



Urząd
Miasta
Kołobrzeg

78-100 Kołobrzeg
ul. Ratuszowa 13
tel.: 94 35 51 500
fax. 94 35 23 769
e-mail: urząd@um.kolobrzeg.pl
www.kolobrzeg.pl

Kołobrzeg, 6 kwietnia 2021 r.

BPM.1431.31.2021.VII

ODPOWIEDŹ

na wniosek o udostępnienie informacji publicznej

Urząd Miasta Kołobrzeg, w odpowiedzi na wniosek o udostępnienie informacji publicznej złożony przez p. Pawła Gorzków na podstawie art. 2 ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001 r. o dostępie do informacji publicznej, udziela odpowiedzi na zadane w treści wniosku pytania:

1. W Urzędzie Miasta Kołobrzeg nie ma wydziału, referatu zajmującego się promocją, marketingiem.
2. Dział Promocji Gminy Miasto Kołobrzeg znajduje się w Regionalnym Centrum Kultury w Kołobrzegu im. Zbigniewa Herberta.
3. Wybrane działania marketingowe/promocyjne:

Od marca 2020 r. obowiązuje nas nowa strategia promocji z hasłem wiodącym Kołobrzeg Re:generacja. Przyjęcie tej strategii przez Radę Miasta domknęło proces porządkowania zadań promocyjnych, a zadania te realizowane są przez Regionalne Centrum Kultury w Kołobrzegu od stycznia 2020 r.

Nasza praca rozpoczyna się od przygotowania Key Visual dla kampanii, tj. parasola kreatywnego, który będzie najprościej mówiąc zbiorem wytycznych. Kolejnym krokiem jest dobór narzędzi, które już na tym etapie wskazujemy. Obecnie promocja Miasta Kołobrzeg opiera swoje działania głównie na komunikacji w sieci. Wzbogacając swoje artykuły poprzez filmy, zdjęcia dociera do szerokiego grona odbiorców za pomocą narzędzi social mediów takich jak: Facebook, Youtube, Instagram.

Aktualnie przygotowujemy kampanie dla największych stacji telewizyjnych (Polsat, TVN, TVP). Ważnym elementem działań jest dla nas reklama w radio, która obejmuje zasięgami cały kraj, stawiamy także na lokowanie, zapraszamy redakcje do realizacji programów na żywo z Kołobrzegu, zarówno formatów telewizyjnych

jak i radiowych. Dla przykładu w roku 2020 nasza obecność w telewizji rozpoczęła się pod koniec maja i trwała do początku lipca, byliśmy obecni zarówno w TVN i Polsacie, z przekazem w pasmach społecznych jak również z billboardami sponsorskimi. To ponad 854 emisje telewizyjne na kanałach głównych obu stacji, jak również kanałach tematycznych. Komunikację wzmacnialiśmy pojawiając się cyklicznie na antenie z programami realizowanymi z Kołobrzegu, gdzie przedstawialiśmy walory Kołobrzegu, jak i zalety płynące z wypoczynku w naszym mieście. To między innymi Dzień dobry Wakacje TVN i Telewizja Republika. Zrealizowaliśmy 5 programów telewizyjnych, 2 radiowe oraz internetowe wydanie Onet Rano w podróży. Dwukrotnie także serie podcastów w radiu TOK FM. Równolegle realizowaliśmy kampanię w internecie, współpracowaliśmy przy tym zarówno z Onetem w kampanii odstonowej, portalami z wielkopolskim, lubuskim, GK24. Nawiązaliśmy szeroką współpracę z mediami ogólnopolskimi, ale również z redakcjami lokalnymi.

Oszacowaliśmy, że promocja Kołobrzegu zamyka się w ekwiwalencie na poziomie 26 536 771 mln zł przy wydatku rządu 550 tys. zł. To 23 064 ukazanych informacji, których zasięg to 949 277 043, czyli blisko miliard odstón. Dane te pochodzą z monitoringu mediów, który prowadzimy. (Relacja pieniężna pomiędzy wynikami finansowymi przeprowadzonej kampanii a wielkością poniesionych nakładów określana jest jako efektywność finansowa. Stąd mierzymy wysokość ekwiwalentu reklamowego. Efektywność działań promocyjnych którą najprościej można zdefiniować jako relację między nakładami, jakie zostaną wykorzystane do realizacji tych działań, a osiągniętymi efektami.)

Stawiamy również na rozwój imprez w naszym mieście w okresie sezonu, mając na uwadze wzbogacenie oferty dla turystów. W tym roku na pewno nie zabraknie takich wydarzeń jak: Kite Challenge, Strefa Chillout'u, Jarmark Solny, Festiwal Ryby, do których trwają przygotowania.

W okresie jesiennozimowym kładziemy nacisk na promocję wewnętrzną, w tym uczestnictwo w działaniach takich jak: konkursy dla dzieci i młodzieży (organizator), wydarzenia lokalne – tworzenie filmów edukacyjno–historycznych, czy realizacja warsztatów online w szkołach podstawowych (Projekt: Cyberprzestrzeń bez granic. Kultura z dostawą do domu).

Często skuteczność i efektywność są ze sobą mylone. Skuteczność promocji należy rozumieć jako stopień, w jakim zaplanowane projekty, kampanie czy kompleksowa strategia zostały zrealizowane, wyniki zaś, które zaplanowano, osiągnięte.

Wz. KIEROWNIKA BIURA
PREZYDENTA MIASTA
Paulina Zupaniec-Lochocka
GŁÓWNY SPECJALISTA
ds. Obsługi Prezydenta i Komunikacji Społecznej

Dokument nie zawiera
treści niezgodnych z przepisami
o ochronie danych osobowych.

do publikacji w DZP
Inspektor Ochrony Danych

2021-04-07

Z poważaniem,

PREZYDENT MIASTA
KOŁOBZEG

Andrzej Mielkowski

2021-04-07

Wz. KIEROWNIKA BIURA
PREZYDENTA MIASTA

Paulina Zupaniec-Lochocka, Biuro Prezydenta Miasta Kołobrzeg, Główny Specjalista ds. Obsługi Prezydenta i Komunikacji Społecznej, tel. 94 355 15 03, +48 690 009 705; mail: p.zupaniec@um.kolobrzeg.pl
GŁÓWNY SPECJALISTA
ds. Obsługi Prezydenta i Komunikacji Społecznej