

Uchwała Nr XIII/76/2015
Rady Miasta Brzeziny
z dnia 27 sierpnia 2015 r.

w sprawie zmiany „Strategii Promocji Miasta Brzeziny 2014-2020”

Na podstawie art. 18 ust. 1 w związku z art.7 ust.1 pkt 18 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (Dz. U. z 2013 r., poz.594, poz. 645 i poz.1318 oraz z 2014r. poz. 379 i poz. 1072) Rada Miasta Brzeziny uchwala, co następuje:

§ 1. W „Strategii Promocji Miasta Brzeziny 2014-2020” stanowiącej załącznik do Uchwały Nr LVII/303/2014 Rady Miasta Brzeziny z dnia 19 września 2014r. w Rozdziale VI na końcu kategorii „Produkt: gospodarka” dodaje się treść w brzmieniu:

„Nieodzownym elementem promocji marki gospodarczej Brzezin powinna być promocja powstającej na terenie miasta strefy inwestycyjnej jako strefy innowacyjności. Plan promocji strefy powinien obejmować szeroki wachlarz działań, narzędzi i kanałów promocyjnych skierowanych do potencjalnych inwestorów.

W celu promocji powstającej strefy inwestycyjnej miasto powinno posiadać na stronie internetowej dedykowaną zakładkę, na której dostępna będzie oferta inwestycyjna oraz zestaw informacji na temat możliwości rozpoczęcia prowadzenia działalności gospodarczej na terenie przyszłej strefy,

Aktualne informacje na temat strefy inwestycyjnej i oferty miasta powinny być przekazywane zainteresowanym w ramach ujętych w niniejszym opracowaniu godzin konsultacji lub Okienka Przedsiębiorczości.

Wśród narzędzi i kanałów promocji skierowanych przede wszystkim do potencjalnych inwestorów powinny znaleźć się:

- Kampania w prasie: składać się będzie z wybranych tytułów prasowych, obejmujących tematykę adekwatną do przekazu i założeń kampanii. Tytuły te charakteryzować się powinny wysokim stopniem wiarygodności i prestiżem wśród czytelników. Rekomendowane wydawnictwa obejmować powinny pisma lokalne, regionalne oraz ponadregionalne w sekcjach związanych z gospodarką oraz pisma branżowe, które poruszać powinny tematykę gospodarczą, informacyjną, opiniotwórczą. Rekomendowane tytuły prasowe to: np. Puls Biznesu, Dziennik Gazeta Prawna, Forbes, Newsweek lub inne spełniające założenia grupy docelowej i charakteru przekazu. Format reklamy: min ½ strony tytułu prasowego.
- Kampania internetowa: zakłada obecność na portalach branżowych o tematyce gospodarczej i inwestycyjnej. Rekomendowane są portale zarówno o zasięgu ogólnopolskim jak i regionalnym. Proponowane portale: egospodarka.pl, propertynews.pl, tvn24.pl/biznes, strefabiznesu.pl, infor.pl investingpoland.eu, monitor-inwestycji.pl itp. W ramach kampanii internetowej należy przewidzieć również prezentacje multimedialne poświęcone strefie i ofercie inwestycyjnej, box’y reklamowe oraz wysyłki e-mailingu. Istotnym elementem działań promocyjnych powinna być również kampania targetowana behawioralnie do użytkowników o zainteresowaniach ściśle związanych z tematyką

przekazu wspartą działaniami retargetującymi, z którymi kontakt będą mieć jedynie użytkownicy, którzy zainteresowani byli w pierwszym etapie kampanii reklamą projektu.

- Kampania telewizyjna: obejmuje szereg programów telewizyjnych ukazujących atrakcyjność inwestowania na terenie strefy emitowanych w telewizji regionalnej i ponadregionalnej. Rekomenduje się również odpłatne zaproszenia telewizji o zasięgu ponadregionalnym do przyjazdu do Brzezin i prowadzenia na żywo programów cieszących się dużą oglądalnością, w czasie trwania których możliwe będzie przedstawienie oferty inwestycyjnej dotyczącej strefy inwestycyjnej.

- Kampania billboardowa: zakłada postawienie na relatywnie długi okres czasu szeregu wielkoformatowych, oświetlonych tablic reklamowych przy drodze wojewódzkiej doprowadzającej do terenu strefy, przy drogach krajowych i autostradach A1 i A2 w szczególności w województwie łódzkim.

Działania promocyjne w zakresie promocji terenu strefy inwestycyjnej obejmować powinny również publikacje folderów informacyjnych w języku polskim i angielskim skierowane do grupy docelowej jak również obecność przedstawicieli władz Miasta podczas targów branżowych i konferencji tematycznych na terenie całego kraju i za granicami Polski. Obecność ta wsparta być powinna materiałami promocyjnymi na temat oferty inwestycyjnej.”

§ 2. Wykonanie uchwały powierza się Burmistrzowi Miasta Brzeziny.

§ 3. Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.

PRZEWODNICZĄCY RADY

Grzegorz Kędzia