

PLAN DZIAŁANIA KUJAWSKO-POMORSKIEJ ORGANIZACJI TURYSTYCZNEJ NA ROK 2020

Projekty/akcje/kampanie

- I. poMOCNY Koszyk Wielkanocny – świąteczna akcja w Konstelacjach.
- II. Inauguracja w naszych Konstelacjach „MegaWeekend w regionie”.
Akcja odwołana z powodu pandemii. Kampania promocyjna zostanie zrealizowana w ramach środków z projektu Wydziału Środowiska UM w Mediach Regionalnych (Polska Press Grupa), z przeznaczeniem na Paszport Turystyczny.
- III. Kujawsko-Pomorski Paszport turystyczny 2020 - Paszport do NATURY. Nowość – aplikacja.
- IV. „Jak blisko, jak fajnie!” - kampania wspierająca sprzedaż ofert turystycznych: skierowana do mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego, województw ościennych - poza Warmińsko - Mazurskim, oraz dodatkowo – mieszkańców woj. łódzkiego.
- V. Budujemy markę Pałuk. Realizacja projektu finansowanego z Ministerstwa Rozwoju. Wspieranie rozwoju kolejnej, po Kujawach, autonomicznej marki województwa wpisującej się w parasolowy projekt „Kujawsko-Pomorskie Konstelacje dobrych miejsc.”
- VI. Klub marki Kujawy. Wdrażanie strategii marki. Konkurs „Co dobrego do Spichlerza Kujawskiego”. Budowanie społeczności wokół marki Kujawy. Inwentaryzacja zasobów – produktów regionalnych i lokalnych.
- VII. Udział w kampanii Polskiej Organizacji Turystycznej „Odpoczywaj w Polsce”. Tydzień kujawsko-pomorskiego – od 12 lipca 2020.
- VIII. Współpraca w ramach Forum ROT – lobbing ws. wprowadzenia opłaty turystycznej; realizacja wspólnego projektu FROT ze środków MR (marka terytorialna).

Spotkania branżowe i członkowskie

- Walne Zebranie Członków K-POT – sprawozdawcze i wyborcze.
- Spotkanie szkoleniowo – integracyjne członków K-POT.

Konkursy

- „Paszportowy” – grywalizacja na podstawie geolokalizacji (aplikacja)
Nagrody: vouchery zakupione u gestorów z Kujaw i Pomorza
- „Co dobrego do Spichlerza Kujawskiego”
Nagroda dla producentów: projekt opakowania/etykiety w SIW marki Kujawy
Nagrody dla gospodyń/ amatorów kulinarnych – pakiet gotowych etykiet z marką Kujawy
- 3. edycja konkursu dla szkół „Ambasadorzy małych ojczyzn”.

PR/MR/Informacja

- Bieżąca współpraca z mediami regionalnymi, lokalnymi i ogólnopolskimi – komunikaty prasowe, dostarczanie treści do artykułów; komunikaty na portal narodowy (POT).
- Udział w wywiadach oraz audycjach radiowych i telewizyjnych.
- W ramach wszystkich kampanii: regularny mailing komunikatów nt. miejsc i wydarzeń, redagowanych w formie storytellingu, posty na FB (własne oraz sponsorowane).
- Stała współpraca z portalem www.coi gdzie.pl
- Partnerstwo w projekcie Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu „Zdolności adaptacyjne przedsiębiorstw rodzinnych do wyzwań Nowej Gospodarki”.

Plan sporządziła:

Agnieszka Kowalkowska