

Inowrocław, 23 listopada 2018 r.

WKS-L.1431.32.2018

Pan

W odpowiedzi na złożony przez Pana wniosek o udostępnienie informacji publicznej, który dotyczył akcji promocyjnej „Wiewiórlanka” uprzejmie informuję, że to Inowrocławska Lokalna Organizacja Turystyczna - jako pomysłodawca ww. kampanii promocyjnej – zwróciła się do Miasta z propozycją współpracy w tym zakresie.

InLOT ma prawo zgłaszać propozycje i pomysły na realizację różnych zadań z obszaru promocji Miasta Inowrocławia. Zadaniem Miasta jest ocena danych pomysłów i ewentualna akceptacja, jeśli mogą one przynieść wymierne korzyści promocyjne dla Inowrocławia.

W tym przypadku Wydział Kultury, Promocji i Komunikacji Społecznej uznał, że cała akcja jest oryginalnym sposobem uczczenia 100-lecia odzyskania przez Polskę niepodległości.

Po analizie prognozowanych kosztów realizacji kampanii Miasto uznało tę formę promocji za bardzo tanią i mogącą przynieść wymierne korzyści wizerunkowe, a także promocyjne. Prognozowany koszt kampanii był niewielki w stosunku do efektów, jakie mogła ona przynieść (i przyniosła) dla Inowrocławia. Kampania realizowana była poprzez promocję bezpośrednią w 100 polskich miastach. Środki przeznaczone na kampanię obejmowały wszystkie koszty jej realizacji w tym m.in. pracę osób zaangażowanych w akcję, noclegi, wyżywienie, koszty transportu. Biorąc pod uwagę ilość miast odwiedzonych przez realizatorów akcji, można wyliczyć, że promocja bezpośrednia w każdym mieście kosztowała tylko 170 zł.

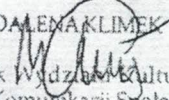
Miasto nie posiadało wiedzy czy i kto w imieniu InLOTu będzie realizował kampanię.

Skuteczna realizacja kampanii widoczna była w mediach i dotarła do szerokiego grona odbiorców. Informacje te przekazywane były w różnorodny sposób, w tym m.in. wywiady telewizyjne i radiowe, posty w mediach społecznościowych, artykuły w lokalnych portalach informacyjnych itp.

Na oryginalność i skuteczność przeprowadzonej kampanii – wskazuje nie tylko jej niski koszt – ale również ogromne zainteresowanie ze strony lokalnych informacji turystycznych. Była to dla nich wyjątkowa forma promocji, z którą się jeszcze nie spotkali.

Zachęcamy do odwiedzenia profilu „Wiewiórinka” na portalu społecznościowym Facebook i zapoznania się z licznymi fotorelacjami z tej wyjątkowej podróży.

Z poważaniem

MAGDALENA KLIMEK

Naczelnik Wydziału Kultury,
Promocji i Komunikacji Społecznej
z up. Prezydenta Miasta