

Strategia Promocji Miasta Piotrkowa Trybunalskiego na lata 2017 - 2021

„Strategia Promocji Miasta Piotrkowa Trybunalskiego na lata 2017-2021” podzielona jest na dwie części: diagnostyczno-analityczną oraz koncepcyjno-strategiczną.

Podstawą opracowania strategii była analiza. Badania zostały przeprowadzone wśród mieszkańców, przedsiębiorców, turystów i ekspertów. Odbyły się także spotkania konsultacyjne oraz przeprowadzono analizę konkurencji i wizerunku miasta w mediach.

Część diagnostyczną kończy podsumowanie, w którym określono przewag konkurencyjnych oraz wyzwania i obszarów problemowych.

„Z analizy i oceny potencjału marketingowego wynika, że dominują w Piotrkowie Trybunalskim zasoby związane z wielowiekową historią i dziedzictwem miasta, w szczególności wątki dot. początków parlamentaryzmu i trybunału - zostały one uznane za najbardziej wyróżniające i o największym potencjale.” - czytamy w dokumencie, którego autorzy wskazują także na inne elementy potencjału miasta: Strefę Zrzutu PeTe Sky Dive, tradycje browarnicze, miejsca kultu religijnego oraz położenie geograficzne.

„Nie bez znaczenia w działaniach promocyjnych są też aktywni mieszkańcy, deklarujący otwartość i chęć partycypacji w przedsięwzięciach promocyjnych oraz postrzegany klimat spokojnego, bezpiecznego, kameralnego miasta.” - dodają twórcy dokumentu.

Po analizie opracowana została część koncepcyjno-strategiczna, która określa cele i kierunki promocji na najbliższe lata. Ich zadaniem jest budowa silnej, prestiżowej marki Piotrków Trybunalski, poprawa konkurencyjności oferty promocyjnej oraz wytworzenie u mieszkańców silnego poczucia identyfikacji z nowym wizerunkiem miasta.

Podsumowaniem opracowania koncepcji jest hasło „Wielkim plan - wspólna reprezentacja”, które jest identyfikacją pozycjonowania marki naszego miasta. Efektem opracowania jest także nowe logo miasta, które oficjalnie zostało zaprezentowane w środę (14.03.2018).