

Charakterystyka programu PS/H2/2023

Program strategiczny komunikacji marki Krakowa na lata 2023-2030

Koordynator programu: Walaszczyk Przemysław

Data wydruku:2025-09-25 11:16:14

Daty obowiązywania: od 2023-01-01 do 2030-12-31

Deklaracja wyniku:

Rezultat programu:

Doskonalenie zarządzania marką Krakowa dla realizacji celów Strategii Rozwoju Krakowa.

Poprzez:

1. Włączenie mieszkańców w budowanie marki miasta.

2. Zwiększenie dostępności informacji nt. działalności miasta.

3. Wykorzystanie potencjału gospodarczego do promocji marki miasta.

4. Doskonalenie skuteczności koordynacji promocji marki.

Lp	Tak, aby:	Wskaźnik	Waga	Wartość bazowa	Wartość znakomita	Przedział		Wartość za 2023	Wartość za 2024	Ocena
						min	max			
1.	Podnieść poziom odczuwanej sprawczości przez mieszkańców w zakresie współtworzenia marki miasta.	W19_H (Poprawa jakości dialogu z miastem w wybranych grupach docelowych)	0,25	0,25	0,70			33,00		1,18
2.	Podnieść stopień odczucia mieszkańców dotyczący skutecznego informowania o sprawach miasta.	W20_H (Zadowolenie z dostępności informacji urzędu miasta nt. spraw Krakowa i oferty miasta w wybranych grupach docelowych)	0,25	0,49	0,60			57,00		1,73
3.	Podnieść poziom atrakcyjności wizerunku biznesowego Krakowa.	W34_H (Poziom rekomendacji miasta do polecenia miasta do prowadzenia działalności gospodarczej)	0,25	0,61	0,75			66,00		1,36
4.	Podnieść skuteczność przekazu marki do grup docelowych.	W22_H (Wizerunek miasta w wybranych grupach docelowych zgodnie z ustalonym pozycjonowaniem)	0,25	0,74	0,75			72,00		0,00

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 2023	Wartość za 2024	% zmiany
Strategiczny	procent	Poczucie dumy z miasta w wybranych grupach docelowych	H		0,95				81,000%		0,00%
	procent	Aktywność związana z działaniami władz miasta w wybranych grupach docelowych	H		0,3				24,000%		0,00%
	procent	Poziom lojalności wybranych grup docelowych względem miasta	H		0,85				84,000%		0,00%
	procent	Poziom rekomendacji miasta w wybranych grupach docelowych miasta	H		0,8				75,000%		0,00%
	procent	Poziom zaangażowania wybranych grup docelowych w budowanie marki miasta	H		0,55				41,000%		0,00%
	procent	Poprawa jakości dialogu z miastem w wybranych grupach docelowych	H		0,7				33,000%		0,00%
	procent	Zadowolenie z dostępności informacji urzędu miasta nt. spraw Krakowa i oferty miasta w wybranych grupach docelowych	H		0,6				57,000%		0,00%
	procent	Wizerunek miasta w wybranych grupach docelowych zgodnie z ustalonym pozycjonowaniem	H		0,75				72,000%		0,00%

	procent	Poziom rekomendacji miasta do polecenia miasta do prowadzenia działalności gospodarczej	H		0,75				66,000%		0,00%
Cele strategiczne związane z Programem											
Kraków – otwartą i harmonijną metropolią o znaczeniu międzynarodowym w sferach: innowacji, nauki, gospodarki i kultury											
Kraków – węzłem w sieci metropolii Polski, Europy i świata											
Zadania oraz działania realizujące program											
Typ	Jednostka	Numer zadania/działania	Nazwa zadania/działania					Data od	Data do		
B/M	Zadania bieżące ciągłe typu M										
	EK	EK/JPR/10	Promocja Edukacji					2014-01-01			
	GK	GK/EKO/02	Działania Pełnomocnika w zakresie edukacji ekologii i klimatu					2022-03-01	2024-12-31		
	GK	GK/PMI/01	Działania informacyjno - promocyjne dotyczące programu inwestycyjnego					2025-01-01	2026-12-31		
	KP	KP/BWK/06	OBSŁUGA FOTOGRAFICZNA I GROMADZENIE MIEJSKIEJ DOKUMENTACJI FOTOGRAFICZNEJ					2014-01-01			
	KP	KP/BWZ/01	REALIZACJA PRZEDSIĘWZIĘĆ PRZY UDZIALE PARTNERÓW ZAGRANICZNYCH I KRAJOWYCH					2014-01-01			
	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	2027-12-31		
	KS	KS/DWM/04	System Koordynacji Promocji					2021-01-01			
	KS	KS/INF/01	Monitoring prasy					2019-01-01			
	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/KIM/01	Kampanie Informacyjne Miasta					2019-01-01			
	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			
	SI	SI/PMI/18	Działania informacyjno - promocyjne dotyczące programu inwestycyjnego					2019-01-01	2025-03-31		
	SZ	SZ/KOS/05	Promocja partycypacji i konsultacji społecznych wśród mieszkańców					2019-01-01	2025-01-17		
	ZZM	ZZM/UKZ/06	Działania edukacyjno-promocyjne					2016-01-01	2025-12-31		
Lista ryzyk zidentyfikowanych dla programu											
Cel szczegółowy			Nazwa ryzyka	Ocena	Wskaźnik monitorowany			Status postępowania z ryzykiem			
Podnieść poziom odczuwanej sprawczości przez mieszkańców w zakresie współtworzenia marki miasta.			Niska aktywność w wybranych grupach docelowych związana z działaniami władz miasta.	5	W19_H (Poprawa jakości dialogu z miastem w wybranych grupach docelowych)			Przeciwdziałanie/ograniczenie			
Podnieść stopień odczucia mieszkańców dotyczący skutecznego informowania o sprawach miasta.			Niewystarczająca aktywność w wybranych grupach docelowych związana z działaniami władz miasta.	4	W20_H (Zadowolenie z dostępności informacji urzędu miasta nt. spraw Krakowa i oferty miasta w wybranych grupach docelowych)			Przeciwdziałanie/ograniczenie			
Podnieść poziom atrakcyjności wizerunku biznesowego Krakowa.			Zbyt niski stopień wykorzystania potencjału gospodarczego do promocji Krakowa.	4	W34_H (Poziom rekomendacji miasta do polecenia miasta do prowadzenia działalności gospodarczej)			Przeciwdziałanie/ograniczenie			
Podnieść skuteczność przekazu marki do grup docelowych.			Niesatysfakcjonując y poziom skoordynowania komunikacji licznych komórek organizacyjnych poprzez nieefektywną organizację procesu koordynacji komunikacji miasta.	3	W22_H (Wizerunek miasta w wybranych grupach docelowych zgodnie z ustalonym pozycjonowaniem)			Przeciwdziałanie/ograniczenie			