

WSTĘP

Strategia promocji jest jednym z narzędzi strategii rozwoju, które umożliwia wykreowanie pozytywnego wizerunku powiatu w dwóch zasadniczych kierunkach:

- na zewnątrz – w celu spowodowania napływu kapitału i inwestycji, turystów, mieszkańców,
- do wewnątrz – w celu integracji społeczności lokalnej oraz włączenia jej do realizacji strategii rozwoju powiatu.

Strategia promocji powinna być postrzegana jako kierunkowa propozycja działania, źródło inspiracji i pomysłów, które mogą być realną szansą na wypromowanie powiatu. Skuteczność działań promocyjnych, sugerowanych i inspirowanych niniejszym opracowaniem, zależy przede wszystkim od stopnia aktywności podmiotów realizujących działania promocyjne. Ważna jest konsekwencja i rozwaga w realizacji celów, programów i projektów, a także kreatywność i przedsiębiorczość władz samorządowych oraz organizacji współdziałających przy wdrażaniu strategii.

Strategię promocji powiatu poznańskiego oprzemy na wybranych pozytywnych cechach (atutach) wyróżniających powiat spośród innych. Posłużą one w dalszej części do budowy przekazów oddziaływania na różne grupy docelowe, zgodnie z określonymi celami strategicznymi.

Powiat będzie kreować swój obraz, wykorzystując swoje największe atuty jako wyróżniki marki.

- Promocja będzie rozważana w kategorii systemu komunikacji marketingowej, obejmującego ogół skoordynowanych działań z zakresu marketingu terytorialnego.

Prace nad strategią promocji zostały poprzedzone diagnozą w formie syntetycznej na podstawie materiałów źródłowych i danych statystycznych oraz badaniem własnym wizerunku powiatu.

W ramach prac nad promocją marki przeprowadzono konsultacje z udziałem reprezentantów społeczeństwa oraz podmiotów/grup odpowiedzialnych za promocję. Wyniki tych prac posłużyły do opracowania końcowego dokumentu: „Strategia promocji powiatu poznańskiego na lata 2010 – 2015”.

Serdecznie dziękujemy za zaangażowanie i pomoc w tworzeniu strategii zespołowi konsultantów w składzie:

- Jan Grabkowski, Starosta Poznański, przedstawiciel Zarządu Powiatu w Poznaniu,
- Piotr Burdajewicz, Przewodniczący Rady Powiatu w Poznaniu,
- Mirosław Wieloch, Przewodniczący Komisji Promocji, Rozwoju i Integracji Europejskiej Rady Powiatu w Poznaniu,
- Grażyna Głowacka, Przewodnicząca Komisji Kultury, Kultury Fizycznej i Turystyki Rady Powiatu w Poznaniu

oraz zespołowi przygotowującemu w składzie:

- Tomasz Morawski, Dyrektor Wydziału Promocji Starostwa Powiatowego w Poznaniu, główny koordynator prac nad przygotowaniem strategii,
- Maria Lipska, Dyrektor Gabinetu Starosty Starostwa Powiatowego w Poznaniu,
- Daria Kowalska-Tonder, Zastępca Dyrektora Wydziału Promocji Starostwa Powiatowego w Poznaniu,
- Hanna Kolanowska-Pogrzebna, pracownik Wydziału Promocji Starostwa Powiatowego w Poznaniu,
- Bernadeta Jaśkowiak, pracownik Wydziału Promocji Starostwa Powiatowego w Poznaniu,

a także wszystkim, którzy wzięli udział w spotkaniach konsultacyjnych oraz złożyli uwagi i wnioski do strategii.