

Program strategiczny promocji miasta Krakowa na lata 2016-2022

Koordynator programu:

Daty obowiązywania: od 2016-12-07 do 2022-12-31

Deklaracja wyniku:

Rezultat programu:

Cel główny:

Poprawa wizerunku Krakowa wśród turystów, mieszkańców i przedsiębiorców.

Poprzez:

Cele operacyjne (działania):

- Skoordynowanie działań promocyjnych miasta z wykorzystaniem głównej idei promocyjnej "Kraków dodaje znaczeń i porusza umysły" wraz z wynikającymi z niej wytycznymi dot. promocji.
- Zaangażowanie interesariuszy lokalnych (środowisk społecznych, akademickich, kulturalnych, turystycznych, rekreacyjnych, sportowych, gospodarczych) we wspólną, skoordynowaną promocję Krakowa.
- Precyzyjne adresowanie działań promocyjnych miasta adresowanych do wybranych grup docelowych:
 - Mieszkańcy: aktywiści, samodzielnicy, roszczeniowi, bierni;
 - Turyści: rekreacyjni, dyspersyjni, doświadczający, eksperymentujący, egzystencjalni;
 - Przedsiębiorcy: sympatycy, ambasadory, negocjujący i racjonalisci.
- Promocję zdywersyfikowanej oferty Krakowa i jej atrakcyjności dla grup docelowych.
- Promowanie lojalności grup docelowych względem oferty Krakowa.
- Informowanie grup docelowych o działaniach podejmowanych przez miasto w związku z kluczowymi wyzwaniami rozwoju Krakowa (wyzwania społeczne, ekonomiczne, dot. środowiska naturalnego).

Lp	Tak, aby:	Wskaźnik	Waga	Wartość	Wartość	Przedział		Wartość za	Wartość za	Ocena
						min	max			
1.	1. Przedstawiciele grup docelowych promocji Krakowa tj. mieszkańcy, turyści, przedsiębiorcy i studenci postrzegali Kraków zgodnie z przyjętym pozycjonowaniem.	W22_H (Wizerunek miasta w wybranych grupach docelowych zgodnie z ustalonym pozycjonowaniem i ESP)	0,20	0,71	1,00			70,70		
2.	2. Przedstawiciele grup docelowych promocji Krakowa tj. mieszkańcy, studenci, przedsiębiorcy znali dostępną, pełną ofertą miasta im dedykowaną oraz postrzegali ją jako atrakcyjną.	W20_H (Zadowolenie z dostępności informacji urzędu miasta nt. spraw Krakowa i oferty miasta w wybranych grupach docelowych)	0,10	0,53	1,00			52,90		
3.	3. Przedstawiciele grup docelowych promocji Krakowa tj. mieszkańcy, studenci, przedsiębiorcy rekomendowali Kraków i chętnie polecali go innym.	W24_H (Poziom rekomendacji miasta w wybranych grupach docelowych miasta)	0,15	0,72	1,00			71,80		
4.	4. Przedstawiciele grup docelowych promocji Krakowa tj. mieszkańcy, studenci, przedsiębiorcy byli lojalni względem Krakowa i deklarowali pozostanie w mieście.	W23_H (Poziom lojalności wybranych grup docelowych względem miasta)	0,10	0,75	1,00			70,80		
5.	5. Przedstawiciele grup docelowych promocji Krakowa tj. mieszkańcy, studenci, przedsiębiorcy mieli świadomość działań podejmowanych przez miasto w związku z kluczowymi wyzwaniami rozwoju Krakowa (wyzwania społeczne, ekonomiczne, dot. środowiska naturalnego).	W19_H (Poprawa jakości dialogu z miastem w wybranych grupach docelowych)	0,15	0,65	1,00			64,90		
6.	6. Mieszkańcy, przedsiębiorcy, studenci odczuwali większe przywiązanie do miasta oraz poczucie tożsamości i dumy z miasta.	W18_H (Poczucie dumy z miasta w wybranych grupach docelowych)	0,16	0,72	1,00			72,00		
7.	7. Mieszkańcy czuli się dobrze poinformowani nt. spraw miasta oraz jego oferty im dedykowanej a także chętniej tworzyli i włączali się w inicjatywy lokalne.	W21_H (Aktywność związana z działaniami władz miasta w wybranych grupach docelowych)	0,10	0,23	1,00			23,30		
8.	8. Mieszkańcy chcieli wpływać na sprawy miasta oraz odczuwali możliwości takiego wpływu.	W23_D (zadowolenie z możliwość wpływania na władze miasta)	0,04	0,34	1,00				21,70	0,81

Wskaźniki do diagnozy stanu dziedziny związanej z programem											
Wskaźniki	Jednostka miary	związane z dziedziną	Wynik:								
Typ		Nazwa	Dziedzina	Wartość oczekiwana	Wartość znakomita	Wartość bazowa	Wartość min	Wartość max	Wartość za 2019	Wartość za 2020	% zmiany
Kontekstowy	miliony USD	Skala inwestycji zagranicznych w sztuki	G								
		Nasylenie rynku lokalnego podmiotami	G						189,600	195,690	103,21%
Strategiczny	miliony osób	Liczba osób odwiedzających Kraków	H						14,050	7,950	56,58%
	procent	poczucie przywiązania do miasta	A								
	procent	poczucie tożsamości z miastem	A								
	osoba na	Atrakcyjność wybranych imprez	S						2369,600	749,500	31,63%
	procent	Wzrost zainteresowania krakowskim	H		1				84,000%	95,000%	113,10%
	procent	Wzrost zainteresowania krakowskim	H		1				56,000%	98,000%	175,00%
	procent	zadowolenie z możliwości wpływania na	D		1					21,700%	
	procent	Poczucie dumy z miasta w wybranych	H		1				72,000%		0,00%
	procent	Poprawa jakości dialogu z miastem w	H		1				64,900%		0,00%
	procent	Zadowolenie z dostępności informacji	H		1				52,900%		0,00%
	procent	Aktywność związana z działaniami władz	H		1				23,300%		0,00%
	procent	Wizerunek miasta w wybranych grupach	H		1				70,700%		0,00%
	procent	Poziom lojalności wybranych grup	H		1				70,800%		0,00%
	procent	Poziom rekomendacji miasta w	H		1				71,800%		0,00%
	procent	Poziom zaangażowania wybranych grup	H		1				45,600%		0,00%

Cele strategiczne związane z Programem

Kraków – otwartą i harmonijną metropolią o znaczeniu międzynarodowym w sferach: innowacji, nauki, gospodarki i kultury

Kraków – miasto rozwijające gospodarkę opartą na wiedzy

Kraków – węzłem w sieci metropolii Polski, Europy i świata

Współpraca nauki, biznesu i samorządu

Skoordynowane wykorzystywanie potencjałów Krakowskiego Obszaru Metropolitalnego (KOM)

Zadania oraz działania realizujące program

Typ	Jednostka	Numer zadania/działania	Nazwa zadania/działania	Data od	Data do
B/M	Zadania bieżące typu M				
	EK	EK/JPR/10	Promocja Edukacji	2014-01-01	
	KBF	KBF/DKI/02	Organizacja wydarzeń	2017-01-01	2018-12-31
	KP	KP/BWK/04	PRZEDSIĘWZIĘCIA ORGANIZOWANE LUB WSPÓLORGANIZOWANE	2014-01-01	
	KP	KP/BWK/05	PRZEDSIĘWZIĘCIA LEKCJA ŚPIEWANIA - ORGANIZOWANE W RAMACH ŚWIĄT PAŃSTWOWYCH	2014-01-01	
	KS	KS/DWM	Działania Wizerunkowe Miasta	2019-01-01	
	KS	KS/DWM/01	Organizacja i współorganizacja działań wizerunkowych Miasta	2019-01-01	
	KS	KS/DWM/02	System Identyfikacji Wizualnej Miasta	2019-01-01	
	KS	KS/DWM/03	Krakowska Wyprawka	2019-10-29	2023-12-31
	KS	KS/DWM/04	System Koordynacji Promocji	2021-01-01	
	KS	KS/INF/01	Monitoring prasy	2019-01-01	
	KS	KS/INF/02	Przygotowanie serwisów dla dziennikarzy	2019-01-01	2019-12-31
	KS	KS/INF/03	Komunikaty, ogłoszenia i sprostowania	2019-01-01	
	KS	KS/INF/04	Organizacja konferencji i roboczych spotkań z dziennikarzami	2019-01-01	
	KS	KS/KMM	Kampanie Marketingowe Miasta	2019-01-01	
	KS	KS/KMM/01	Kampanie Informacyjno - Promocyjne Miasta	2019-01-01	
	KS	KS/KMM/02	Promocja budżetu obywatelskiego	2019-01-01	
	KS	KS/KMM/03	Zintegrowane kampanie informacyjno-promocyjne miasta skierowane na zewnątrz	2019-01-01	2019-12-31
	KS	KS/KMM/04	Organizacja marketingu miasta	2019-01-01	2019-12-31
	KS	KS/KMM/05	Promocja Europejskiej Stolicy Kultury Gastronomicznej	2019-01-01	2019-12-31
	KS	KS/MPI/01	Magiczny Kraków	2019-01-01	
	KS	KS/MPI/02	Dwutygodnik Miejski KRAKÓW.PL	2019-01-01	
	KS	KS/MPI/03	Programy w mediach	2019-01-01	
	KS	KS/PKK	Karta Krakowska	2019-01-01	2020-12-31
	KS	KS/PKK/01	Promocja Karta Krakowska	2019-01-01	2020-12-31
	KS	KS/PKK/02	Realizacja projektu Karty Krakowskiej	2019-01-01	2020-01-01
	PT	PT/BIZ/01	Udział w targach i prezentacjach zagranicznych	2017-01-01	2019-01-01
	PT	PT/BIZ/02	Pozyskiwanie i współorganizacja kongresów	2017-01-01	2019-01-01
	PT	PT/DWM	DZIAŁANIA WIZERUNKOWE MIASTA	2015-03-01	2018-12-31
	PT	PT/DWM/01	Organizacja i koordynacja działań wizerunkowych Miasta	2015-03-01	2018-12-31
	PT	PT/DWM/02	SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ MIASTA	2016-01-01	2018-12-31
	PT	PT/KMM	KAMPANIE MARKETINGOWE MIASTA	2015-03-01	2018-12-31
	PT	PT/KMM/01	Zintegrowane kampanie informacyjno-promocyjne miasta skierowane do wewnątrz	2015-03-01	2018-12-31
	PT	PT/KMM/02	Promocja budżetu obywatelskiego	2016-01-01	2018-12-31

	PT	PT/KMM/03	Promocja Krakowskiej Karty Mieszkańca	2017-01-01	2017-12-31
	PT	PT/KMM/04	Zintegrowane kampanie informacyjno-promocyjne miasta skierowane na zewnątrz	2015-03-01	2018-12-31
	PT	PT/KMM/05	Organizacja marketingu miasta	2017-01-01	2018-12-31
	PT	PT/KMM/06	Kampanie marketingowe miasta (promocja Gminy Miejskiej Kraków na	2017-07-12	2018-12-31
	PT	PT/MTM/01	Targi i prezentacje	2015-03-01	2016-12-31
	PT	PT/MTM/02	Wizyty studyjne dziennikarzy i touroperatorów	2015-03-01	2016-12-31
	PT	PT/RTS/01	Polityka wydawnicza	2017-01-01	2019-01-01
	PT	PT/RTS/06	Polityka gadżetowa	2017-01-01	2017-12-31
	PT	PT/SIB/05	Koordinacja badań marketingowych	2017-01-01	2017-12-31
	PT	PT/WPR/01	Realizacja przedsięwzięć promocyjnych i ich promocja	2015-03-01	2016-12-31
	PT	PT/WPR/03	Gadżety promocyjne	2015-03-01	2016-12-31
	SI	SI/PMI/18	Działania informacyjno - promocyjne dotyczące programu	2019-01-01	2024-12-31
	SZ	SZ/KOS/05	Promocja partycypacji i konsultacji społecznych wśród mieszkańców	2019-01-01	
	WP	WP/PMI/19	Działania informacyjno - promocyjne dotyczące programu	2017-01-01	2018-12-31
	WR	WR/COI/09	PRZYGOTOWANIE UDZIAŁU KRAKOWA W EUROPEJSKIM	2016-01-01	2018-12-31
	WR	WR/KOS/06	PROMOCJA PARTYCYPACJI I KONSULTACJI SPOŁECZNYCH WŚRÓD MIESZKAŃCÓW	2016-01-01	2018-12-31
	WT	WT/RTS/01	Polityka wydawnicza	2019-01-01	2020-12-31
	ZZM	ZZM/UKZ/06	Działania edukacyjno-promocyjne	2016-01-01	
B/W	Zadania bieżące typu W				
	BI	BI/MPi/01	Magiczny Kraków	2017-01-01	2018-12-31
	BI	BI/MPi/02	Dwutygodnik Miejski KRAKÓW.PL	2017-01-01	2018-12-31
	BI	BI/MPi/03	Program telewizyjny	2017-01-01	2018-12-31
	PI	PI/COI/05	Przygotowanie udziału Krakowa w Europejskim Kongresie Samorządów w roku następnym	2019-01-01	2019-12-31
P/Bieżące	Bieżące typ P				
	OR	OR/RUE/01	Promocja projektu	2016-06-01	2019-12-31
	PT	PT/PKK	Karta Krakowska	2018-01-22	2018-12-31
	PT	PT/PKK/01	Promocja Karty Krakowskiej	2018-01-22	2018-12-31
	PT	PT/PKK/02	Realizacja projektu Karta Krakowska	2018-01-22	2020-01-01
	ZIS	ZIS/MER/01	Działania promocyjne poprzez organizację Mistrzostw Europy w Piłce	2016-01-01	2016-12-31
	ZZM	ZZM/UGB	Projekt UGB - Witkowice GLL	2016-07-01	2019-12-31
	ZZM	ZZM/UGB/01	Realizacja Projektu UGB - Witkowice GLL	2016-07-01	2019-12-31
P/Prog	inwestycyjne programowe				
	ZZM	ZZM/O1.57/16	Ścieżka edukacyjna w Lesie Mogiłskim i w Parku Leśnym Witkowickim	2016-01-01	2016-12-31
	ZZM	ZZM/O1.57/16/01	Ścieżka edukacyjna w Lesie Mogiłskim i w Parku Leśnym Witkowickim	2016-01-01	2016-12-31
	ZZM	ZZM/O1.65/16	Aplikacja mobilna "Kraków w Zieleni"	2016-02-04	2016-12-31
	ZZM	ZZM/O1.65/16/01	Aplikacja mobilna "Kraków w Zieleni"	2016-02-04	2016-12-31