

# **STRATEGIA PROMOCJI GMINY KOLUSZKI**



**na lata 2013-2020**

Urząd Miejski w Koluszkach  
Wydział Inwestycji i Rozwoju Gospodarczego  
Biuro Promocji i Obsługi Inwestora

Koluszki 2013 r.

## Wstęp

---

Strategia promocji miasta to jedno z narzędzi strategii rozwoju, umożliwiające wykreowanie jego pozytywnego wizerunku: na zewnątrz – co w konsekwencji ma na celu spowodowanie napływu kapitału i inwestycji oraz do wewnątrz – w celu budowy większej świadomości wśród społeczności lokalnej i włączenie jej do realizacji strategii rozwoju miasta.

Budowa strategii promocji miasta wymaga szeregu działań marketingowych, mających na celu budowanie jego pozytywnego wizerunku oraz promowanie poszczególnych obszarów działania. Strategia promocji miasta jest jedną z najważniejszych strategii marketingowych jakie miasto powinno realizować, ponieważ w dużym stopniu przesądza to o wyborze miejsca lokalizacji inwestycji przez potencjalnych inwestorów, a co za tym idzie o sukcesie gospodarczym regionu.

Współczesny świat zmusza miasta do konkurencji ze sobą o nowych inwestorów, o nowych mieszkańców i turystów. Wiele z nich opracowuje strategię rozwoju i strategię marki, która ma zmienić, poprawić lub utrwalić wizerunek miasta, stając się tym samym narzędziem wspomagającym skuteczne ściąganie uwagi, zarówno nowych projektów inwestycyjnych, turystów czy mieszkańców innych miast, poszukujących nowych, atrakcyjnych miejsc do życia.

Władze jednostek samorządu terytorialnego coraz częściej ze sprawy marki swojego miasta czynią jeden z priorytetów i wiodących kierunków działania.

Na strategię marki miasta składa się jego tożsamość, która wynika z jego historii i z obecnego potencjału kulturowego, politycznego, ekonomicznego i społecznego.

W dotychczasowej promocji Gminy Koluszki mimo różnych działań oraz środków promocyjnych nie udało się wykreować oczekiwanego wizerunku gminy, a tym samym odróżnić jej od innych, podobnych charakterem gmin w Polsce i Europie.

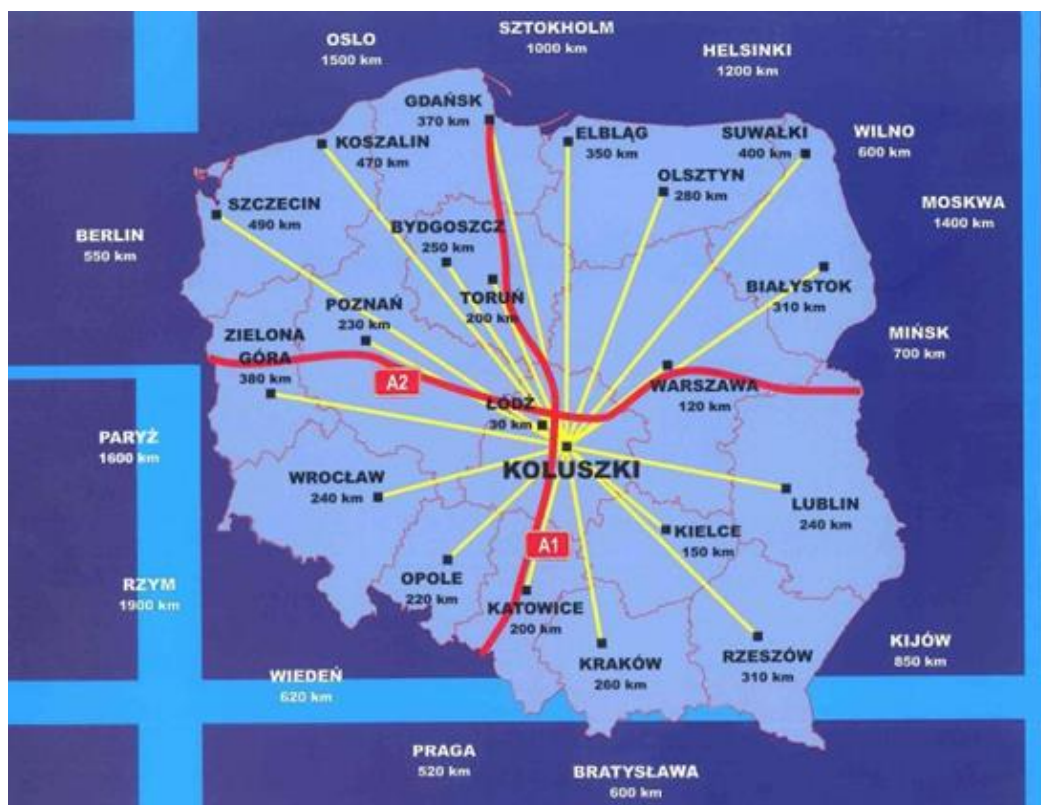
Tylko jednolita i spójna strategia promocji Gminy Koluszki oraz strategia marki „Koluszki zawsze w centrum”, pozwoli na wykorzystanie istniejących szans rozwoju nowych

inwestycji, rozwoju gospodarczego, poprawy jakości życia mieszkańców, rozwoju kultury, turystyki i sportu.

## Charakterystyka Gminy Koluszki

Gmina Koluszki leży w centralnej Polsce, na terenie województwa łódzkiego, w powiecie łódzkim wschodnim, obejmując swoim obszarem powierzchnię 15 723 ha i licząc ponad 23 000 mieszkańców. Koluszki położone są między Wysoczyzną Rawską a wzniesieniami Garbu Łódzkiego, będącego pozostałością oddziaływania lodowców na tym terenie. Znajdująca się tutaj Dolina rzeki Mrogi, rozcina tereny na północny zachód od miasta.

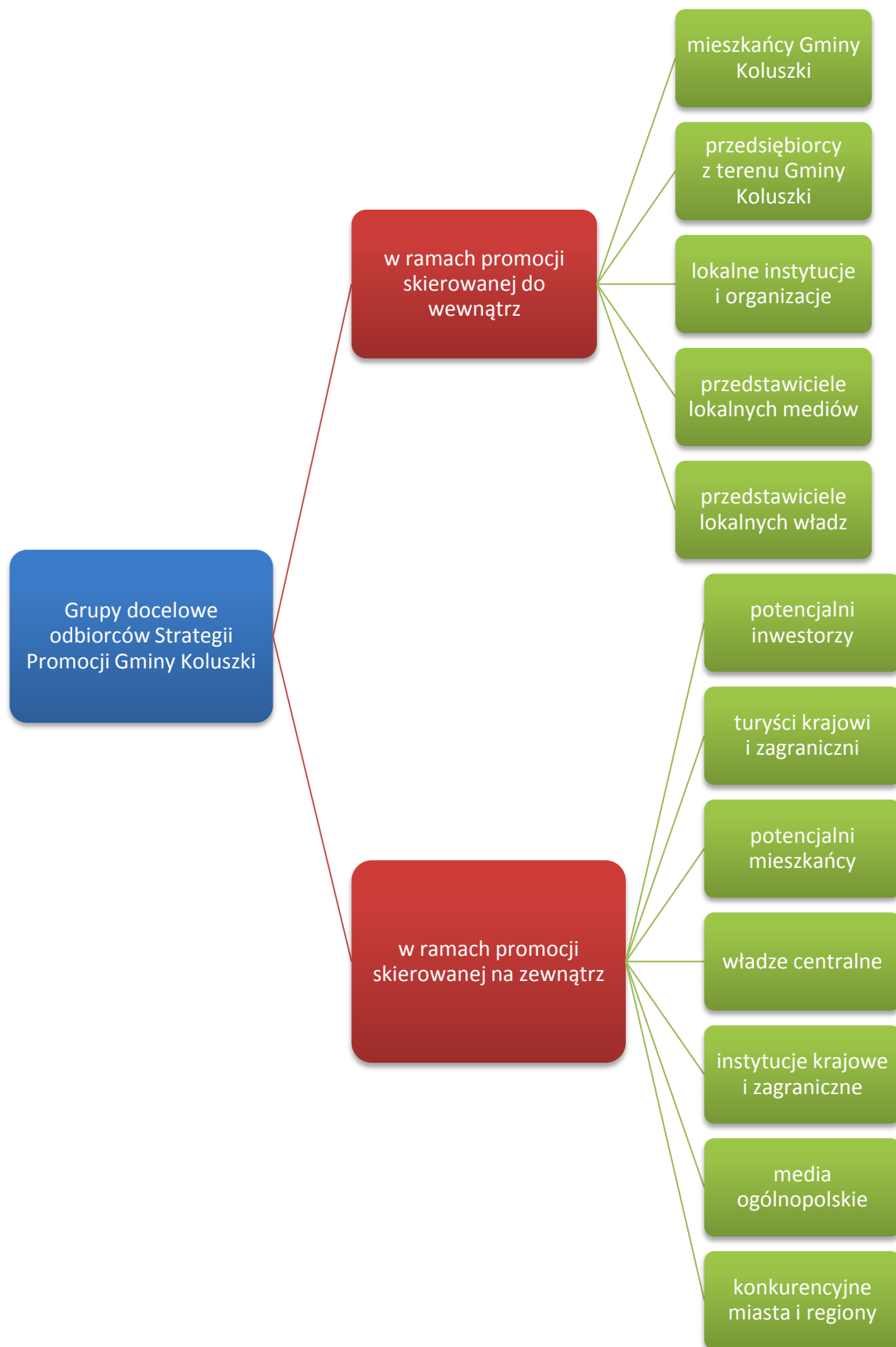
Przez Koluszki prowadzą szlaki tranzytowe w kierunku Łodzi i Katowic. W odległości 25 km znajduje się skrzyżowanie autostrad A1 i A2, a w odległości 15 km wyjazd na autostradę A1. W kierunku Piotrkowa Trybunalskiego, zaledwie 35 km od centrum miasta Koluszek znajduje się „węzeł Moszczenica”, będący skrzyżowaniem drogi krajowej nr 8 oraz A1.



Na terenie Gminy Koluszki znajduje się jeden z głównych węzłów kolejowych w kraju. Przez miasto Koluszki biegnie szybka kolej na linii Łódź-Warszawa. Po jej modernizacji podróż z Koluszek w kierunku Łodzi będzie trwała ok. 20 minut, a w stronę Warszawy ok. 45 minut.

Koluszki położone są w odległości 30 km od stolicy województwa – Łodzi, gdzie znajduje się najbliższe lotnisko im. Władysława Reymonta (Lublinek), oraz w odległości 90 km od stołecznej Warszawy i międzynarodowego Portu Lotniczego im. Fryderyka Chopina (Okęcie).

## Grupy docelowe odbiorców Strategii Promocji Gminy Koluszki



Wszystkie te grupy są bardzo istotne w procesie komunikacji Gminy Koluszki z bliższym i dalszym otoczeniem. W pierwszej kolejności należy skupić się jednak na czterech grupach tj.: potencjalnych inwestorach, mieszkańcach Gminy Koluszki, potencjalnych mieszkańcach oraz turystach.

Wybór tych czterech grup odbiorców, podyktowany został próbą skupienia poszczególnych działań promocyjnych na najistotniejszych obszarach.

Biorąc pod uwagę cele promocji, kluczową grupą docelową są potencjalni inwestorzy. Gmina Koluszki posiada w pełni uzbrojone i przygotowane tereny inwestycyjne objęte statusem Łódzkiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej, Podstrefy Koluszki, których centralne położenie na mapie Polski i Europy daje dużą przewagę nad innymi miastami w konkurencji o nowych inwestorów, dla których to właśnie lokalizacja, a także sieć komunikacyjna, pomoc publiczna, ulgi podatkowe, szybkie procedury, korzystny lokalny rynek pracy wraz z dostępem do odpowiednich zasobów pracy i kapitału ludzkiego oraz profesjonalna obsługa i wsparcie samorządu Koluszek przyniesie wymierne korzyści.

Mieszkańcy Gminy Koluszki stanowią jej największe bogactwo, zasób i potencjał rozwoju, dlatego wszystkie działania, które podejmują władze samorządowe, powinny docelowo przekładać się na wzrost jakości życia mieszkańców.

Pozyskanie nowych mieszkańców posiadających kreatywne osobowości, którzy mogą swoim doświadczeniem, a także zdobytą wiedzą wzbogacić kapitał ludzki, pokaże na zewnątrz, że Gmina Koluszki to miejsce atrakcyjne i dobre do życia oraz dalszego rozwoju.

## Analiza SWOT kluczowych kompetencji Gminy Koluszki

---

Analiza SWOT jest techniką analityczną, stosowaną we wszystkich obszarach planowania strategicznego, jako uniwersalne narzędzie pierwszych etapów analizy strategicznej. Polega ona na segregacji posiadanych informacji w danym zakresie na cztery kategorie czynników strategicznych:

**S (Strengths) – mocne strony**, czyli wszystko to, co stanowi atut i przewagę analizowanego problemu,

**W (Weaknesses) – słabe strony**, czyli wszystko to, co stanowi słabość i barierę oraz wadę analizowanego problemu,

**O (Opportunities) – szanse**, a więc wszystko to, co stwarza szansę korzystnej zmiany,

**T (Threats) – zagrożenia**, a więc wszystko to, co stwarza niebezpieczeństwo zmiany na niekorzyść.



### **Mocne strony**

- położenie w centrum Polski, dobre skomunikowanie,
- jeden z największych węzłów kolejowych w Polsce,
- bliskość miasta Łodzi z lotniskiem im. Wł. Reymonta,
- bliskość miasta Warszawy z międzynarodowym lotniskiem im F. Chopina,
- bliskość skrzyżowania autostrad A1 i A2
- w pełni przygotowane tereny inwestycyjne,
- szeroka działalność kulturowa i sportowa na terenie Koluszek,
- liczne imprezy kulturalne,
- atrakcyjne nieruchomości przeznaczone do zabudowy mieszkaniowej,
- wysoki poziom wykształcenia mieszkańców,
- bogata oferta edukacyjna,
- duży potencjał ludzki,
- bogata oferta gastronomiczna,
- szybka kolej na linii Łódź-Warszawa.

### **Słabe strony**

- brak miejsc noclegowych,
- problem bezrobocia,
- zaniedbane tereny dworca i okolic,
- zły stan dróg,
- mały napływ inwestorów z zewnątrz,
- niska estetyka i brak wspólnej dbałości o otoczenie,
- brak spójnej identyfikacji wizualnej miasta,
- mało urozmaicona oferta spędzania wolnego czasu.

## **Analiza SWOT**

### **Szanse**

- położenie geograficzne na szlakach tranzytowych,
- infrastruktura drogowa i kolejowa,
- dobre zaplecze sportowo-rekreacyjne,
- nowoczesne kino "Odeon 3D",
- Koluszki atrakcyjne pod względem inwestycyjnym,
- dopływ zagranicznego kapitału i technologii,
- pozyskanie środków pomocowych z Unii Europejskiej,
- promocja przedsiębiorczości,
- zwiększenie siły nabywczej mieszkańców,
- rozwój systemów infrastruktury technicznej.

### **Zagrożenia**

- wykorzystanie atutów geograficznych i ekonomicznych przez konkurencję z regionu,
- małe zainteresowanie inwestorów,
- zwiększona migracja mieszkańców,
- duża niepewność działania wynikająca z wielu zmian gospodarczych, społecznych i politycznych,
- zbyt niski wzrost gospodarczy dla zapewnienia odpowiedniego tempa tworzenia miejsc pracy.

## Misja Gminy Koluszki

---

Misją organizacji jest powód jej istnienia, wyróżniający ją od wszystkich innych. Misję można opisać w kategoriach wyrobów i rynków, usług i klientów. Misję organizacji przekłada się na zadania, które musi wykonać organizacja, by zrealizować cel. Definiowanie misji organizacji jest głównym krokiem w formułowaniu celów.

Wizja organizacji to ogólny lub szczegółowy obraz przyszłości organizacji(...)<sup>1</sup>.



<sup>1</sup> Źródło: <http://pl.wikipedia.org/wiki/Organizacja>

## Wizja Gminy Koluszki

---

### Wizja Gminy Koluszki

- Gmina Koluszki poprzez dobre zarządzanie swoim rozwojem, a także wzmocnionymi działaniami promocyjnymi stanie się miejscem lokalizacji inwestycji, które zapewnią mieszkańcom nowe miejsca pracy, a także warunki sprzyjające samorealizacji i rozwoju, które wniosą istotne i trwałe zmiany w życiu społecznym gminy.
- Gmina wykorzystując swoje niezwykle walory przyrodnicze i wydarzenie historyczne z okresu I Wojny Światowej stanie się miejscem atrakcyjnym turystycznie.

## Cele strategiczne Gminy Koluszki

---

Na podstawie analizy SWOT oraz misji i wizji określone zostały cele strategiczne.



Mając na uwadze dużą konkurencję wśród jednostek terytorialnych, zachodzi ogromna potrzeba budowy silnej marki „Koluszki zawsze w centrum”, która nawiązując do centralnego położenia w Polsce i Europie, wskazuje również na fakt, że Koluszki są zawsze w centrum inwestycji, wydarzeń kulturalnych i sportowych, w centrum turystyki i połączeń komunikacyjnych, stając się tym samym dobrym i atrakcyjnym miejscem do mieszkania i satysfakcji z bycia jej mieszkańcem.

Szczególnie ważnym celem dla działań samorządu Gminy Koluszki jest pozyskanie nowych partnerów w zakresie inwestycji na terenach Łódzkiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej- Podstrefy Koluszki oraz pozostałych obszarach przeznaczonych do tego celu. Stworzenie dogodnych warunków oraz profesjonalna obsługa przedsiębiorców, pomoc ze strony władz gminy, przełoży się na wzrost rozwoju gospodarczego regionu. Nowi inwestorzy i dobrze prosperujące przedsiębiorstwa są gwarantem nowych miejsc pracy i możliwości samorealizacji oraz rozwoju zawodowego społeczności lokalnej, co w konsekwencji spowoduje wzrost jakości i poziomu życia mieszkańców Gminy Koluszki.

Promocja oferty turystycznej, sportowej oraz kulturalnej jest kluczowym działaniem zmierzającym do zainteresowania turystów bogactwem przyrodniczym gminy, rozbudowaną infrastrukturą sportową, interesującą propozycją imprez i wydarzeń kulturalnych oraz szerokim wachlarzem propozycji kulinarnych lokali gastronomicznych, zlokalizowanych na terenie całej gminy.

Niewątpliwie istotnym celem działań strategicznych jest wzrost identyfikacji i tożsamości mieszkańców Gminy Koluszki. To właśnie oni stanowią największe bogactwo regionu. Są swoistymi ambasadorami Koluszek na zewnątrz i bardzo mocnym ogniwem w łańcuchu działań promocyjnych. Mieszkańcy, którzy utożsamiają się ze swoim miastem są jego najlepszą wizytówką i świadectwem sprawnego zarządzania przez lokalne władze.

## Marka „Koluszki zawsze w centrum”

---

Obecnie dobra oferta inwestycyjna i turystyczna już nie wystarczają. Miasto, które ubiega się o uwagę potencjalnych przedsiębiorców i zwiedzających musi posiadać rozpoznawalną markę, która to miejsce charakteryzuje. Dlatego coraz częściej samorzady podejmują trud tejsze inicjatywy.

Istnieje szereg gmin i miast o podobnym charakterze do Gminy Koluszki, podobnych pod względem oferty inwestycyjnej, lokalizacji i udogodnień dla przedsiębiorców czy oferty turystycznej. Dlatego, aby stać się konkurencyjnym i aby zdobyć przewagę atrakcyjności miejsca nad innymi samorządami, należy zbudować silną i wyróżniającą się markę „Koluszki zawsze w centrum”, bowiem to ona stanowi podstawę budowy dobrego wizerunku, reputacji i dobrobytu.



Wszystkie działania samorządu, a także instytucji powinny być skierowane na zaprezentowanie walorów, a także możliwości, które posiada Gmina Koluszki. Każde przesłanie i działanie budujące wizerunek Gminy Koluszki, powinno być pozytywnie nacechowane.

W tym celu należy wykorzystać osiągnięcia tutejszych podmiotów gospodarczych, pokazać sylwetki osób, które osiągnęły sukces. Pokazać, że to właśnie specyfika i szczególny charakter

Koluszek oraz dobra współpraca przedsiębiorcy z tutejszym Urzędem przełożyła się na ten sukces. Dużą rolę odgrywać będzie Biuro Promocji i Obsługi Inwestora, które bardzo silnie będzie wpływało na kreowanie pozytywnego wizerunku i utrwalanie w świadomości przedsiębiorcy przekonania, że Koluszki to miasto przyjazne inwestorom. Należy oczywiście pokazywać perspektywy rozwoju w gminie, a więc promowanie w pełni uzbrojonych terenów inwestycyjnych, dobrej infrastruktury drogowej, realnej pomocy ze strony władz samorządu, profesjonalnej obsługi urzędników.

Działania powinny skupić się również na pokazywaniu Koluszek, jako pięknej i bogatej w walory przyrodnicze i krajobrazowe okolicy miasta Łodzi. Miejsca, gdzie:

- można rodzinnie wybrać się na wycieczkę rowerową, konną czy pieszą, wiodącą szlakami turystycznymi, które powstały w ramach projektu „Muzeum w przestrzeni- wielokulturowe korzenie regionu łódzkiego”,
- można skorzystać z bazy sportowej,
- można spędzić dzień podziwiając piękno okolicy zbiornika wodnego w Lisowicach,
- można dobrze zjeść w jednym z 25 barów, restauracji i pizzerii,
- można spędzić wieczór na seansie w kinie 3D.

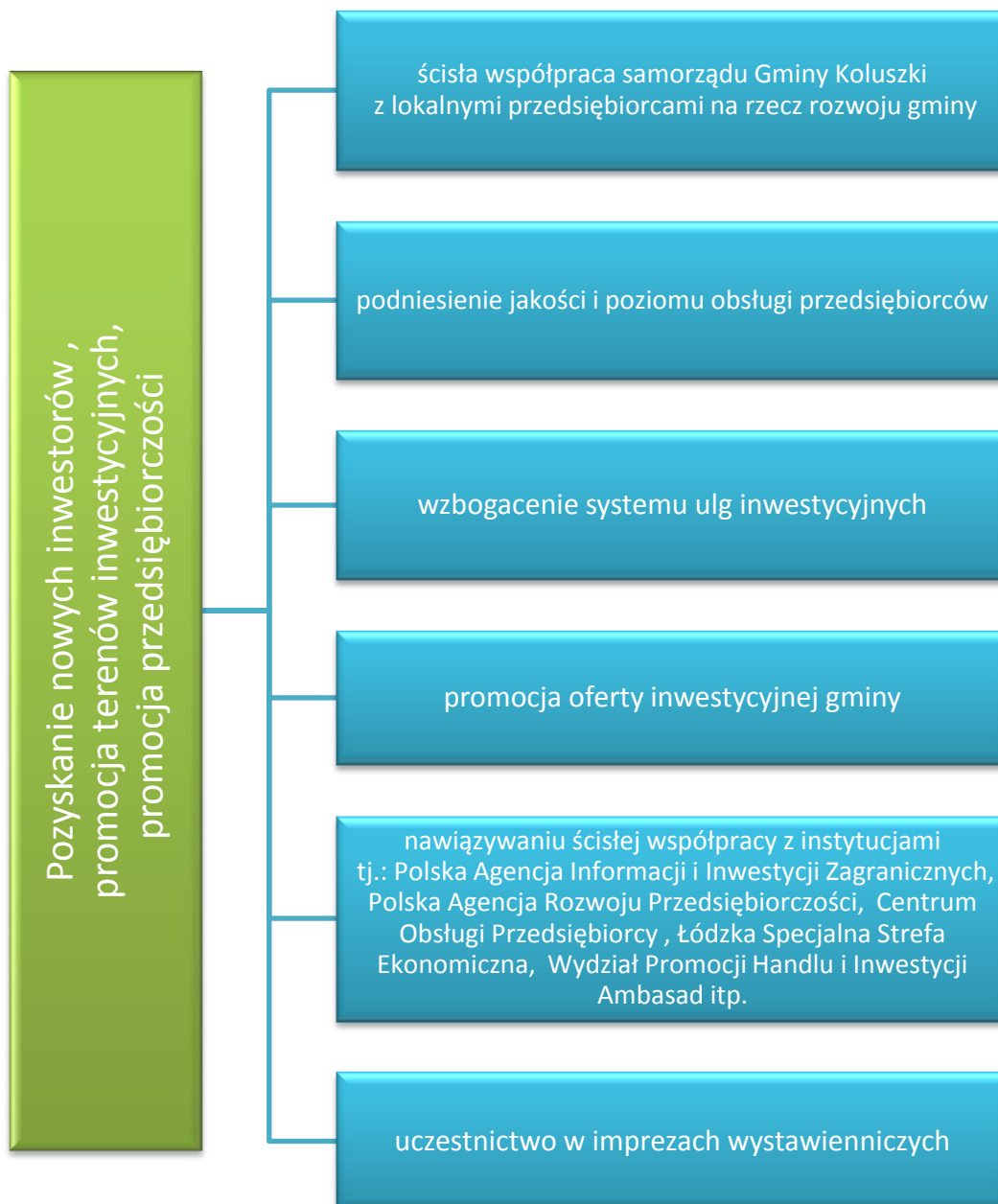
Aby Koluszki stały się konkurencyjnym miastem w regionie, by przyciągały inwestorów, lokalne władze powinny przygotować nie tylko program zachęt i ulg dla inwestorów, którzy zechcą w przyszłości stworzyć nowe miejsca pracy, ale przede wszystkim promować mocne strony gminy, ukierunkować przekaz do jak najszerszej grupy odbiorców.

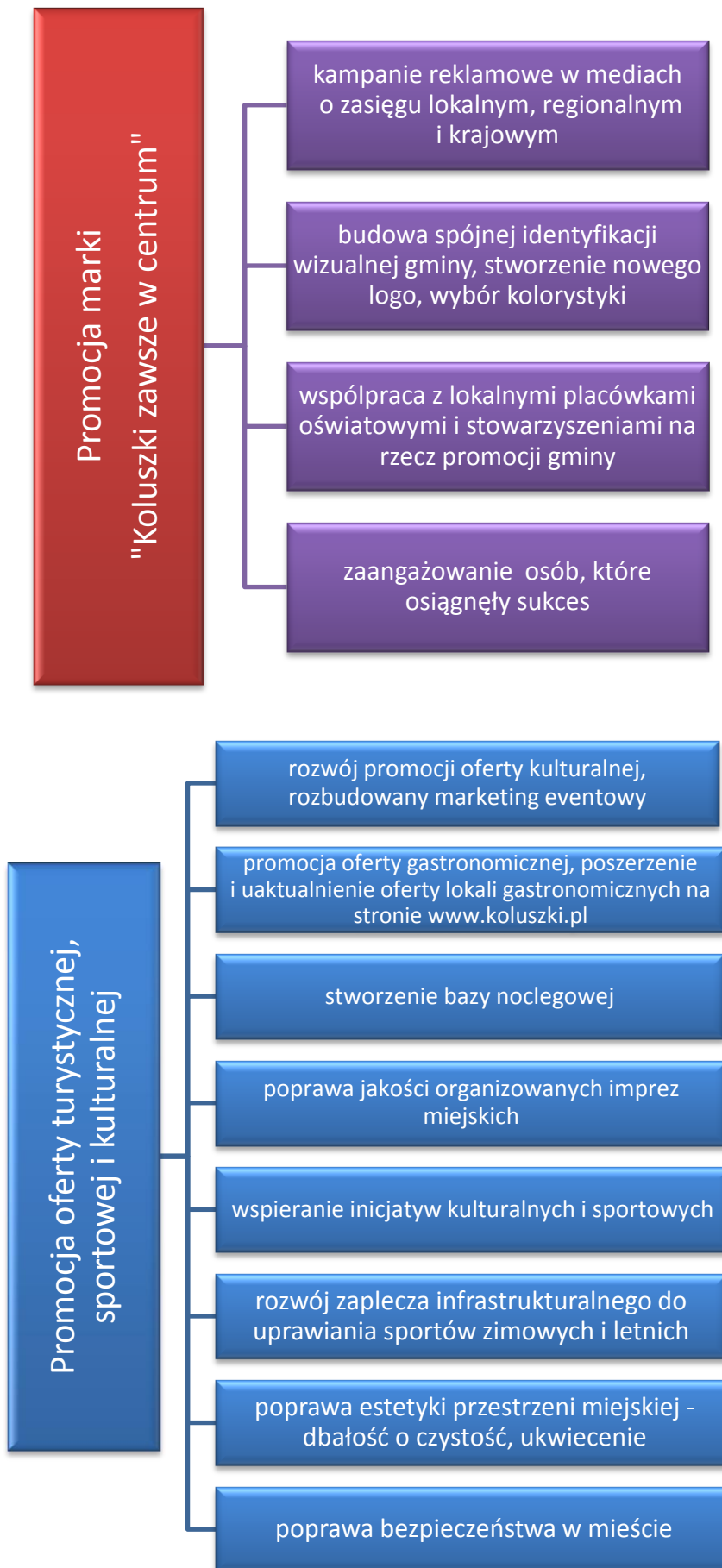
## Działania jakie należy podjąć by realizować cele strategiczne Gminy Koluszki

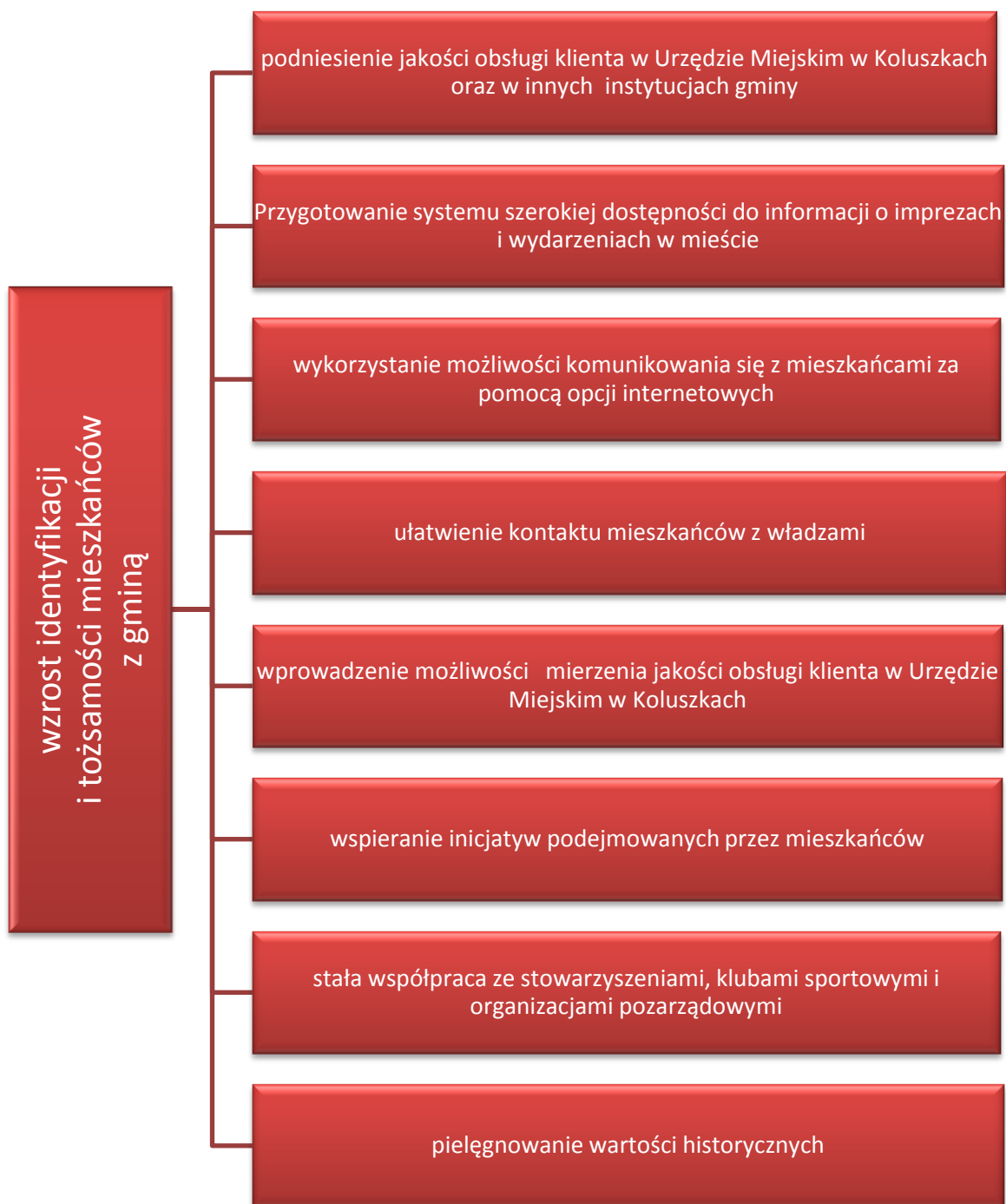
---

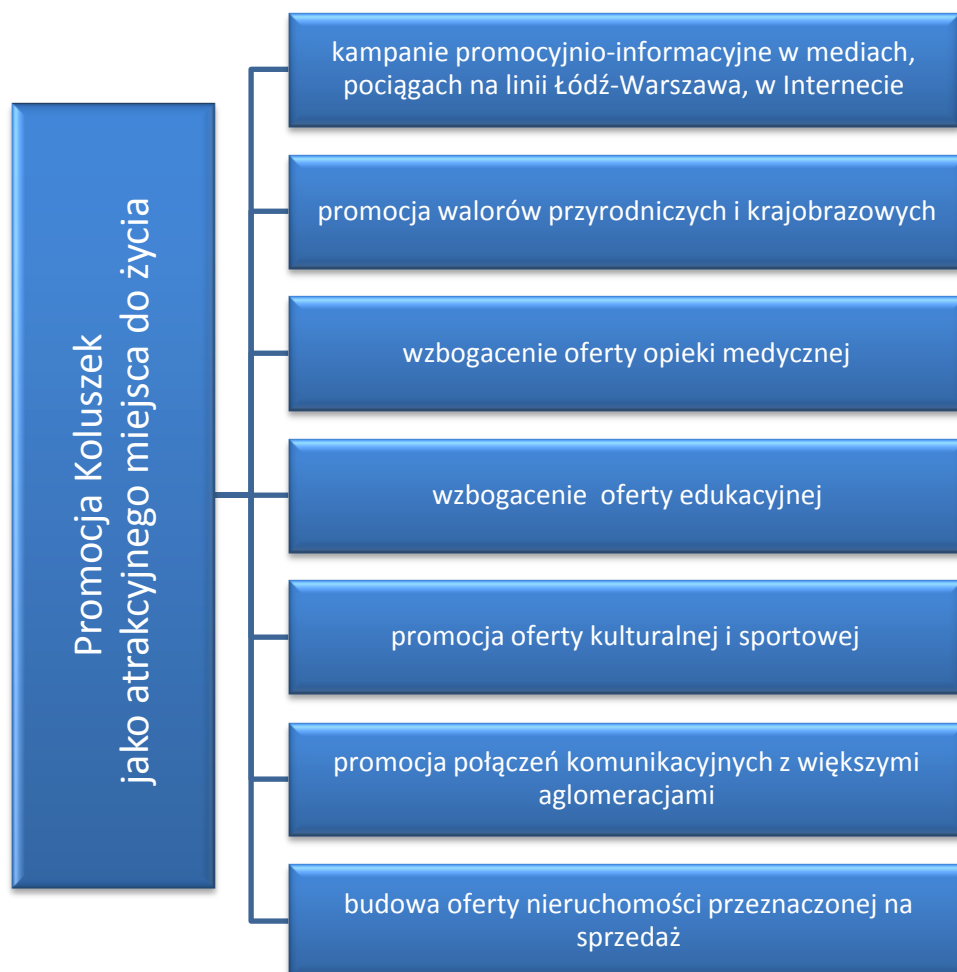












## Narzędzia wspomagające realizację celów promocyjnych Gminy Koluszki

---

Promocję miasta można zdefiniować jako zespół działań, polegających na przekazie informacji, które w odpowiednim stopniu zwiększą wiedzę o danym miejscu zarówno wśród obecnych, jak i potencjalnych mieszkańców, turystów i inwestorów.

### **1. Pozyskiwanie nowych inwestorów, promocja terenów inwestycyjnych, promocja przedsiębiorczości.**

Działania mające na celu zwrócenie uwagi inwestorów na tereny inwestycyjne zlokalizowane na terenie Koluszek oraz służące promocji przedsiębiorczości, powinny skupić się na:

- silnej promocji gminy w kampaniach internetowych, kampaniach promocyjnych w prasie lokalnej i ogólnopolskiej, reklamie telewizyjnej, radiowej i pocztowej,
- reklamie zewnętrznej w postaci bilboadrów,
- uczestnictwie w imprezach wystawienniczych,
- nawiązywaniu ścisłej współpracy z instytucjami tj.: Polska Agencja Informacji i Inwestycji Zagranicznych, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Centrum Obsługi Przedsiębiorcy, Izby Handlowe, Łódzka Specjalna Strefa Ekonomiczna itp.
- przygotowaniu kompleksowych i spójnych wydawnictw promocyjno-informacyjnych, prezentujących informacje istotne dla inwestorów,
- szerokiej dystrybucji ofert inwestycyjnych,
- organizacji cyklu szkoleń podnoszących jakość obsługi przedsiębiorców,
- opracowaniu spójnej identyfikacji wizualnej gminy,
- ulgach podatkowych dla przedsiębiorców,
- organizacji spotkań władz z przedsiębiorcami, przyznawanie nagród za wkład w rozwój gminy,

- stworzeniu systemu dodatkowych zachęt i promocji przedsiębiorstw powiększające obszar swoich inwestycji i zwiększających zatrudnienie,
- wykorzystaniu wizerunku firm i osób, które osiągnęły sukces na terenie Gminy Koluszki, wykorzystanie opinii kadry kierowniczej w materiałach na stronie internetowej gminy oraz w materiałach promocyjno-informacyjnych,
- przygotowaniu i przeprowadzeniu kampanii informacyjnej zachęcającej do założenia działalności gospodarczej,
- budowie nowoczesnej strony internetowej.

## **2. Promocja marki „Koluszki zawsze w centrum”.**

Działania mające na celu promocję marki, która będzie wyróżnikiem Koluszek w regionie i będzie rozpoznawalna w całym kraju powinna skupić się na:

- stworzeniu spójnej identyfikacji wizualnej miasta,
- stworzeniu nowego logo,
- opracowaniu wydawnictw promocyjnych,
- reklamach prasowych i radiowych,
- szerokiej kampanii internetowej,
- reklamie zewnętrznej w postaci billboardów,
- organizacji eventów (np. Dni Koluszek)
- opracowaniu materiałów audiowizualnych,
- zakupie materiałów promocyjnych,
- realizacji działań edukacyjnych wśród młodzieży,
- wykorzystanie e-mailingu do kontaktu z mieszkańcami, przedsiębiorcami i potencjalnymi inwestorami, kontrahentami,
- współpracy z lokalnymi mediami,
- promocji infrastruktury pod organizację imprez kulturalnych, turystycznych i sportowych ze szczególnym uwzględnieniem lokalizacji i walorów komunikacyjnych jakie daje centralne położenie Koluszek,
- promocji imprez sportowych, sponsoring drużyn sportowych.

### **3. Promocja oferty turystycznej, sportowej i kulturalnej gminy**

Działania w tym zakresie powinny skupić się na:

- przygotowaniu poszczególnych ofert, dostosowanych do sezonów: wiosenno-letniego oraz jesienno-zimowego,
- szerokiej promocji w/w ofert poprzez media lokalne i regionalne,
- określeniu sztywnych ram czasowych odbywania najważniejszych imprez kulturalnych i sportowych tzw. kalendarz imprez, uwzględniając imprezy, które organizują pobliskie miejscowości,
- wykorzystaniu w kampanii promocyjnej znanych osobowości,
- organizacji przynajmniej raz w roku ogólnopolskiej imprezy, która skupi uwagę mediów i zachęci mieszkańców innych miast do odwiedzenia Koluszek,
- udoskonaleniu prezentacji bieżących wydarzeń na stronie internetowej gminy,
- wsparciu organizacji imprez sportowych przez lokalne kluby,
- dofinansowaniu szkoleń sportowych dla dzieci i młodzieży,
- umieszczaniu logo gminy na obiektach sportowych podczas imprez sportowych,
- dodruku map ze szlakami turystycznymi – „Muzeum w przestrzeni-wielokulturowe korzenie regionu łódzkiego”,
- powiększeniu bazy lokali gastronomicznych na stronie [www.koluszki.pl](http://www.koluszki.pl)

### **4. Wzrost identyfikacji i tożsamości mieszkańców z gminą**

Wszelkie działania zmierzające do budowy i umacniania dobrego wizerunku Koluszek wśród mieszkańców powinien skupiać się na:

- przygotowaniu skutecznego systemu informacji mieszkańców o wydarzeniach i imprezach organizowanych w Koluszkach – np. mailing, system informacji sms,
- utrzymaniu stałych kontaktów z mediami lokalnymi – TV, prasa, radio, wspólne wydawanie specjalnych dodatków informujących o imprezach kulturalnych i sportowych,
- realizacji działań edukacyjnych wśród dzieci i młodzieży,

- prezentacji, wyróżnianiu i nagradzaniu wybitnie uzdolnionej młodzieży,
- utrzymanie stałego kontaktu władz samorządu z mieszkańcami Koluszek,
- stworzenie szerszego systemu możliwości załatwiania spraw za pomocą drogi elektronicznej,
- wykorzystaniu nowoczesnych form komunikacji władz z mieszkańcami – strona [www.koluszki.pl](http://www.koluszki.pl), facebook, twitter, newsletery do mieszkańców,
- organizacji dni otwartych w urzędzie,
- wspieraniu inicjatyw społecznych mieszkańców.

#### **5. Promocja Koluszek jako atrakcyjnego miejsca do życia**

Działania prowadzone w tym zakresie powinny skupić się na:

- kampaniach promocyjnych w mediach- billboardy reklamowe,
- silnej kampanii internetowej w połączeniu z pozycjonowaniem stron,
- kampaniach promocyjnych w pociągach na linii Łódź-Warszawa (plakaty, ulotki, foldery),
- szerokiej dystrybucji materiałów wydawniczych (folderów, plakatów, ulotek, banerów promocyjnych) na terenie pobliskich miejscowości i dużych aglomeracji tj.: Łódź, Warszawa,
- udziale w imprezach wystawienniczych,
- prezentacji filmów o Koluszkach na portalach internetowych,
- stworzeniu „wirtualnego spaceru” po Koluszkach,



## Podsumowanie

---

Koluszki to gmina, która charakteryzuje się największą dynamiką rozwoju w powiecie łódzkim-wschodnim. Koluszki to miejsce, które ma potencjał, by stać się dużą konkurencją w całym regionie łódzkim w drodze o pozyskiwanie nowych inwestorów, turystów i mieszkańców.

Koluszki mają optymistyczną perspektywę na to, aby stać się miastem innowacyjnych inwestycji, miastem chętnie odwiedzanym przez turystów, miejscem, w którym warto zamieszkać, miejscem gdzie można dobrze zjeść i spędzić wolny czas.

Przekonać do tego należy najpierw mieszkańców, a także inwestorów i przyszłych obywateli Koluszek, aby osiągnąć wszystkie cele, o których mowa w niniejszym dokumencie.