



Strategiczna promocja miasta

2017-09-15

Kraków ma „Program strategiczny promocji miasta Krakowa na lata 2016-2022”. Na podstawie badań, konsultacji społecznych i analizy wizerunku miasta oraz jedenastu miast konkurencyjnych z Polski i ze świata wytyczono strategiczne cele komunikacji. Informacji o tym wysłuchali radni z Komisji Promocji i Turystyki.

Efektem wdrożenia programu ma być lepsza koordynacja działań marketingowych oraz większa spójność przekazów na temat Krakowa. Program pozwoli także zoptymalizować działania komunikacyjne oraz zintensyfikować działania m.in. w zakresie promocji gospodarczej oraz komunikacji z mieszkańcami.

Jednym z istotnych elementów Programu Strategicznego Promocji Miasta Krakowa na lata 2016-2022 jest koordynacja oraz zapewnienie realizacji najważniejszych zadań promocyjnych Krakowa – także tych, które polegają na promocji ważnych dla miasta inicjatyw rozwojowych w różnych dziedzinach zarządzania.

Realizacja Programu Strategicznego Promocji Miasta Krakowa na lata 2016-2022 będzie zależała przede wszystkim od stopnia skoordynowania działań promocyjnych miasta, zgodnie z celem nadrzędnym PSP, którym jest wsparcie rozwoju społeczno-gospodarczego Krakowa.

Trzonem wdrażania i zarządzania PSP jest: System Identyfikacji Wizualnej Miasta Krakowa oraz System Koordynacji Promocji – Platforma Internetowa, natomiast jednostką koordynującą ten program jest Wydział Promocji i Turystyki.