

Promocja miasta, gminy i turystyki. Jak stworzyć dobrą promocję miasta/gminy, aby pokazać społeczności, jakie działania podejmuje gmina/miasto dla swoich mieszkańców i turystów? Jak pozyskać inwestorów i sponsorów? Jakie możliwości daje Facebook, Twitter, Instagram, aby przyciągnąć uwagę młodych ludzi i zachęcić ich do osiedlania się na terenie gminy/miasta? Jak w ciekawy sposób informować o działalności urzędu, inwestycjach, lokalnych atrakcjach oraz innych ważnych wydarzeniach?

Wideoszkolenie PCC Poland skierowane do wydziałów promocji miast, gmin i turystyki, pracowników zajmujących się planowaniem i przeprowadzaniem działań promocyjnych oraz zarządzających budżetem promocyjnym.

W jaki sposób pokazać mieszkańcom lokalne atrakcje

Wiele gmin/miast nie promuje się skutecznie w Internecie, przez co ludzie nie mają szansy dowiedzieć się, jak dużo robi gmina dla swoich mieszkańców. A gdyby tak pokazać ludziom, jak prężnie działa gmina, ile nowych inwestycji prowadzi, ile fantastycznych wydarzeń dzieje się na jej terenie? Na pewno dzięki promocji w Internecie gmina/ miasto ma szansę pokazać się z jak najlepszej strony, a nawet pozyskać nowych inwestorów czy zwiększyć ruch turystyczny. W dzisiejszych czasach media społecznościowe mają ogromną moc. Na naszym spotkaniu pokażemy, jakich narzędzi i metod użyć, aby być bliżej ludzi i pokazać im, że gmina to atrakcyjne i prężnie rozwijające się miejsce do życia.

W programie m.in.:

- W jaki sposób promować małe gminy, które nie mają w swoim obrębie wielu atrakcji?
- W jaki sposób może promować się gmina, aby pozyskać inwestorów i jak pokazać im swoją atrakcyjność?
- Jak prowadzić stronę internetową gminy, aby była czytelna i atrakcyjna dla mieszkańców?
- Jak tworzyć treści zamieszczane w mediach społecznościowych oraz na stronie internetowej, aby były zgodne z ustawą o dostępności?
- W jaki sposób zainteresować mieszkańców wydarzeniami, które dzieją się w mieście, aby mogli przekonać się, że w gminie dzieją się ciekawe wydarzenia?
- Jakie treści zamieszczać w mediach w okresie okołoswiątecznym?
- W jakich przypadkach można wykorzystać wizerunek, a w jakich nie należy tego robić?

Wzory pism, jakie otrzymają uczestnicy:

- Sprawozdanie finansowe z działań promocyjnych
- Wzór umowy o dzieło na licencję wyłączną
- Wzór umowy o dzieło na licencję niewyłączną
- Wzór pisma ze zgodą na wykorzystanie, logo, herbu
- Notatka prasowa zapraszająca do udziału w konkursie organizowanym przez Urząd

- [Wzór zgody na wykorzystanie wizerunku](#)

Szczegółowy program szkolenia:

1. Jak prowadzić promocję gminy w Internecie? Media społecznościowe i strona internetowa jako skuteczne narzędzie do zwiększenia atrakcyjności gminy/miasta. Jak gmina/miasto za pomocą mediów społecznościowych może pokazać mieszkańcom, że stale się rozwija?

- Które media są najlepszym narzędziem do promowania gminy w Internecie i jakie rezultaty może osiągnąć gmina, promując się w mediach społecznościowych? Jakie media społecznościowe są najchętniej używane przez mieszkańców i turystów?
- Jakie możliwości promocyjne oferują gminie Facebook, Twitter, Instagram?
- Jak zaplanować efektywną promocję gminy w Internecie? Jakimi zasadami kierować się podczas działań promocyjnych? Jak poprzez promocję w mediach społecznościowych osiągnąć trzy najważniejsze założenia: dotrzeć do inwestorów, by inwestowali w rozwój gminy, zachęcić turystów do odwiedzania miejscowości, być bliżej mieszkańców oraz zachęcać ludzi do osiedlania się na jej terenie?
- W jaki sposób może promować się gmina, aby pozyskać inwestorów i jak pokazać im swoją atrakcyjność? Jak przygotować ofertę inwestorską miasta/gminy? Jak pokazać inwestorom, że gmina jest otwarta na inwestycje?
- Jak zachęcić mieszkańców do śledzenia mediów społecznościowych gminy? Jak zwiększyć atrakcyjność zamieszczanych treści? Dlaczego to mieszkańcy poprzez polubienia i ilości wyświetleń sami decydują, co chcą czytać? Jak zachęcić mieszkańców do interakcji w komentarzach?
- Jak prowadzić stronę internetową gminy, aby była czytelna i atrakcyjna dla mieszkańców? Dlaczego warto informować o działalności urzędu, inwestycjach, lokalnych atrakcjach oraz innych ważnych wydarzeniach i jakie to daje korzyści gminie?
- Jak poprzez kampanie płatne oraz darmowe zwiększyć atrakcyjność materiałów zamieszczanych na stronie internetowej gminy?
- Dlaczego media społecznościowe oraz strona internetowa powinny się ze sobą łączyć? Dlaczego nie powinno się wybierać treści zamieszczanych w mediach społecznościowych, tylko publikować te same informacje, które znajdują się na stronie internetowej?
- Za pomocą jakich bezpłatnych narzędzi i aplikacji można uatrakcyjnić treści publikowane w mediach społecznościowych oraz stronie internetowej gminy?
- Jak prowadzić media społecznościowe i stronę internetową, aby były zgodne z ustawą RODO? Jakich danych wrażliwych nie można publikować? Czy regulamin jest zawsze wymagany podczas ogłaszania konkursu?

2. Jak przygotować atrakcyjne materiały na media społecznościowe i stronę internetową?

- Skąd pozyskać atrakcyjne materiały na media społecznościowe i stronę internetową gminy? Jak samodzielnie tworzyć materiały promocyjne, filmowe, zdjęciowe, multimedialne? Jak tworzyć treści zamieszczane w mediach społecznościowych oraz na stronie internetowej, aby były zgodne z ustawą o dostępności?
- W jaki sposób urząd gminy może przekazywać ważne informacje, aby były przystępne i zrozumiałe dla mieszkańców? 7 kanonów stylu komunikatywnego jako odpowiedź na poważny problem z komunikacją
- W jaki sposób redagować teksty, aby były atrakcyjne i przyciągały odbiorców? W jaki sposób

promować w Internecie przyszłe wydarzenia plenerowe i stacjonarne, aby zachęcić mieszkańców do uczestniczenia? W jaki sposób zainteresować mieszkańców wydarzeniami, które dzieją się w mieście, aby mogli przekonać się, że w gminie dzieją się ciekawe wydarzenia?

- Jakie treści zamieszczane na mediach społecznościowych są najciekawsze? Czy warto częściej publikować filmy, czy zdjęcia? Jakie treści zamieszczać w mediach w okresie okołoswiątecznym? Czy urząd powinien składać życzenia? Jak w ciekawy sposób urząd może złożyć życzenia świąteczne? W jaki sposób relacjonować wydarzenia okołoswiąteczne?
- Z kim gmina może współpracować podczas tworzenia treści na media społecznościowe? Czy graficy i fotografowie podnoszą atrakcyjność materiałów? Czy potrzebna jest pomoc polonistów i stylistów językowych? Czy należy kontaktować się z autorami tekstów w celu ulepszenia publikowanych treści?

3. Najważniejsze aspekty związane z prawem autorskim

- Jak w praktyce korzystać z prawa autorskiego? Czym są prawa osobiste? Na jaki okres przyznaje się prawa majątkowe? Najważniejsze aspekty prawa autorskiego
- Jak wykorzystywać materiały cyfrowe, aby były zgodne z prawem autorskim? Jak postąpić się zdjęciami w Internecie?
- Jak rozróżniać licencje na dzieło? Licencja wyłączna i niewyłączna
- Jak stosować prawo ochrony wizerunkowej? W jakich przypadkach można wykorzystać wizerunek, a w jakich nie należy tego robić? Czy podczas dożynek miejskich można udostępniać wizerunek? Jakie zasady obowiązują podczas fotografowania dzieci podczas imprez okolicznościowych?
- W jaki sposób można wykorzystać wizerunek np. na zdjęciach umieszczonych na portalach internetowych, by ustrzec się przed skargami i prośbami o usunięcie zdjęcia?
- Jak poprawnie podać źródło materiałów publikowanych w Internecie?

4. Jak zaplanować kilkuletnią strategię promocyjną?

- Najważniejsze zasady promowania gminy. Do kogo gmina kieruje swoją promocję i dlaczego tak ważne jest określenie grupy odbiorców? Jaki powinien być cel promocji? Jak w trakcie promocji wykorzystać atuty miejscowości? Czy park miejski może być sztandarowym obiektem promocyjnym gminy?
- W jaki sposób promować małe gminy, które nie mają w swoim obrębie wielu atrakcji? W jaki sposób stworzyć pozytywny wizerunek miasta i gminy wśród mieszkańców oraz poza obrębem gminy i dlaczego warto nad tym stale pracować?
- Na jakiej podstawie i za pomocą jakich narzędzi można tworzyć strategię promocyjną gminy? Dlaczego podczas planowania strategii promocyjnej gminy powinno się uwzględnić potrzeby mieszkańców?
- Jakie narzędzia i kanały może wykorzystać gmina podczas promocji? Jak promować gminę za pomocą klasycznych technik przekazywania informacji? Jak podczas promocji wykorzystać lokalną gazetę? W jaki sposób pisać o tym, co aktualne?
- Jak wypromować małych gminnych przedsiębiorców? W jaki sposób promować się przy pomocy lokalnych produktów i producentów? Jak poprzez promocję wpłynąć na sprzedaż dziedzictwa kulturowego? W jaki sposób prowadzić akcje promocyjne, aby zachęcić młodych mieszkańców do pozostania i osiedlania się w obrębie miasta i gminy?
- W jaki sposób promować gminę za pomocą gadżetów? Jakie materiały promocyjne warto przygotować? Jak tworzyć materiały z uwzględnieniem identyfikacji wizualnej oraz zasady spójności? Czy gadżety przeznaczone na nagrodę w konkursie są dobrą metodą promocji?

- Jak promować zdrowy tryb życia w czasie pandemii? Czy informacja o nowym parku zachęci mieszkańców do aktywności fizycznej? Jak promować działania profilaktyczne? Czy wywiad z lokalnym ekspertem może mieć charakter promocyjny?

5. Skąd pozyskać budżet na działania promocyjne?

- Jak opracować skuteczny plan zarządzania budżetem promocyjnym gminy?
- Jak poprowadzić tanią i skuteczną promocję gminy?
- Skąd można pozyskać dodatkowe środki finansowe na promocję miasta i gminy oraz turystyki?
- Zewnętrzne dofinansowanie działań promocyjnych gminy. Na co zwrócić uwagę pisząc wnioski konkursowe?

6. Jak nawiązać efektywną współpracę?

- Dlaczego gmina powinna współpracować z mediami? Jak współpracować z lokalnymi redakcjami? Czy współpraca z telewizją oraz radiem przynosi korzyści gminie? Co zrobić, aby współpraca była skuteczna?
- Dlaczego dialog z mieszkańcami jest ważny dla rozwoju miasta, gminy, powiatu? Jaka rolę we współpracy pełnią konsultacje społeczne?
- Jak współpracować z wewnętrznymi przedsiębiorcami, aby gmina oraz przedsiębiorcy uzyskali wspólne korzyści finansowe? Jak prowadzić negocjacje? Jak stworzyć wspólny plan projektu? Jak współpracować, aby doprowadzić wspólny projekt ku końcowi?
- Jakie korzyści dla gminy wynikają ze współpracy z miastami partnerskimi z zagranicy?
- W jaki sposób ustalać oferty sponsorskie na działania promocyjne miast i gmin? Na co zwrócić uwagę podczas współpracy?
- Dlaczego współpraca z miejskimi/gminnymi instytucjami kultury i sportu jest ważna dla wspólnej promocji?

7. Jak przeprowadzić promocję turystyki?

- Jak opracować strategię promocyjną produktu turystycznego?
- Jak wypromować małe miejscowości turystyczne?
- Jak promować miejscowość turystyczną poza sezonem?
- W jaki sposób skierować działania na promocję na ekoturystyki? Jak promować ścieżki rowerowe, szlaki turystyczne i ekologiczne środki transportu?
- W jaki sposób prowadzić analizę pod kątem ruchu turystycznego? W jaki sposób monitorować przychód turystyczny? Jakie sposoby można zastosować?
- Z jakich serwisów turystycznych oraz aplikacji warto korzystać w trakcie promocji?
- Jak gmina może promować się na targach turystycznych? Jak powinno wyglądać przekonujące stanowisko promocyjne? Jak przygotować materiały promocyjne?
- W jaki sposób gmina może otworzyć się na zagranicznego turystę?
- Jak stworzyć własną markę turystyczną? W jaki sposób ją wypromować?

Prowadzący:

Wideoszkolenie poprowadzi specjalista ds. turystyki i promocji. Nasz prelegent od 2013 roku pracuje w samorządzie terytorialnym — w Wydziale Promocji, Sportu i Kultury. Zajmuje się m.in. promocją miasta, turystyką, współpracą z mediami, współpracą z zagranicznymi miastami partnerskimi. Prowadzący posiada również doświadczenie zawodowe w dziale marketingu i sprzedaży w prywatnej firmie. Absolwent Szkoły

Główniej Handlowej w Warszawie w zakresie public relations oraz Szkoły Liderów Miasta Ełku.
Wykształcenie wyższe magisterskie: filologia polska, licencjackie: zarządzanie w administracji publicznej.

Terminy i szkolenia

Data: 11 lutego 2022 10:00-15:00

Miejsce: Wideoszkolenie

Data: 08 kwietnia 2022 10:00-15:00

Miejsce: Wideoszkolenie

Data: 10 czerwca 2022 10:00-15:00

Miejsce: Wideoszkolenie

Data: 12 sierpnia 2022 10:00-15:00

Miejsce: Wideoszkolenie

Data: 14 października 2022 10:00-15:00

Miejsce: Wideoszkolenie

Data: 16 grudnia 2022 10:00-15:00

Miejsce: Wideoszkolenie

Prawa autorskie do niniejszego programu przysługują Private Corporate Consulting Sp. z o.o. Udostępnianie, kopiowanie i przerabianie niniejszego programu bez pisemnej zgody Private Corporate Consulting Sp. z o.o., zagrożone jest odpowiedzialnością karną oraz cywilną