

Piotrków Tryb. 8 marca 2016 r.

.....  
(pieczęć jednostki Zamawiającego  
dla której realizowane jest zamówienie)

**Zaproszenie do składania ofert  
w postępowaniu o wartości nie przekraczającej równowartości kwoty 30.000 euro  
OPRACOWANIE STRATEGII PROMOCJI MIASTA PIOTRKOWA TRYBUNALSKIEGO  
NA LATA 2017-2021**

.....  
(rodzaj zamówienia: dostawa/usługa/robota budowlana)

**1. Nazwa (firma), adres Zamawiającego oraz nazwa i adres jednostki wnioskującej.**

Miasto Piotrków Trybunalski; 97-300 Piotrków Trybunalski; Pasaż Karola Rudowskiego 10  
Nazwa komórki organizacyjnej: **Referat Kultury, Sportu i Promocji Miasta**

**2. Opis przedmiotu zamówienia:**

Przedmiotem zamówienia jest opracowanie strategii promocji marki Piotrków Trybunalski na lata 2017 – 2021, której głównym celem jest:

- budowa silnej, prestiżowej marki Piotrkowa Trybunalskiego;
- efektywna poprawa konkurencyjności oferty promocyjnej Miasta;
- wytworzenie u mieszkańców silnego poczucia identyfikacji z nowym wizerunkiem Piotrkowa Trybunalskiego;
- powstanie długookresowych wytycznych strategicznych dla marki Piotrków Trybunalski wraz z planem wdrożenia tych wytycznych.

Produktami zamówienia będą:

- strategia promocji Miasta;
- plan wdrożenia strategii promocji Miasta.

Dokument ma wskazać metody i narzędzia marketingu gospodarczego i terytorialnego z uwzględnieniem promocji marki Piotrkowa Trybunalskiego.

Wykonawca w ramach zamówienia ma wykonać prace badawcze, analityczne, koncepcyjne i redakcyjne, których efektem będzie opracowanie strategii promocji Piotrkowa Trybunalskiego na lata 2017-2021. Dokument charakteryzujący strategię promocji Miasta uwzględniać ma charakterystykę grup docelowych, opracowanie kierunków i metod promocji, wybór i opis marki Miasta, opracowanie koncepcji marki Miasta, pozycjonowanie Miasta, projekt znaku wraz ze standaryzacją graficzną umożliwiającą wykorzystanie znaku marki Miasta Piotrkowa Trybunalskiego na różnych polach eksploatacji (podstawowym, okolicznościowym, medialnym, promocyjnym i uzupełniającym), określenie mierników oraz sposobu monitorowania wdrażania strategii, kierunki działania i propozycje działań reklamowych, a także założenia kampanii promocyjnej Piotrkowa Trybunalskiego z uwzględnieniem - przypadającego w roku 2017 - 800-lecia Miasta.

Dokument musi być spójny z lokalnymi dokumentami strategicznymi i planistycznymi Piotrkowa Trybunalskiego i uwzględniać następujące zagadnienia:

- charakterystyka grup docelowych;
- opracowanie kierunków i metod promocji;
- wybór i opis marki Miasta;
- opracowanie koncepcji marki Miasta;
- pozycjonowanie Miasta;
- propozycje działań reklamowych;
- kierunki wewnętrznej polityki miasta;

- określenie mierników oraz sposobu monitorowania wdrażania strategii;
- założenia kampanii promocyjnej Miasta Piotrkowa Trybunalskiego.

Rezultatem wdrożenia strategii oraz planów wynikających z przedmiotu zamówienia ma być poprawa atrakcyjności turystycznej i konkurencyjności gospodarczej Piotrkowa Trybunalskiego.

### **3. Przedmiot zamówienia obejmuje przede wszystkim niżej wymienione etapy:**

1. Analiza sytuacji wynikająca z przeprowadzonych przez Wykonawcę badań wizerunkowych oraz analiza materiałów związanych z Piotrkowem Trybunalskim, pojawiających się na różnego rodzaju nośnikach informacji. Analiza dostępnych materiałów źródłowych dotyczących obecnego wizerunku Piotrkowa Trybunalskiego (prasa lokalna, regionalna i ponadregionalna, materiały dostępne w Internecie, ulotki, broszury, foldery, prezentacje, filmy, inne publikacje).

Na tym etapie Wykonawca uwzględni strategiczne dokumenty dotyczące rozwoju i promocji Polski, województwa łódzkiego, Piotrkowa Trybunalskiego, ogólnodostępne badania społeczne i inne materiały, aby w opracowaniu uwzględnić następujące zagadnienia:

- a. charakterystyka miasta - uwarunkowania zewnętrzne i wewnętrzne;
- b. przeprowadzenie badań rynku pod kątem społecznym, gospodarczym i turystycznym;
- c. zidentyfikowanie mocnych i słabych stron Piotrkowa Trybunalskiego, określenie szans i zagrożeń (analiza SWOT);
- d. określenie głównych czynników konkurencyjności;
- e. dokonanie pozycjonowania Piotrkowa Trybunalskiego na tle innych porównywalnych wielkością i potencjałem miast Polski;
- f. określenie grup docelowych, wśród których realizowany będzie proces badawczy;
- g. przeanalizowanie obecnego wizerunku Piotrkowa Trybunalskiego w zidentyfikowanych grupach docelowych;
- h. przeprowadzenie badań ilościowych i jakościowych pożądanego wizerunku w zidentyfikowanych grupach docelowych;
- i. przeprowadzenie konsultacji materiału wypracowanego podczas etapu badań i analiz w środowiskach opiniotwórczych (przedstawiciele środowisk samorządowych, biznesowych, społecznych, naukowych, politycznych oraz organizacje pozarządowe);
- j. przygotowanie raportu prezentującego wnioski wynikające z przeprowadzonego procesu badawczego i stanowiącego podstawowy materiał, w oparciu o który opracowana zostanie strategia promocji Piotrkowa Trybunalskiego.

2. Określenie misji, wizji, wskazanie głównych kierunków działań Piotrkowa Trybunalskiego na lata 2017-2021 (cele strategiczne i operacyjne).

3. Opracowanie strategii promocji marki Piotrków Trybunalski na lata 2017-2021.

4. Plan działań promocyjnych na lata 2017-2021.

5. Opracowanie projektu znaku marki Piotrków Trybunalski wraz ze standaryzacją graficzną umożliwiającą wykorzystanie znaku marki na różnych polach eksploatacji. Opracowanie logo wraz z podstawową księgą znaku (sygnet, logotyp, tagline, opis znaczenia logo, opis budowy, kolorystyka, pole ochronne, wersje mono i achromatyczne, typografia, zalecane odmiany i wielkości logotypu) wraz z przykładami i zasadami zastosowania.

6. Opracowanie programu komunikacji:

- a. stworzenie spójnej strategii marki i zarządzania marką od 2017 do 2021 roku, wskazanie skutecznych sposobów realizacji wraz z harmonogramem działań uwzględniającym działalność instytucji i jednostek miejskich oraz jednostek podległych samorządowi;
- b. propozycje komunikatów werbalnych kierowanych do określonych rynków i grup docelowych;
- c. propozycje narzędzi marketingowych i public relations oraz najbardziej efektywnych nośników komunikacji.

7. Opracowanie systemu monitoringu i wdrażania strategii:

- a. oceny efektów oraz wskazanie wskaźników temu służących;
- b. określenie nakładów na wdrożenie poszczególnych elementów strategii i możliwych źródeł jej finansowania.

### **4. Strategia musi spełniać następujące warunki:**

Zawierać narzędzia, zakres i kolejność działań reklamowych, promocyjnych i public relations dążących do poprawy wizerunku Piotrkowa Trybunalskiego w tym m.in.:

- a. porządkować wymienione działania kierując je do grupy docelowej określonej i zweryfikowanej w strategii;

- b. uwzględniać historię i tradycje, w tym (przypadające w roku 2017) 800-lecie Piotrkowa Trybunalskiego oraz dotychczasowy dorobek Miasta, kładąc jednocześnie nacisk na zmiany, jakie w nim zachodzą;
- c. działać dwukierunkowo: uwzględniać docelowego adresata oraz przygotowywać społeczność lokalną do nadchodzących zmian i włączać ją w ten proces;
- d. uwzględniać harmonogram działań inwestycyjnych Piotrkowa Trybunalskiego.

**5. Głównymi celami Strategii rozwoju Piotrkowa Trybunalskiego na lata 2017-2021 są:**

- a. budowa silnej marki Piotrkowa Trybunalskiego;
- b. zwiększenie liczby inwestorów i turystów;
- c. efektywne podniesienie konkurencyjności oferty kulturalnej, sportowej, turystycznej i inwestycyjnej Piotrkowa Trybunalskiego;
- d. pobudzenie i wykorzystanie przedsiębiorczości mieszkańców oraz aktywizacja społeczna;
- e. wykorzystanie potencjału silnego poczucia identyfikacji z Miastem;
- f. przygotowanie materiału stanowiącego podstawę do zmiany wizerunku Piotrkowa Trybunalskiego.

**6. Zakres zamówienia.**

Zakres zamówienia obejmuje:

- 1) analizę sytuacji obejmującą m.in. wybór i opis unikalnych cech Piotrkowa Trybunalskiego, kluczowej cechy marki i wizerunku marki Piotrkowa Trybunalskiego
- 2) określenie misji, wizji, wskazanie głównych kierunków działań Piotrkowa Trybunalskiego na lata 2017-2021 (cele strategiczne i operacyjne);
- 3) opracowanie strategii marki;
- 4) plan działań promocyjnych na lata 2017-2021 ze szczególnym uwzględnieniem (przypadającego w 2017 roku) 800-lecia Piotrkowa Trybunalskiego);
- 5) opracowanie logo (sygnet, logotyp, tagline ) wraz z podstawową księgą znaku;
- 6) opracowanie programu komunikacji;
- 7) opracowanie systemu monitoringu i wdrażania strategii.

**Termin wykonania zamówienia: 30 września 2016 roku**

**Sposób przygotowania oferty oraz miejsce i termin składania ofert.**

Ofertę należy złożyć w formie pisemnej:

- a. osobiście w siedzibie: **Urząd Miasta, 97-300 Piotrków Trybunalski, Pasaż Karola Rudowskiego 10, Referat Kultury, Sportu i Promocji Miasta**
- b. przesyłką na adres: **Urząd Miasta, 97-300 Piotrków Trybunalski, Pasaż Karola Rudowskiego 10, Referat Kultury, Sportu i Promocji Miasta**
- c. faxem na numer: **/44/ 732 77 95 lub /44/ 732-77-38**
- d. w wersji elektronicznej na e-mail: **[i.patyk@piotrkow.pl](mailto:i.patyk@piotrkow.pl)** w nieprzekraczalnym terminie: **21 marca 2016 roku.**

**Informacji udziela (osoba do kontaktu) - Ilona Patyk**

Oferty otrzymane po terminie składania ofert zostaną zwrócone Wykonawcom bez otwierania.

**Do oferty muszą być dołączone następujące dokumenty:**

- a. wypełniony i podpisany formularz oferty;
- b. podpisany projekt umowy zgodny ze wzorem;
- c. wykaz prac zrealizowanych w okresie ostatnich trzech lat przez Wykonawcę, w zakresie niezbędnym do potwierdzenia spełnienia warunku posiadania odpowiedniej wiedzy i doświadczenia, zawierający dane:
  - nazwa zamawiającego i dokładny adres, numer telefonu;
  - zakres i opis wykonanych prac;
  - obszar jakiego dotyczyło zamówienie (wraz z liczbą mieszkańców zamieszkujących dany obszar);
  - wartość prac, za którą oferent był odpowiedzialny (w złotych brutto);
  - data rozpoczęcia i zakończenia opracowania dokumentu.
- d. inne dokumenty potwierdzające kompetencje i doświadczenie Wykonawcy.

KIEROWNIK  
Referatu Kultury, Sportu  
i Promocji Miasta  
  
Ilona Patyk