

3. Produkty (instrumenty promocji) wstępnie* planowane w kampanii oraz ich koszty

Tabela nr 1

Lp. Działanie	Skrócony opis	Korzyści dla samorządu członka ROT	Koszt w tys zł
1. Portal turystyczny	Portal składat będzie się ze strony głównej oraz 10- 14 portali lokalnych, którymi zarządzać będą administratorzy lokalni, członkowie ROT. Budowa portalu oparta będzie o bardzo nowoczesny system zarządzania treścią (CMS). Portal cechował będzie się dużą przejrzystością i atrakcyjną szatą graficzną opartą na animacji Flash. Dodatkowo strona zostanie wzbogacona o elementy multimedialne: wirtualne wycieczki, trójwymiarowe fotografie, efekty dźwiękowe itp. W całości tłumaczona będzie na 4 języki obce	Promocja poprzez najskuteczniejsze obecnie w turystyce narzędzie (Internet). Dzięki czterojęzycznej wersji - profesjonalna informacja o członku dostępna będzie dla turystów z całego świata.	260,00
2. Centrum IT w Kielcach oraz punkty it w regionie	Centrum IT w Kielcach - nabycie przez ROT lokalu w centrum Kielc, powierzchnia 50 - 100 m, wyposażenie w sprzęt biurowy i komputerowy z oprogramowaniem, wyposażenie biura w meble oraz wizualizacja i oznakowanie. Planuje się, aby centrum pełniło funkcję informacji miejskiej i regionalnej. Punkty IT – dofinansowanie 10- 14 punktów; wyposażenie w sprzęt biurowy i komputerowy z oprogramowaniem, wyposażenie biura w meble oraz wizualizacja i oznakowanie.	Możliwość przekazywania informacji o atrakcjach i ofercie turystycznej samorządu poprzez: - profesjonalnie funkcjonujący, regionalny system IT, - centrum IT w atrakcyjnym punkcie Kielc (np. ul. Sienkiewicza), - punkty IT stworzone lub istniejące na terenie działania zainteresowanych samorządów	878,00
3. Targi Turystyczne	Planuje się udział w następujących imprezach krajowych: Warszawa (TT Warsaw, Lato), Katowice, Poznań, Łódź, Gdańsk, Kraków, Białystok). Powierzchnie wystawiennicze: 10 -30 m. ²	Zwiększona ilość imprez targowych, większe powierzchnie, profesjonalnie przygotowane stoiska targowe. Niższe koszty promocji	795,00

		Zagranicznych: w Berlinie, Moskwie, Londynie, Kijowie, Budapeszcie, Pradze. Ilość powierzchni stojąca jest zróżnicowana: 30 m ² w Berlinie, 20 m ² w Kijowie, pozostałe po 10 m. ²	na targach, zwłaszcza zagranicznych, gdzie ROT ma dofinansowanie z Polskiej Organizacji Turystycznej (od 25 do 50 %)	
4.	Wydawnictwa	<p>Wydane zostaną przewodniki, foldery, ulotki oraz albumy</p> <ul style="list-style-type: none"> • Projektowane nakłady: • Przewodniki 30.000 • Foldery 180.000 • Ulotki 300.000 • Albumy 10.000 <p>Większość wydawnictw będzie wydana w min. 4 wersjach językowych.</p> <p>Główny nacisk zostanie położony na wydawanie tzw. materiałów produktowych promujących określoną formę turystyki i istniejące pakiety i oferty turystyczne.</p>	<p>Zwiększone nakłady, wersje językowe oraz różnorodność publikacji.</p> <p>Możliwość wpływu członków na teksty i prezentację swoich atrakcji i ofert</p> <p>Pozyskanie przez członków części wytworzonego nakładu do własnej dyspozycji.</p>	1500,00
5.	Imprezy promujące region	<p>Stworzenie nowej cyklicznej, rozpoznawalnej w Polsce i Europie imprezy kulturalnej promującej region, a przede wszystkim Kielce</p> <p>W ramach 3-dniowej imprezy odbywającej się głównie w Kielcach - koncerty gwiazd światowego formatu, wystawy pokazy i prezentacje, jarmark produktów lokalnych.</p> <p>Transmisja imprezy przez najatrakcyjniejsze stacje telewizyjne.</p> <p>W ramach projektu przewiduje się zorganizowanie jednej edycji w 2010 r.</p> <p>Wsparcie najatrakcyjniejszych wybranych imprez już istniejących</p> <p>Udział regionu w trzech imprezach promocyjnych w kraju oraz w trzech imprezach za granicą na tzw .rynkach docelowych (np. kraj Warszawa, Śląsk, Kraków, zagranica- Moskwa, Berlin, Londyn)</p>	<p>Promocja w ramach nowej sztafardowej dla regionu imprezy, zorganizowanej w Kielcach</p> <p>Wzmocnienie wybranych, istniejących już imprez turystycznych lub kulturalnych</p> <p>Promocja poprzez imprezy promocyjne organizowane na najważniejszych rynkach krajowych i zagranicznych</p>	1410,00

6.	Prezentacja multimedialna na CD	Wydane zostaną płyty CD promujące region oraz poszczególne produkty turystyczne adresowane do: amatorów turystyki aktywnej, kulturowej, pielgrzymkowej, uzdrowskiej, wiejskiej, biznesowej oraz promujące turystykę dzieci i młodzieży. Powstanie także płyta ogólnie promująca region. Planujemy by powstało siedem rodzajów płyt, w 4 wersjach językowych, łączny nakład 100 000 egz.	Nowoczesna promocja oferty turystycznej członków poprzez prezentacje multimedialne na płytach CD. Pozyskanie przez członków części nakładu	350,00
7	Bank wizerunków	Stworzony zostanie bank wizerunków regionu. Zdjęcia zostaną pozyskane w drodze: - konkursów fotograficznych, - zakupu od artystów fotografików, - wykonania przez pracowników ROT (zakup profesjonalnego sprzętu). Przewidujemy, iż ilość fotografii znajdujących się w banku wizerunków wyniesie około 2000 sztuk.	Część fotografii będzie mogła być bezpłatnie wykorzystana do celów promocyjnych przez członków	70,00
8.	Public relation	W ramach kampanii planowane jest zorganizowanie 10 wizyt studyjnych tematycznych rocznie (po 5 wizyt w 2009 i 2010) dla dziennikarzy z prasy branżowej, jak również z prasy ogólnopolskiej. Planuje się również zaproszenie dziennikarzy zagranicznych (współpraca z POIT-ami).	Przy organizacji study – tour zostaną głównie uwzględnione atrakcje turystyczne zlokalizowane na obszarach powiatów, miast, gmin – członków ROTWS	54,00
9.	Reklama telewizyjna, prasowa	Reklama telewizyjna: Program o regionie świętokrzyskim nadawany w wybranej stacji, emisja: 2009, 2010 Spot reklamowy 30 sekundowy: emisja - 2009 oraz 2010, Reklama prasowa: a) wkładka do dziennika: turystyczna mapa regionu i poszczególnych atrakcji, kalendarz imprez kulturalnych i turystycznych, oferty członków, informacje praktyczne. Zasięg dodatku: 16 województw, emisja: wiosna 2009 i 2010 rok. b) artykuły sponsorowane; w mediach ogólnopolskich (dodatek turystyka).	Polepszenie wizerunku całego regionu, informacja o największych atrakcjach w reklamie telewizyjnej Informacja o atrakcjach turystycznych oraz ofercie każdego z członków znajduje się w reklamie prasowej.	647,00