytucje otoczenia biznesu, regionalne i ogólnopolskie zajmujące się szeroko pojętą przedsiębiorczością.
- g) Media regionalne i ogólnopolskie.

Przekazywane komunikaty powinny być dopasowywane elastycznie do wybranej grupy zgodnie z jej stylem działania i preferowanym językiem.

Kluczowe elementy integracyjne dla realizacji strategii.

Mając na celu integrację działań promocyjnych Powiatu Wieruszowskiego należy zwrócić uwagę na szereg działań zmierzających do ułatwienie zbudowania spójnego wizerunku marki.

- 1) Wypracowanie narzędzi i dbałość o jasny przepływ informacji pomiędzy Starostwem Powiatowym i Urzędami Gmin na temat wspólnego wdrażania działań promocyjnych.
- 2) Współpraca i konsultacje w zakresie zbierania zawartości materiałów do publikacji w mediach elektronicznych np. profil społecznościowy Facebook Powiatu Wieruszowskiego.
- 3) Aktywność powiatu w konsultacjach z władzami gmin w zakresie realizacji Strategii Promocji.
- 4) Wypracowanie systemu wdrażania i komunikowania hasła promocyjnego. Wdrożenie hasła i działań określonych w strategii w dotychczasowe i bieżące działania Urzędów Gmin.
- 5) Podjęcie działań konsultacyjnych i uświadamiających wśród społeczności Powiatu dotyczących wdrażania Strategii Promocji Powiatu Wieruszowskiego na lata 2016 – 2022.
- 6) Prowadzenie intensywnych działań na rzecz pozyskiwania źródeł finansowania dla realizacji celów określonych w strategii. Np.: Regionalny Program Operacyjny Województwa Łódzkiego, Horyzont 2020 lub Programy Komisji Europejskiej np. Town - twinning.

3. Założenia do planu marketingowego Powiatu na lata 2016 -2022.

Proponowane działania	Spodziewane efekty/wskaźniki efektywności	Planowany czas realizacji
Organizacja spotkań informacyjnych dotyczących realizacji Strategii Promocji z władzami gmin i osobami zajmującymi się tym obszarem aktywności w gminach.	Przedstawienie harmonogramu działań przy wdrożeniu Strategii decydom z gmin wchodzących w skład Powiatu.	Styczeń 2017 r.
Wdrożenie nowego logotypu Powiatu nawiązującego do hasła przewodniego Strategii Promocji	Pojawienie się logotypu na stronach internetowych (w dalszej perspektywie w materiałach promocyjnych Powiatu)	Marzec 2017 r.
Wprowadzenie zmian rekomendowanych w dokumencie na stronach internetowych Gmin wchodzących w skład Powiatu.	Ułatwienie mieszkańcom i osobom odwiedzającym Powiat odnajdywanie pożądaných informacji na temat atrakcji, gospodarki i możliwości inwestycyjnych.	Czerwiec 2017 r.
Rozpoczęcie konsultacji z instytucjami eksperckimi w zakresie przygotowywania wniosków aplikacyjnych dla możliwych źródeł finansowania działań promocyjnych Powiatu na lata 2016 - 2020. Np. Łódzka Agencja Rozwoju Regionalnego S.A. lub firmy komercyjne.	Uzyskanie szczegółowych informacji na temat możliwych źródeł finansowania działań promocyjnych i warunków korzystania ze środków.	Czerwiec 2017 r.
Rozpoczęcie przygotowań do I edycji Mistrzostw Polski w Orienteeringu będącego wyróżnikiem Powiatu w skali ogólnopolskiej	Uzgodnienie formuły i terminu wydarzenia, pozyskanie partnerów/sponsorów i patronatów.	Marzec 2017 r.
Tworzenie zintegrowanego kalendarza wydarzeń i imprez w Powiecie na rok 2017 r. Publikacja harmonogramu wydarzeń na stronie internetowej Powiatu.	Widoczność kalendarza na stronie internetowej. Ułatwienie dostępu mieszkańcom Powiatu i turystom do atrakcyjnych wydarzeń zebranych w jednym miejscu.	Styczeń/Luty corocznie

Proponowane działania	Spodziewane efekty/wskaźniki efektywności	Planowany czas realizacji
Stworzenie katalogu upamiętniającego najważniejsze wydarzenia z bogatej historii Powiatu.	Rozpowszechnienie informacji na temat historii Powiatu.	Grudzień 2017 r.
Powołanie Zespołu Konsultacyjnego ds. Promocji Rozwoju Gospodarczego Powiatu Wieruszowskiego.	Stworzenie przestrzeni do zebrania potrzeb i oczekiwań przedsiębiorców. Wspólne wypracowanie rozwiązań ułatwiających inwestycje i prowadzenie działalności gospodarczej na terenie Powiatu	Grudzień 2017 r.
Utworzenie możliwości współdecydowania mieszkańców o formach i zakresie działań promocyjnych na podstawie głosowania na wybrane propozycje Starostwa Powiatowego.	Umożliwienie mieszkańcom wpływu na wybrane działania promocyjne Powiatu.	Marzec 2018 r.
Uczestnictwo w wybranych międzynarodowych targach inwestycyjnych (np. Expo Real w Monachium).	Promocja terenów inwestycyjnych w Powiecie	Zgodnie z terminami danych przedsięwzięć
Nawiązanie współpracy z Centrum Obsługi Eksporterów i Inwestorów oraz Wydziałem ds. Promocji i Współpracy Zagranicznej Urzędu Marszałkowskiego Województwa Łódzkiego	Promocja gospodarcza Powiatu	Marzec 2019 r.
Nawiązanie współpracy z Regionami Partnerskimi Województwa Łódzkiego w zakresie promocji i dobrych praktyk w zakresie rolnictwa np. Kraj Związkowy Styria (Austria).	Uczestnictwo w misji gospodarczej. Wymiana doświadczeń w zakresie promocji i rolnictwa.	Marzec 2020 r.

4. Etap monitoringu i ewaluacji Strategii Promocji na lata 2016-2022

Monitorowanie stanu realizacji Strategii Promocji powinno być przekazane osobom odpowiedzialnym w strukturach Starostwa Powiatowego w Wieruszowie. Przed przystąpieniem do procesu monitorowania należy opracować wskaźniki efektywności działań skorelowane z projektami i kampaniami promocyjnymi.

Konkretne działania promocyjne powinny sprowadzić się do:

- 1) projektów krótkoterminowych - takich jak np. Aktualizacja materiałów promocyjnych.
- 2) projektów średniookresowych takich jak np. opracowanie kampanii promocyjno-informacyjnej kluczowego wydarzenia,
- 3) projektów długookresowych takich jak np. opracowanie długofalowej kampanii reklamowskiej skierowanej do mieszkańców Aglomeracji Łódzkiej.

Przykładowe wskaźniki umożliwiające wiarygodne monitorowanie realizowanych działań komunikacyjnych to :

- 1) zasięg podejmowanych działań reklamowych (zasięg kampanii).
- 2) dotarcie do grup docelowych (częstotliwość, zasięg efektywny, poprzez mierzalne statystyki np. ilości odwiedzających stronę internetową.).
- 3) skuteczność wybieranych kanałów komunikacji poprzez precyzyjne raportowanie uzyskanych mediach wyników w odniesieniu do ponoszonych kosztów (liczba odsłon, średni czas na użytkownika, tzw. real users)

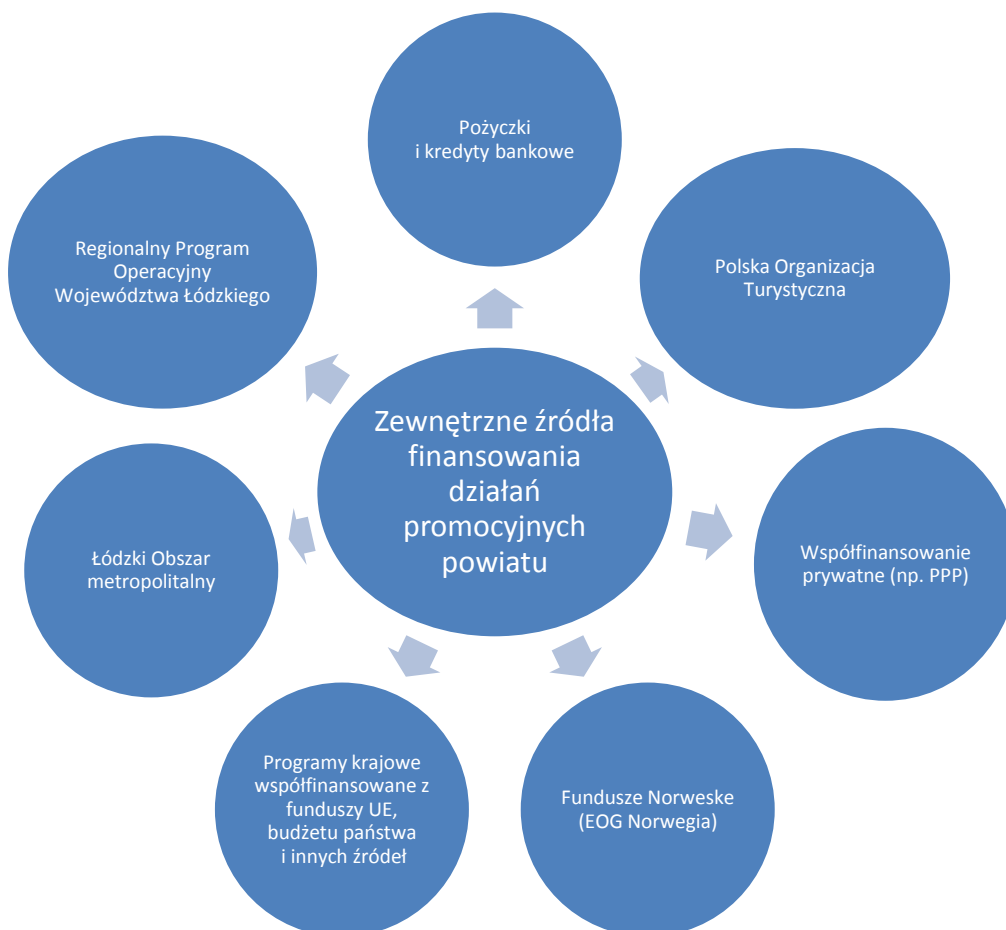
Rekomendujemy każdorazowe raportowanie uzyskanych efektów podejmowanych działań oraz kwartalne monitorowanie osiągnięcia poszczególnych celów promocyjnych strategii względem zakładanych scenariuszy.

Otwarty charakter dokumentu Strategii Promocji pozwala na bieżąco reagować na zmieniające się warunki, w jakich działała jednostka wdrażająca – Powiat Wieruszowski. Możliwe jest wprowadzanie zmian i korekt do całego dokumentu, jak również modyfikowanie narzędzia monitoringu i ewaluacji.

5. Możliwe źródła finansowania zadań zawartych w Strategii Promocji

Działania podejmowane w ramach realizacji wskazanych w niniejszym opracowaniu celów strategicznych i operacyjnych w dużej mierze finansowane będą z budżetu jednostki samorządowej. Jednakowoż władze samorządowe powiatu wieruszowskiego powinny monitorować również zewnętrzne źródła finansowania – dające możliwość ograniczenia wydatków powiatu przeznaczanych na działania marketingowe.

Poniższy schemat jest modelem ukazującym możliwe źródła finansowania działań promocyjnych.



6. Podsumowanie

Niniejszy dokument określa koncepcję promocji z uwzględnieniem celów strategicznych oraz przypisanych im działań promocyjnych dla Strategii Promocji Powiatu Wieruszowskiego na lata 2016-2022. Przedstawione propozycje działań pozwolą umocnić wizerunek Powiatu jako silnego gospodarczo, atrakcyjnego turystycznie oraz przyjaznego dla mieszkańców w oparciu o idealne położenie i stwarzającego możliwości do rozwoju. Warto mieć na uwadze, że zbudowanie świadomości i pozycji marki Powiatu Wieruszowskiego jest procesem, który trwa i powinien być rozłożony w czasie. Realizacja strategii wymaga konsekwencji w realizacji zaproponowanych działań, które mają doprowadzić do osiągnięcia zakładanych efektów komunikacyjnych stanowiących o sile wizerunku powiatu. Czas i fundusze zaangażowane w spełnienie planu warto rozpatrywać w kategorii świadomej inwestycji w przyszłość powiatu. Jest to perspektywiczna inwestycja, której nie można przyspieszyć korzystając ze skrótów. Budowanie marki zaczyna się w świadomości mieszkańców i poszczególnych uczestników procesu wdrażania strategii. Działania promocyjne powinny być ukierunkowane przede wszystkim na promocję gospodarczą i turystyczną powiatu, które w perspektywie krótko i długookresowej przyczynią się do wzrostu zamożności społeczeństwa. Wzmocnienie infrastruktury i stworzenie przyjaznego klimatu do rozwoju aktywności gospodarczej mieszkańców przyczynią się do trwałego zbudowania pozytywnego wizerunku powiatu jako dogodnego miejsca do życia, a także przyjaznego miejsca dla turystów.

7. Bibliografia:

1. Szromnik A., *Marketing terytorialny*, Wolters Kluwer Polska, Kraków, 2007.
2. *Zintegrowana Strategia Rozwoju Powiatu Wieruszowskiego na lata 2014 - 2020.*