



PROMOCJA TARNOBRZEGA

*Prezentację przygotował Wydział Promocji, Kultury,
Sportu i Komunikacji Społecznej*





DZIAŁANIE STRATEGICZNE

STRATEGIA PROMOCJI MIASTA TARNOBRZEGA OPIERA SIĘ NA WIELOKIERUNKOWYCH DZIAŁANIACH I STOPNIOWEJ REALIZACJI WYZNACZONYCH CELÓW.

W PIERWSZYM ETAPIE SKONCENTROWALIŚMY SIĘ NA ZWIĘKSZENIU ZASIĘGÓW I BUDOWANIU SPOŁECZNOŚCI W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH – OBECNIE NAJWAŻNIEJSZYM KANAŁE KOMUNIKACJI SAMORZĄDÓW, ZWIĘKSZYLIŚMY TAKŻE ZAKRES WYKONANIA MATERIAŁÓW PROMOCYJNYCH I ICH DYSTRYBUCJI.

DRUGI ETAP OBEJMOWAŁ KREOWANIE POZYTYWNEGO WIZERUNKU TARNOBRZEGA POPRZECZ WYKORZYSTANIE POTENCJAŁU JEZIORA TARNOBRZESKIEGO JAKO KLUCZOWEGO ATUTU TURYSTYCZNEGO I REKREACYJNEGO (OBECNOŚĆ W MATERIAŁACH PROMOCYJNYCH, ORGANIZACJA WYDARZEŃ).

TRZECI ETAP, KTÓRY JEST PRZED NAMI, BĘDZIE SKUPIAŁ SIĘ NA ROZWOJU POTENCJAŁU GOSPODARCZEGO, PROMOCJI LOKALNYCH FIRM ORAZ PRZEDSTAWIANIU OFERTY INWESTYCYJNEJ MIASTA. STRATEGIA POSIADA JASNO OKREŚLONĄ WIZJĘ, MISJĘ I CELE. JEST ELASTYCZNA I DOSTOSOWUJE SIĘ DO DYNAMICZNYCH WARUNKÓW.



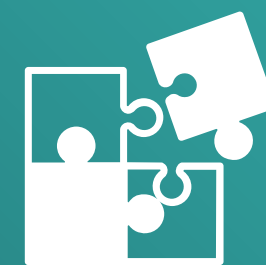
“KROPLA DRAŻY SKAŁĘ, NIE SIŁĄ, LECZ CZĘSTYM SPADANIEM”

/Owidiusz/



PROMOCJA = PROCES

- Strategia
- Konsekwencja
- Rzetelna praca
- Pasja
- Zaangażowanie



PROMOCJA = PRACA ZESPOŁOWA

- Współpraca wewnętrzna
- Kooperacja zewnętrzna
- Siła oddziaływania
- Rozbudzanie miłości do miasta
- Razem można więcej!





Wydatki na promocję miasta w 2024 roku

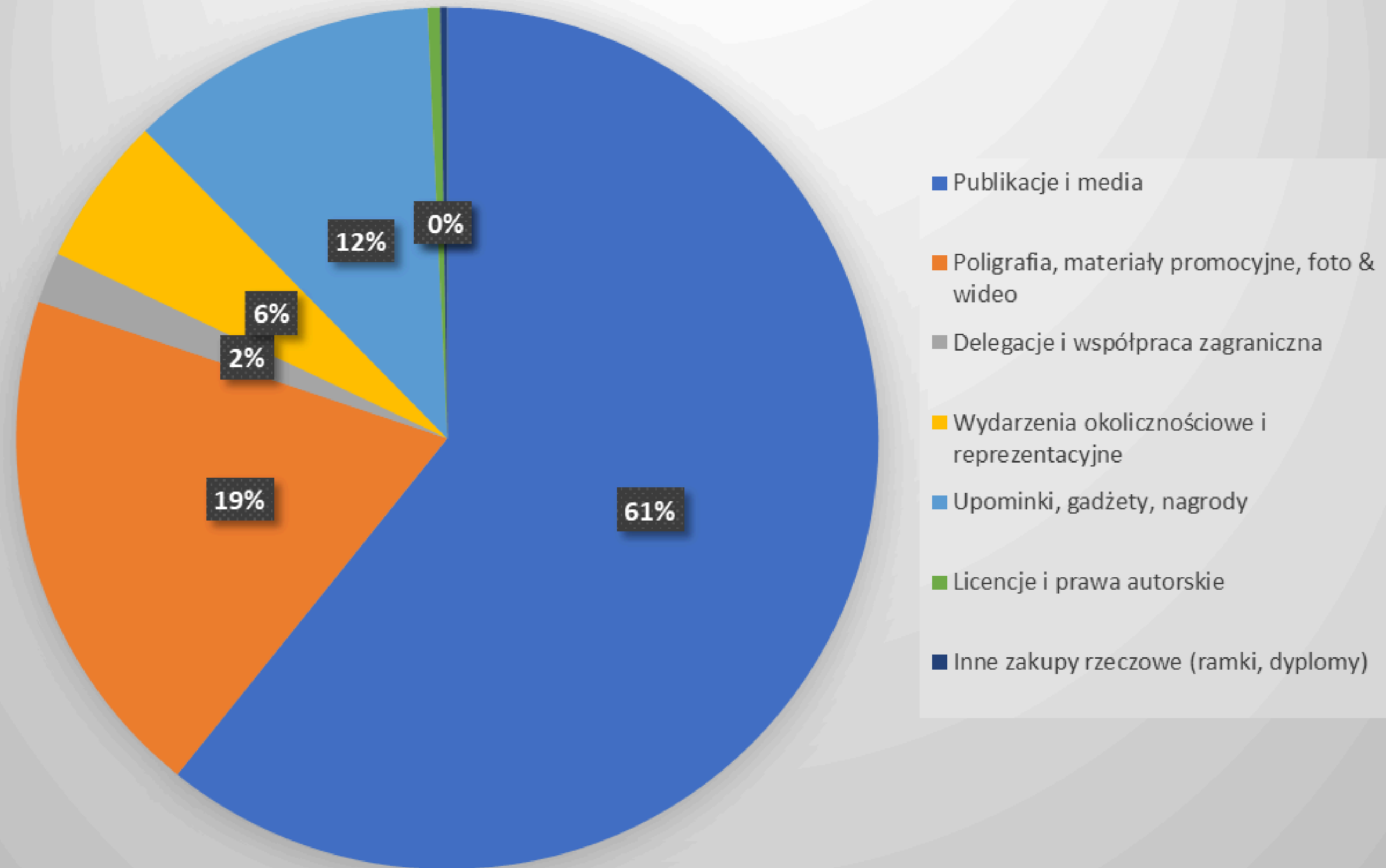
- Publikacje i media – 264 080,39 zł
- Poligrafia, materiały promocyjne, foto & wideo – 84 230,10 zł
- Delegacje i współpraca zagraniczna (Francja) – 8 286,50 zł
- Wydarzenia okolicznościowe i reprezentacyjne – 24 307,30 zł
- Upominki, gadżety, nagrody – 50 485,50 zł
- Licencje i prawa autorskie – 2 044,12 zł
- Inne zakupy rzeczowe (ramki, dyplomy) – 1 147,34 zł

Łącznie: 409 575,15 zł

Łącznie za 2023 rok: 423 260,00 zł

Plan na 2025 rok: 369 000,00 zł + 100 000,00 zł (lipiec)

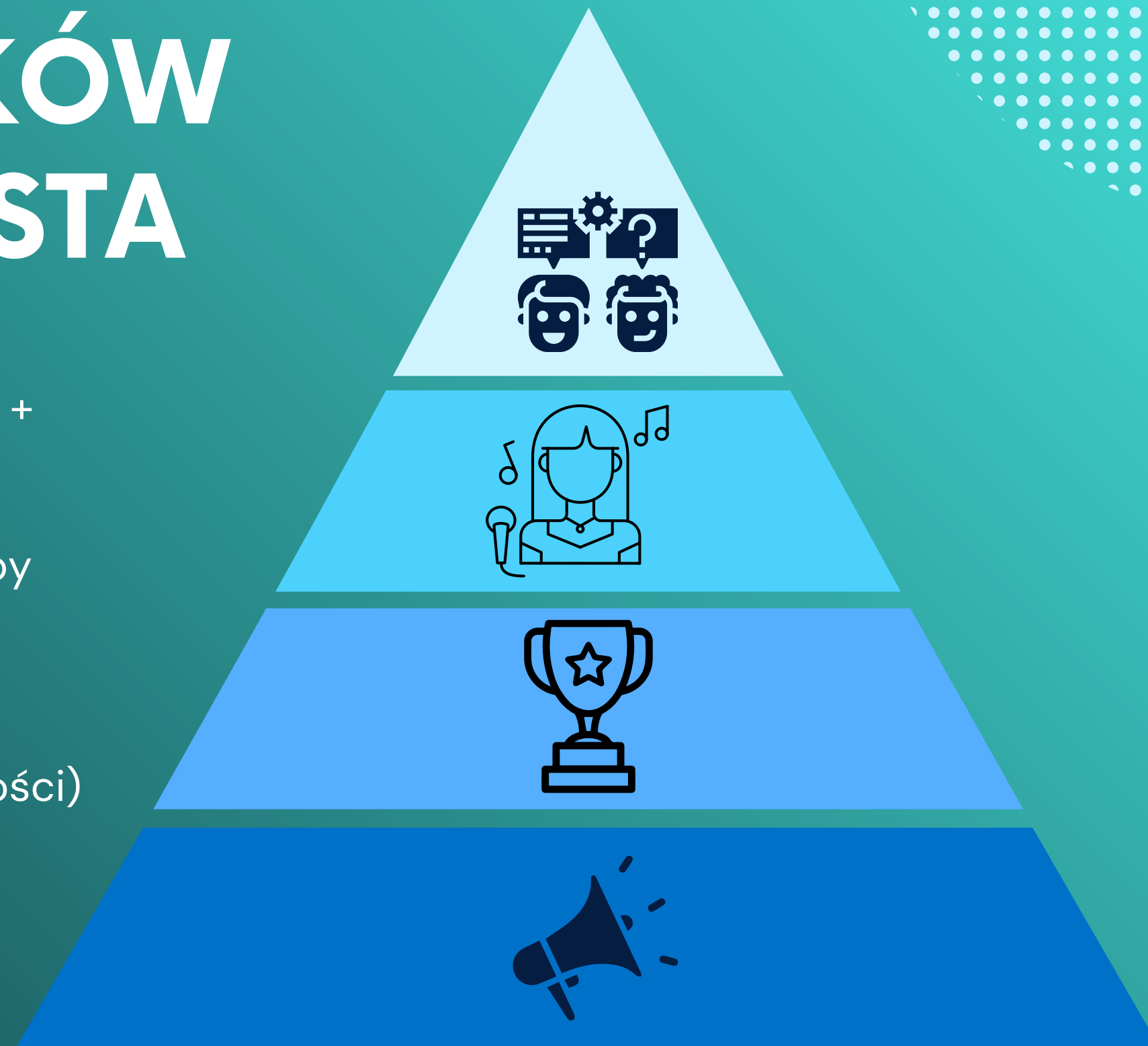
Wydatki na promocję 750-75075





GRADACJA WYDATKÓW NA PROMOCJĘ MIASTA

- 01 Publikacje, media i promocja (Poligrafia + Media + Foto & Wideo)
- 02 Upominki, nagrody, licencje i inne zakupy rzeczowe
- 03 Wydarzenia okolicznościowe i reprezentacyjne (Spotkania, uroczystości)
- 04 Delegacje i współpraca zagraniczna





PIERWSZA ODSŁONA KALENDARZA IMPREZ W TARNOBZRZEGU

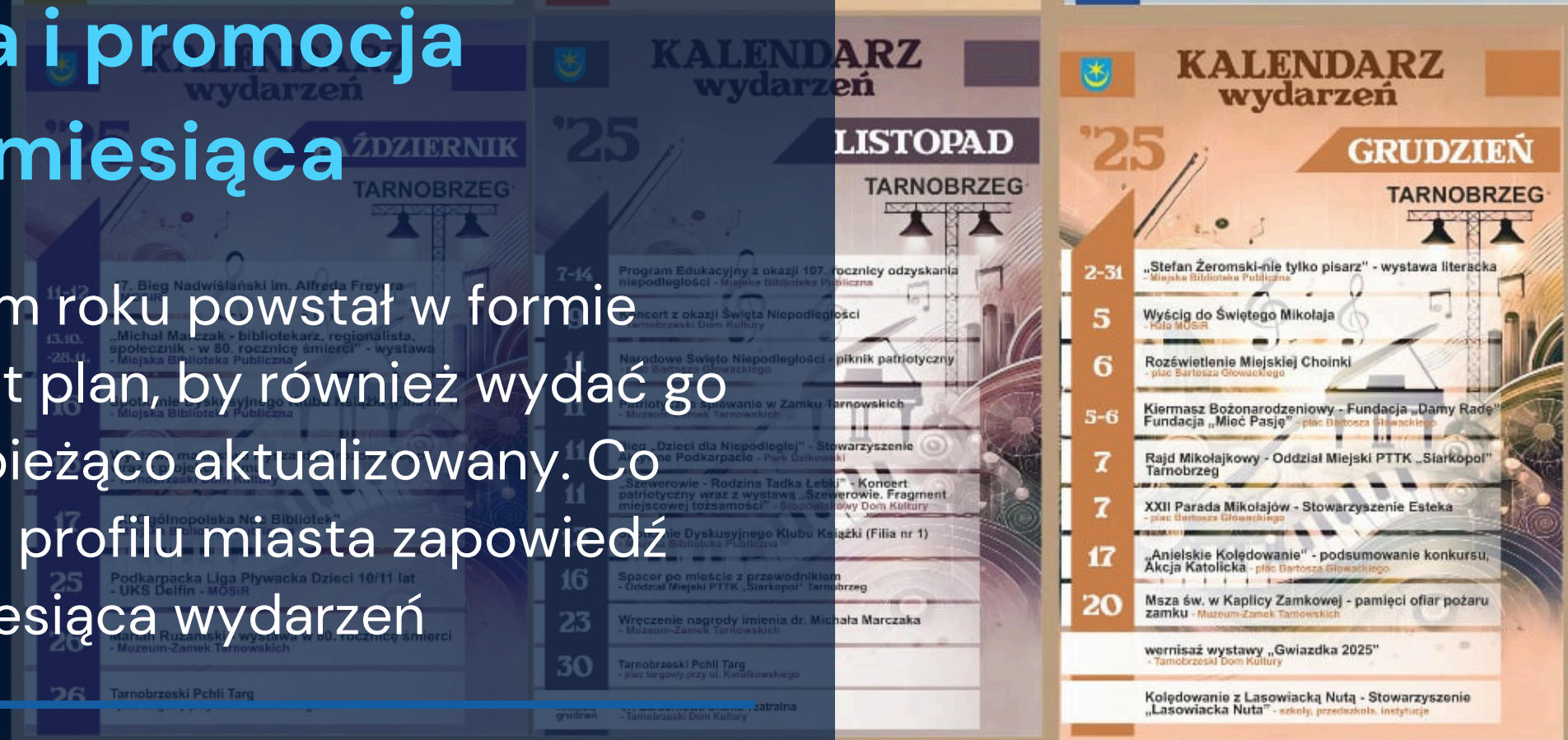
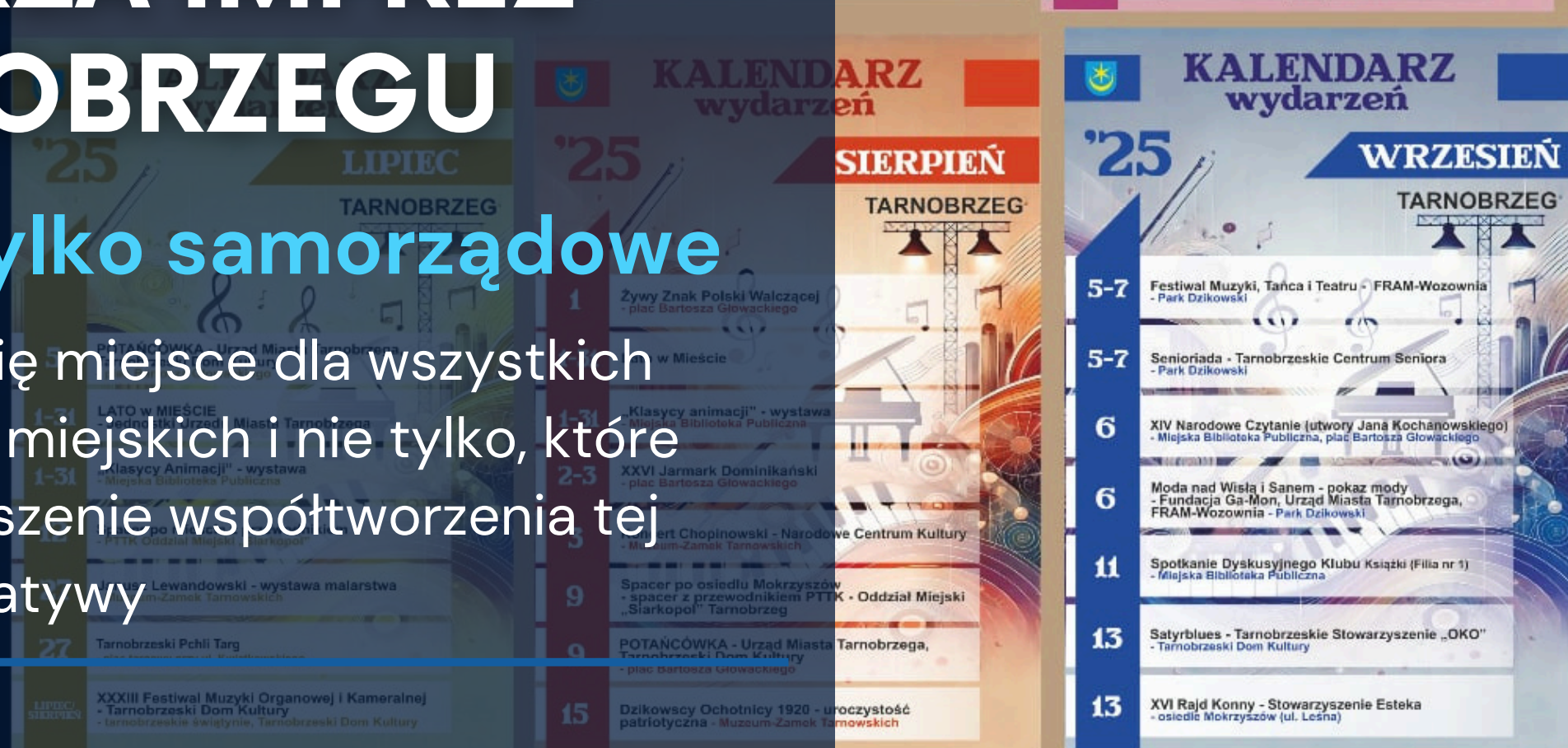
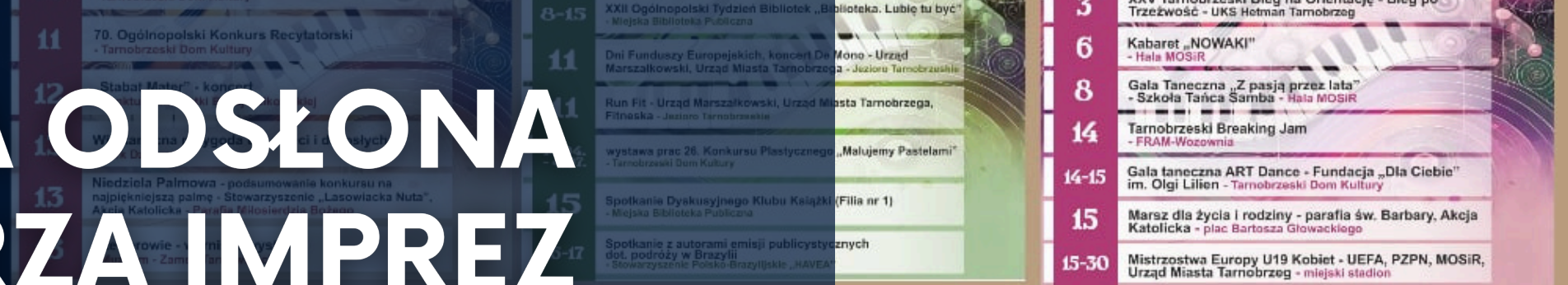
Wydarzenia nie tylko samorządowe

W kalendarzu znalazło się miejsce dla wszystkich stowarzyszeń i instytucji miejskich i nie tylko, które odpowiedziały na zaproszenie współtworzenia tej inicjatywy

Aktualizacja i promocja każdego miesiąca

Kalendarz, który w tym roku powstał w formie elektronicznej (za rok jest plan, by również wydać go papierowo) – jest na bieżąco aktualizowany. Co miesiąc pojawia się na profilu miasta zapowiedź kolejnego miesiąca wydarzeń

TARNOBZRZEG





PROMOCJA WYDARZEŃ KREOWANA PRZEZ WYDZIAŁ

Nie tylko nadzór, ale także inicjatywa

Wydział nie tylko prowadzi nadzór nad instytucjami, które inicjują wydarzenia. Inicjujemy i współtworzymy wydarzenia miejskie.

Wsparcie w tworzeniu grafik – plakatów i zapowiedzi wydarzeń

Instytucje, stowarzyszenia, grupy inicjatyw lokalnych niejednokrotnie korzystają z pomocy w projektowaniu plakatów, które trafiają do internetu, albo na miejskie słupy ogłoszeniowe. Współtworzymy wraz z nimi te wydarzenia i wspieramy poprzez dostępne nam kanały komunikacyjne

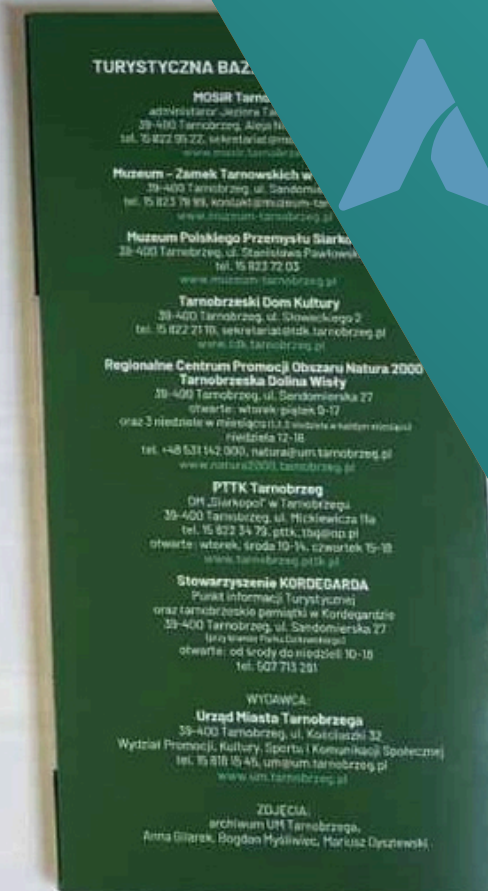


TYMCZASOWY SYSTEM IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Dwujęzyczna ulotka (j. polski, j. angielski)
Album miejski stworzony przy współpracy
z Wydawnictwem Samorządowym
Firmowe teczki miejskie

Są to nowe, dotychczas niewydawane
pozycje wydawnicze druków Urzędu
Miasta Tarnobrzega.

Są to niezbędne materiały, które
służą do podstawowej formy
promocji miasta.





“DWIE LINIE” GADŻETÓW MIEJSKICH

Dystrybucja gadżetów miejskich to ciesząca się ogromnym zainteresowaniem forma promocji 😊

Pracownicy Wydziału opracowali “dwie linie” gadżetów, są wśród zamówionych materiałów – te z herbem miasta, a po raz pierwszy postaviliśmy na gadżety z logo Jeziora Tarnobrzskiego.



PATRONATY HONOROWE 2024 VS. 2025

65

2024

53

do końca lipca 2025

Patronat Honorowy Prezydenta rzadko łączy się jedynie z samym jego nadaniem.

Za jego przyznaniem prawie zawsze idzie:

- wsparcie organizacyjne
- wsparcie merytoryczne
- udział jednostek miasta w organizacji
- przekazanie materiałów promocyjnych
- wsparcie bazą kontaktów do organizacji, które mogą wzbogacić wydarzenie swoim udziałem





LATA 20' XXI WIEKU TO DOMINACJA SOCIAL MEDIÓW W MARKETINU

Pomysł na profil



Każdy dzień w prowadzeniu profilu w social mediach to kreatywna praca nad "obrazem" i słowem

Właściwy content

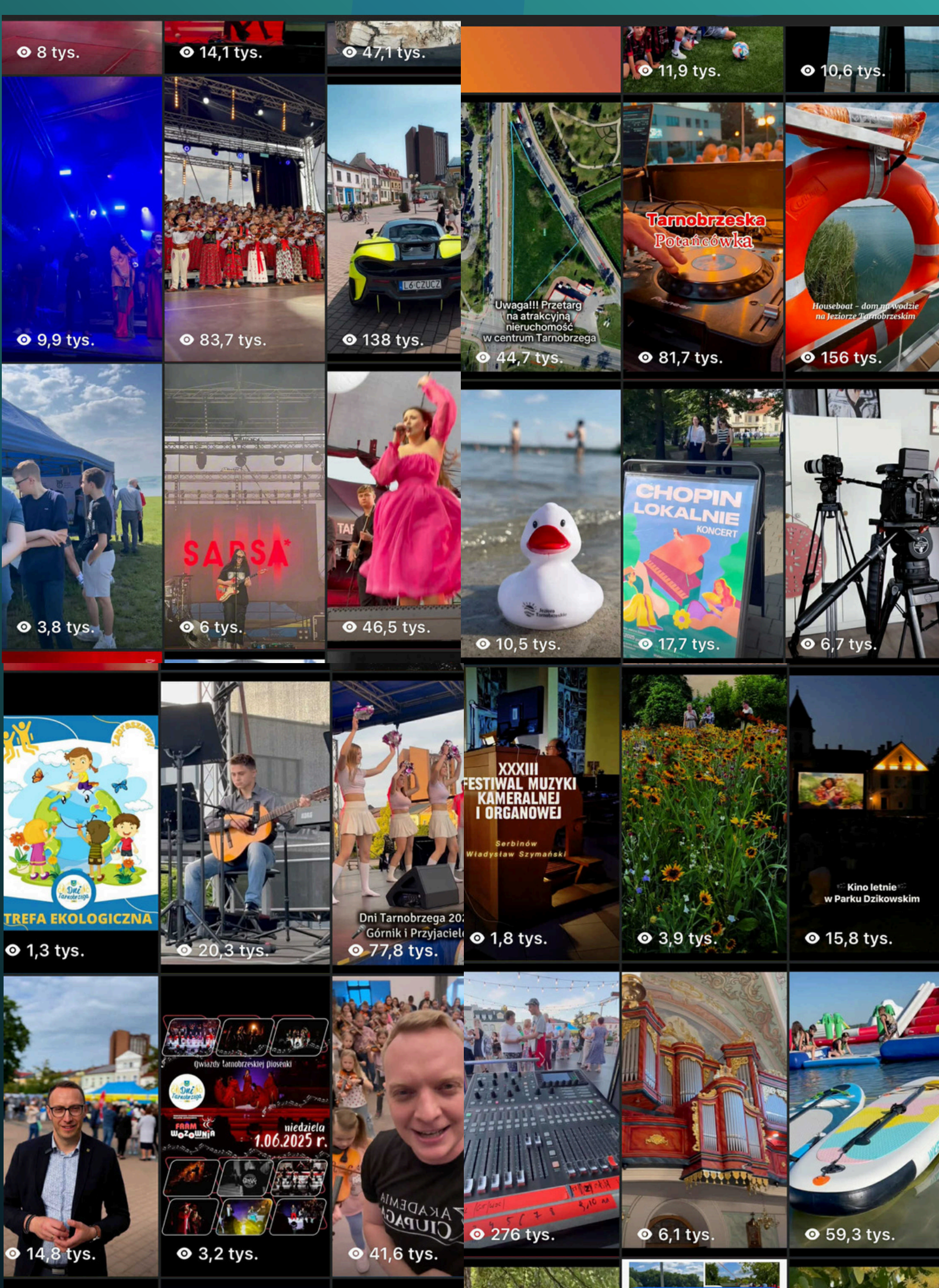


Słowo-klucz współczesnych social mediów, znalezienie odpowiedniego contentu to sukces

Obserwacja statystyk i wnioski

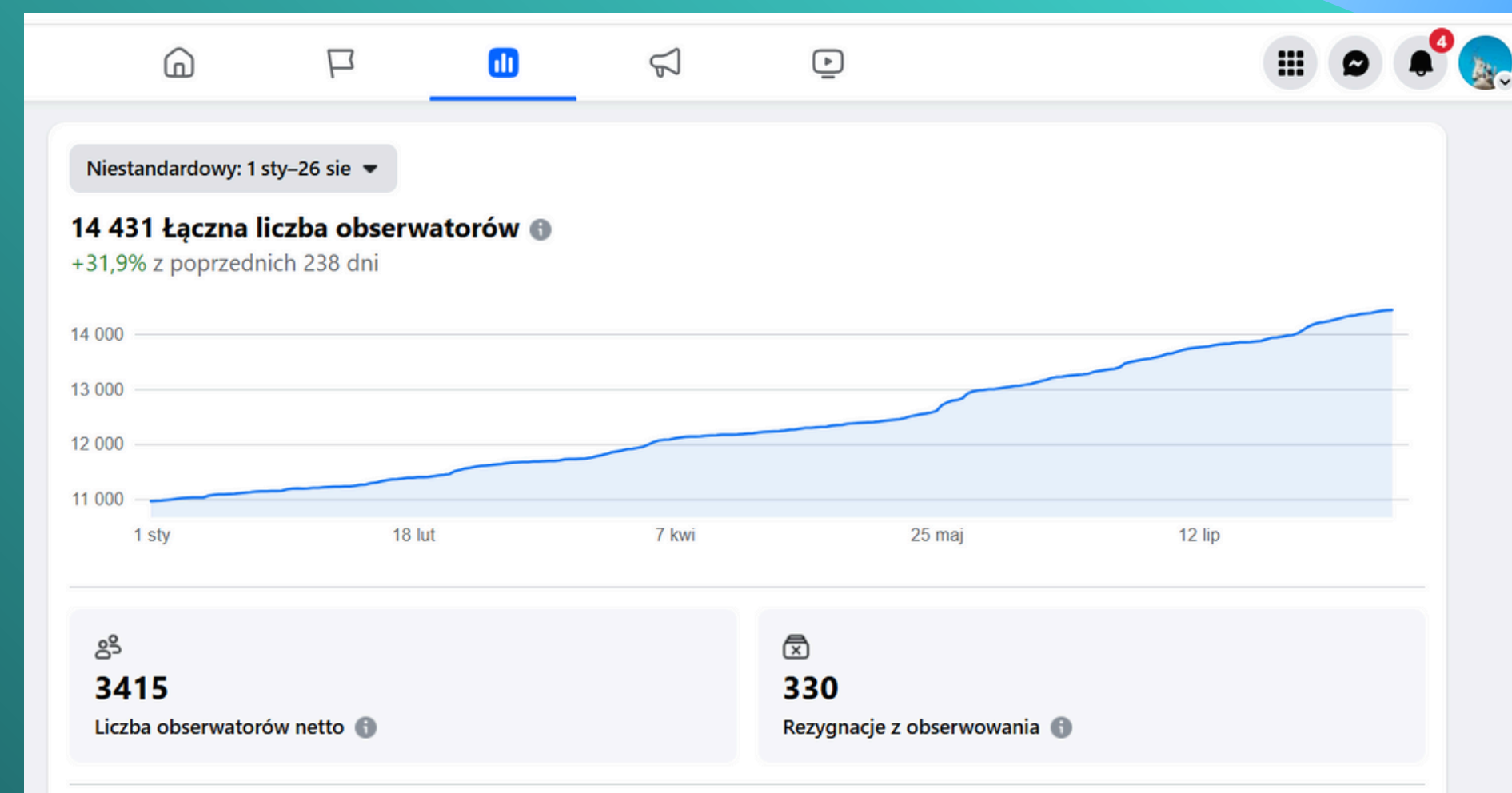
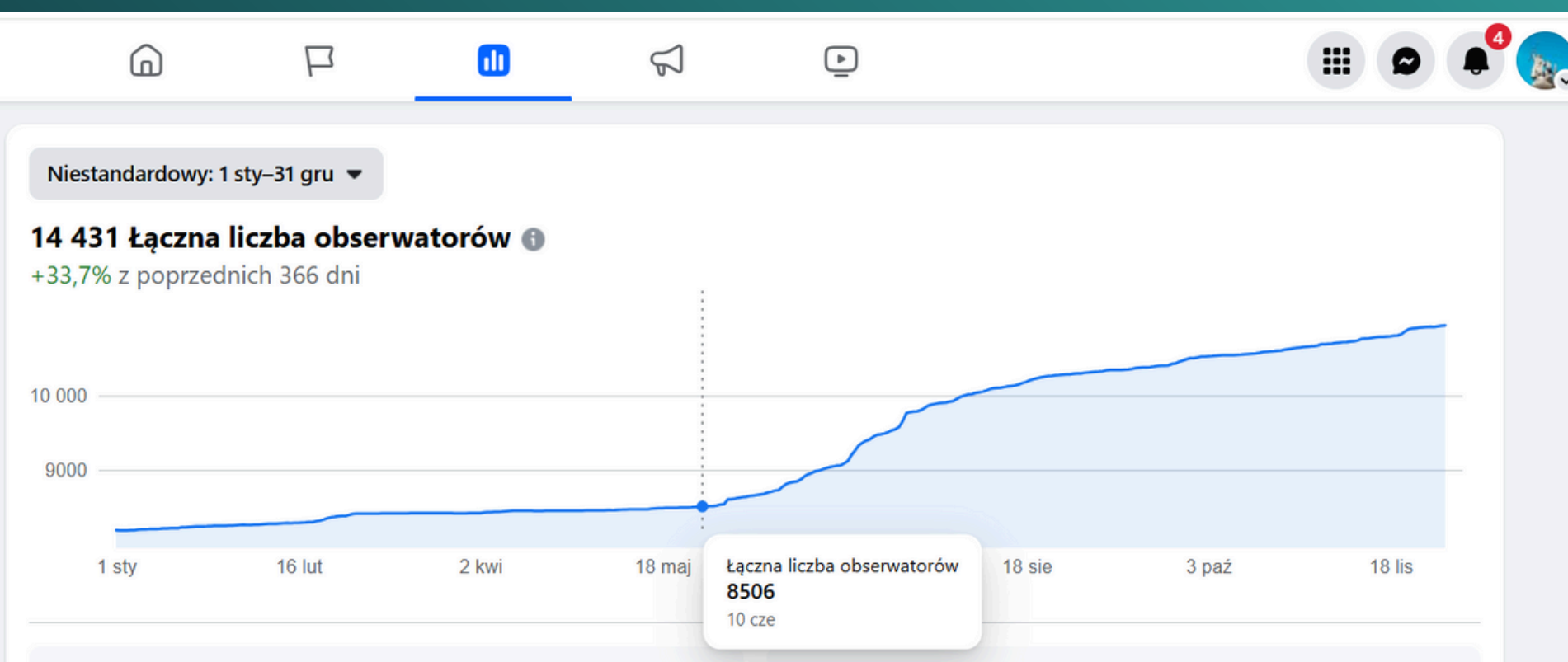


Nie wystarczy wrzucić posta i zamknąć stronę. W tej pracy liczy się ewaluacja swoich działań – nieustanne sprawdzanie, co podoba się naszym Obserwującym





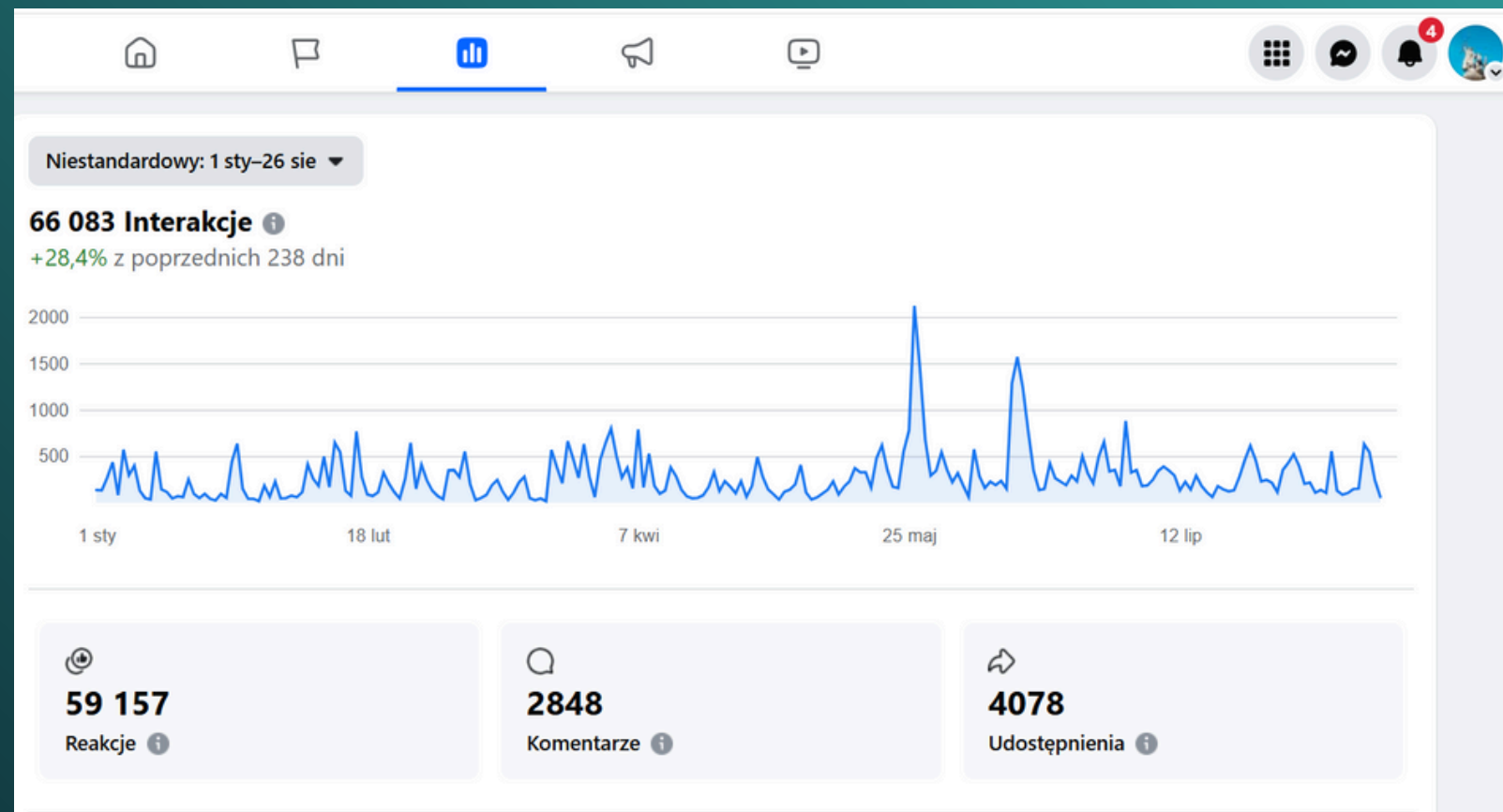
FACEBOOK – NARZĘDZIE PROMOCJI, OPARTE NA LUDZKIM POTENCJALE



**W CIĄGU ROKU WZROST O 5925
UŻYTKOWNIKÓW**

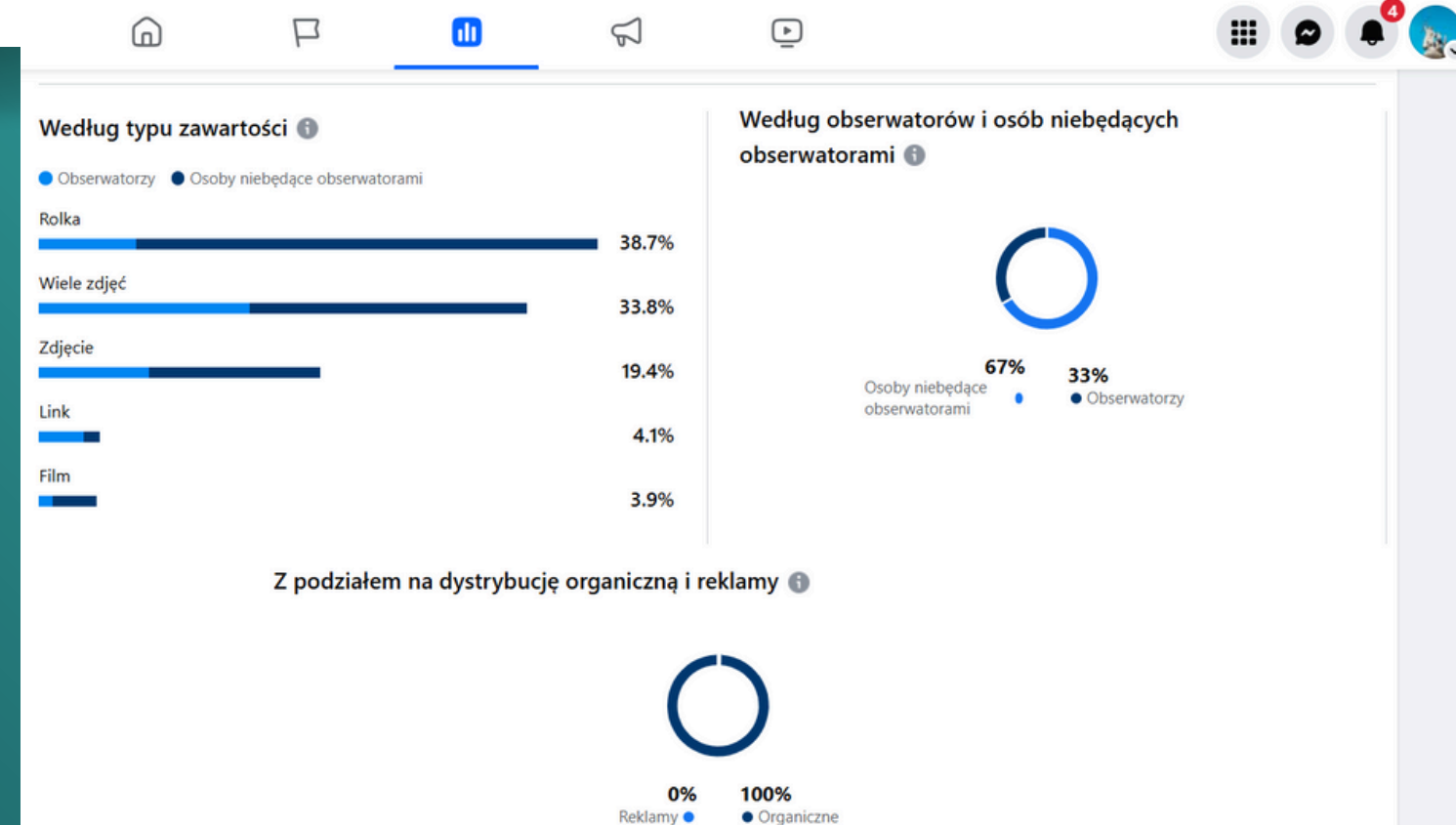
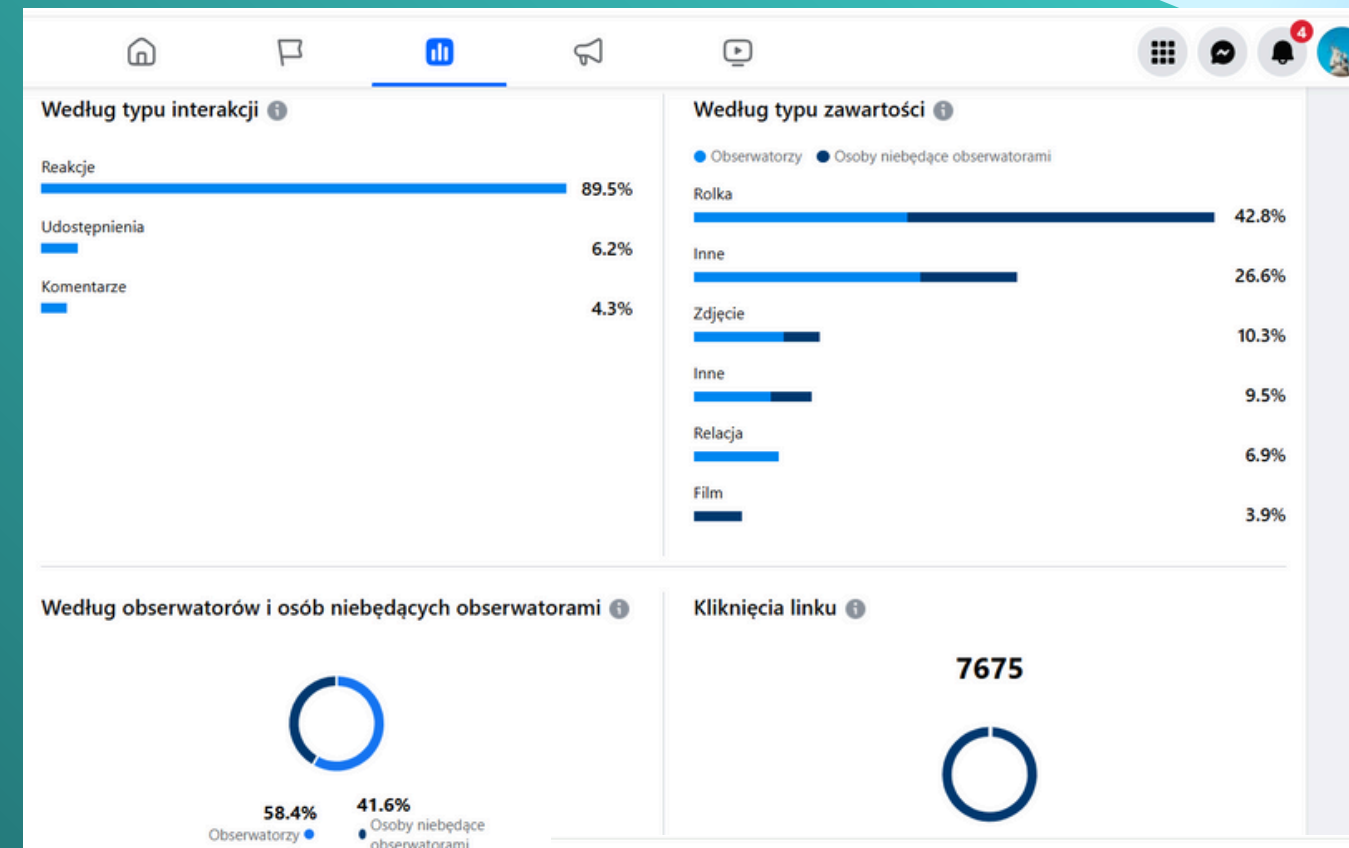
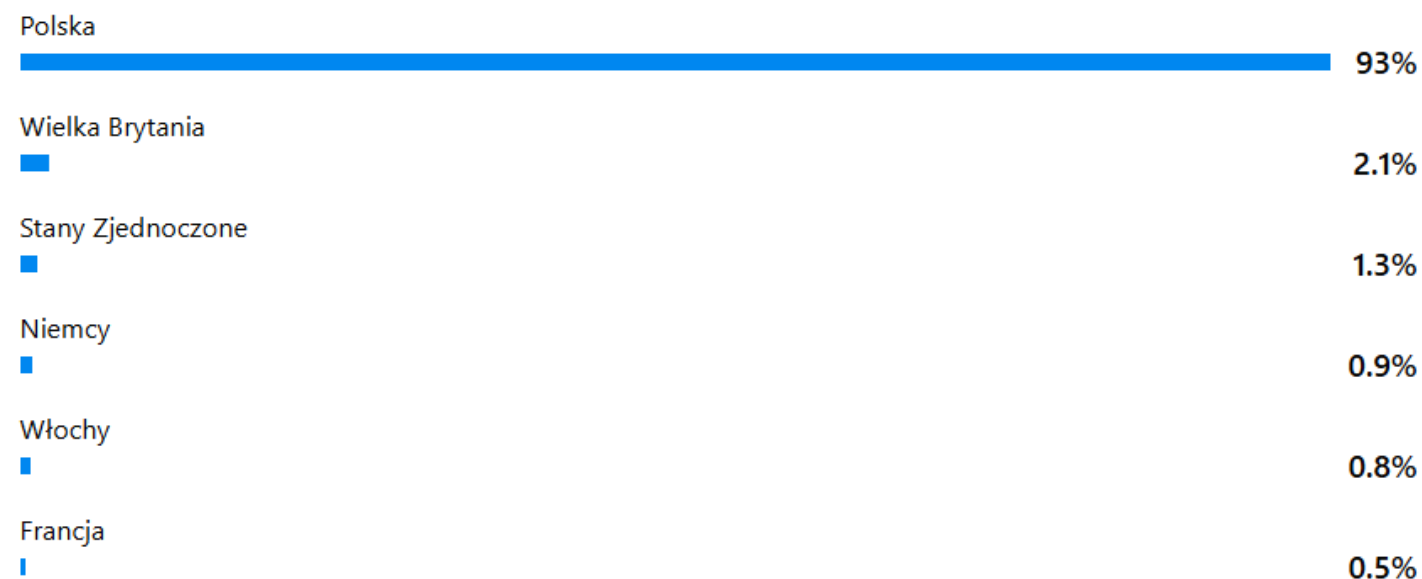


FACEBOOK – NARZĘDZIE PROMOCJI, OPARTE NA LUDZKIM POTENCJALE



Kraje

Cały czas





FACEBOOK – NARZĘDZIE PROMOCJI, OPARTE NA LUDZKIM POTENCJALE

2024 vs. 2025

Wartość AVE, czyli ekwiwalent reklamowy (Advertising Value Equivalent), to miara stosowana w public relations i marketingu do oceny wartości ekspozycji medialnej, wyrażona w kosztach, jakie należałoby ponieść, aby uzyskać podobną przestrzeń reklamową w tym samym medium.

AVE za miesiąc czerwiec – 4,8 tys Euro, czyli w przybliżeniu 20,548.13 zł.

NAJBARDZIEJ ANGAŻUJĄCE W MAJU'24 W SOCIAL MEDIA MIASTA WOJ. PODKARPACKIE

KANAŁ FACEBOOK/MIASTA NA PRAWACH POWIATU/BEZ MIAST WOJEWÓDZKICH

Profile	Fani	Suma interakcji	Posty/dzień	Zaangażowanie	Suma postów
Przemyśl	21381	7253	1,48	1,1%	46
Jarosław	7108	5869	2,90	2,68%	90
Stalowa Wola	13498	4798	3,68	1,15%	114
Łańcut	9130	3374	1,03	1,2%	32
Mielec	9008	3075	2,68	1,11%	83
Sanok	12951	1988	1,48	0,5%	46
Krosno	9190	1782	2,03	0,63%	63
Strzyżów	2561	1709	1,58	2,23%	49
Jasło	2543	1458	1,74	1,87%	54
Dębica	6703	1427	1,26	0,69%	39
Ustrzyki Dolne	5896	1288	1,55	0,71%	48
Brzozów	3615	1184	1,52	1,06%	47
Przeworsk	5858	1158	1,42	0,64%	44
Lesko	5426	937	1,03	0,56%	32
Kolbuszowa	2543	747	2,81	0,95%	87
Nisko	1657	570	1,00	1,12%	31
Lubaczów	5077	320	0,68	0,2%	21
Tarnobrzeg	7845	34	0,13	0,01%	4
Ropczyce	4394	0	0,00	0,0%	0

LOCAL-SOME

ZAANGAŻOWANIE MIAST W SOCIAL MEDIA: PODKARPACKIE CZERWIEC'25

KANAŁ FACEBOOK/MIASTA POWYŻEJ 3 TYS. MIESZKAŃCÓW/BEZ MIAST WOJEWÓDZKICH

	Profile	Fani	Suma interakcji	Suma komentarzy	Zaangażowanie	Suma postów
1.	Przemyśl	28115	11191	455	1,34%	65
2.	Tarnobrzeg	13285	9853	508	2,54%	96
3.	Łańcut	12924	6114	345	1,6%	45
4.	Mielec	13728	5387	417	1,32%	120
5.	Jasło	5845	5360	148	3,24%	60
6.	Dębica	9454	4502	243	1,63%	48
7.	Rymanów	8740	4296	287	1,66%	49
8.	Jedlicze	5224	4148	251	2,68%	59
9.	Stalowa Wola	21486	4075	202	0,64%	94
10.	Pilzno	9837	3958	143	1,36%	64
11.	Jarosław	11392	3740	270	1,1%	78
12.	Sokołów Małopolski	6404	2889	215	1,54%	49
13.	Rudnik nad Sanem	4249	2799	63	2,24%	43
14.	Strzyżów	5832	2535	116	1,47%	49
15.	Kańczuga	7545	2250	53	1,01%	52
16.	Nowa Dęba	5563	2166	163	1,31%	68
17.	Leżajsk	3177	2105	61	2,24%	92
18.	Ustrzyki Dolne	7990	1920	100	0,81%	65
19.	Nowa Sarzyna	9398	1891	72	0,67%	51
20.	Brzozów	7763	1805	55	0,78%	75
21.	Przeworsk	7881	1738	54	0,74%	52
22.	Sanok	14606	1733	151	0,4%	47
23.	Radymno	4183	1648	43	1,34%	28
24.	Radomyśl Wielki	6172	1477	126	0,8%	22
25.	Ropczyce					
26.	Lesko					
27.	Kolb					
28.	Bogi					
29.	Lub					
30.	Nisk					
31.	Kros					
32.	Zag					

ZAANGAŻOWANIE MIAST W SOCIAL MEDIA: PODKARPACKIE LIPIEC'25

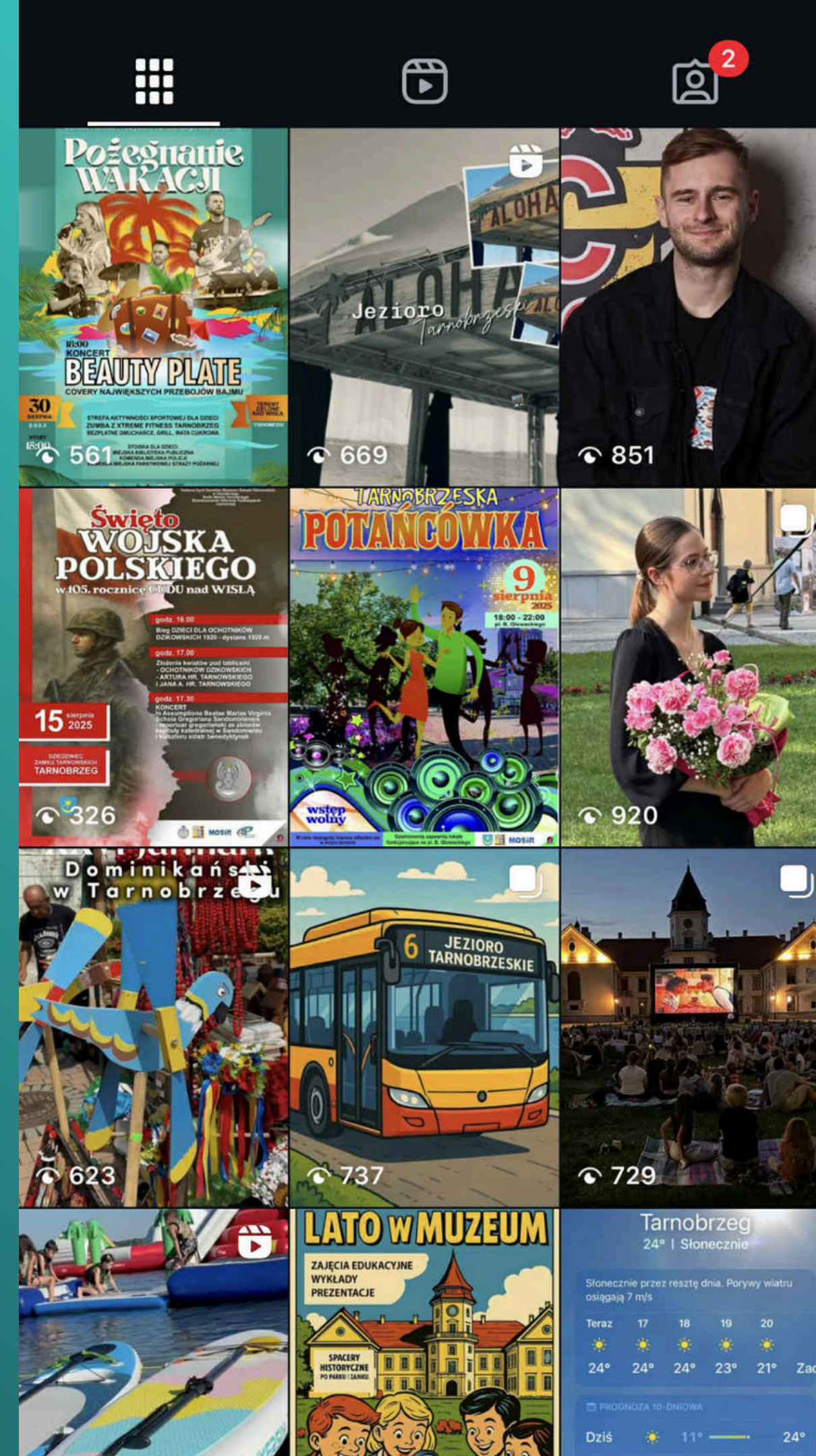
KANAŁ FACEBOOK/MIASTA POWYŻEJ 3 TYS. MIESZKAŃCÓW/BEZ MIAST WOJEWÓDZKICH

	Profile	Fani	Suma interakcji	Suma komentarzy	Zaangażowanie	Suma postów
1.	Przemyśl	28478	9292	491	1,06%	46
2.	Łańcut	13383	6465	309	1,58%	51
3.	Tarnobrzeg	13839	6072	157	1,45%	73
4.	Stalowa Wola	21639	5954	287	0,89%	114
5.	Jasło	6601	4948	218	2,55%	51
6.	Jarosław	11556	4819	357	1,35%	77
7.	Dębica	9937	4074	140	1,35%	60
8.	Mielec	13946	3973	326	0,93%	73
9.	Jedlicze	5458	3950	135	2,38%	68
10.	Leżajsk	3421	3467	90	3,4%	90
11.	Sanok	14820	3029	199	0,66%	37
12.	Pilzno	9996	2998	105	0,97%	40
13.	Ustrzyki Dolne	8152	2431	141	0,97%	68
14.	Nowa Sarzyna	9575	2311	100	0,79%	62
15.	Brzozów	7943	2256	123	0,93%	63
16.	Ropczyce	3919	1703	83	1,43%	32
17.	Rudnik nad Sanem	4335	1660	39	1,25%	36
18.	Radomyśl Wielki	6263	1602	75	0,83%	29
19.	Krosno	11707	1596	179	0,44%	38
20.	Strzyżów	5958	1581	40	0,87%	39
21.	Rymanów	8940	1538	64	0,56%	33
22.	Przeworska	7925	1272	53	0,52%	40
23.	Sokołów Małopolski	6463	1256	22	0,63%	36
24.	Dęba Gmina	5648	1127	75	0,65%	44
25.	Kolbuszowa	3928	975	27	0,81%	70
26.	Lesko	6873	824	62	0,39%	32
27.	Kańczuga	7595	664	29	0,28%	33
28.	Nisko	2632	518	33	0,64%	27
29.	Lubaczów	5907	420	20	0,23%	21
30.	Radymno	4254	405	58	0,31%	13
31.	Ropczyce	5469	335	7	0,2%	22

Tarnobrzeg Miasto na Instagramie

MIEJSKI PROFIL NA POPULARNYM SERWISIE
SPOŁECZNOŚCIOWYM BUDUJEMY OD PODSTAW.

W NOWOCZESNY I ATRAKCYJNY SPOSÓB
POKAZUJEMY UROKI TARNOBZREGA.
UŻYTKOWNICY ZNAJDUJĄ TU RELACJE
Z MIEJSKICH WYDARZEŃ,
INSPIRUJĄCE ZDJĘCIA I CIEKAWOSTKI ZWIĄZANE
Z NASZYM MIASTEM.





WSPÓŁPRACA Z MEDIAMI

Komunikujemy najważniejsze inwestycje
i informacje o pozyskanych środkach
zewnętrznych na rozwój miasta

Poprzez współpracę z mediami
promujemy wydarzenia zainicjowane
przez nas, bądź nasze instytucje

Kreujemy miejską rzeczywistość
i pokazujemy, że Tarnobrzeg jest miastem
atrakcyjnym

Informujemy o interwencjach na terenie
miasta, usterkach, utrudnieniach w ruchu

Konsultujemy politykę informacyjną
miasta i korzystamy z bogatej wiedzy
o mieście redaktorów naszych mediów



Dzięki wspólnej grupie na jednym z popularnych
komunikatorów internetowych jesteśmy na
bieżąco z polityką informacyjną miasta.
Reagujemy na informacje i doniesienia od razu –
niezależnie od pory dnia.

Prasa

Radio

Telewizja

**Telewizja
internetowa**

Portale internetowe



PROMOCJA GOSPODARCZA MIASTA

Siła marketingowa Tarnobrzega tkwi w potencjale gospodarczym tego miasta.

Umiejętna promocja to poszukiwanie mocnych stron i systematyczna praca nad ich rozwijaniem.

Tarnobrzeg ma swoje mocne strony, które wzmocnić należy poprzez promocję i współpracę z sektorem prywatnym.





PROMOCJA GOSPODARCZA

WSPÓŁORGANIZACJA Z POLSKĄ
AGENCJĄ INWESTYCJI I HANDLU
(ODDZIAŁ RZESZÓW) 4.10.2024 –
ŚNIADANIA BIZNESOWEGO

WSPÓŁPRACA Z PRZEDSIĘBIORCAMI PROWADZĄCYMI
SWOJĄ DZIAŁALNOŚĆ NAD JEZIOREM
TARNOBRZESKIM
W CELU PROMOCJI AKCJI I WYDARZEŃ
ORGANIZOWANYCH PRZEZ TE PODMIOTY

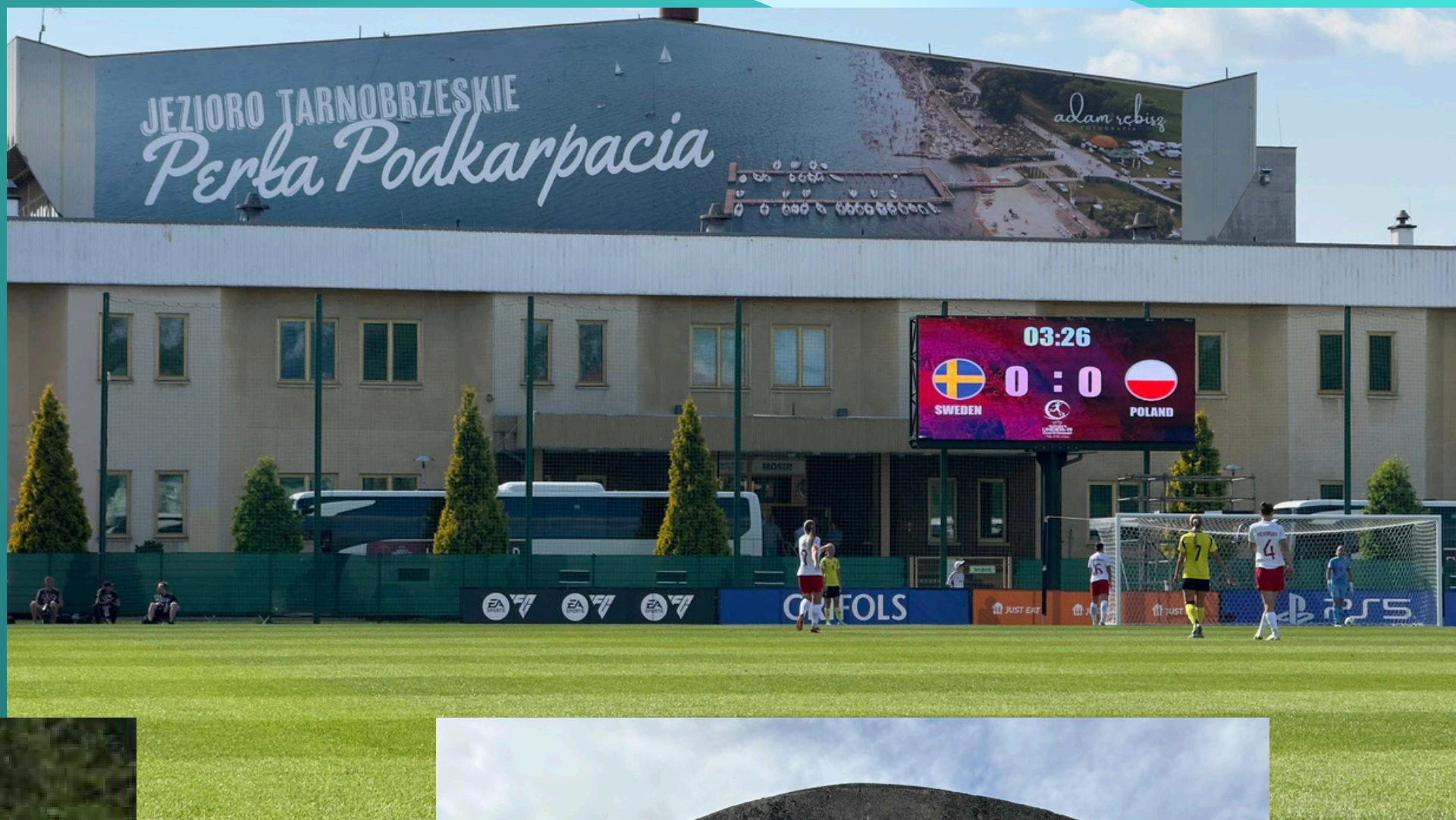
PROMOCJA DZIAŁALNOŚCI TARNOBRZESKICH
PRZEDSIĘBIORCÓW WŚRÓD MIAST
PARTNERSKICH, Z NADZIEJĄ NA PERPEKTYWĘ
WSPÓŁPRACY

REGULARNE PUBLIKOWANIE W KANAŁACH
KOMUNIKACYJNYCH URZĘDU O DOSTĘPNOŚCI
DZIAŁEK W MIEŚCIE





TRADYCYJNE FORMY PROMOCJI OUTDOOROWEJ





Dni Funduszy Europejskich w Tarnobrzegu

WSPÓŁPRACA Z URZĘDEM MARSZAŁKOWSKIM
WOJEWÓDZTWA PODKARPACKIEGO NAD
WYDARZENIEM, KTÓRE PROMOWAŁO INWESTYCJE
POCZYNIONE NAD JEZIOREM TARNOBRZESKIM, ALE
TAKŻE OGÓLNA IDEĘ FUNDUSZY EUROPEJSKICH

EVENT Z ATRAKCJAMI I Z KONCERTEM GWIAZDY (DE
MONO) ZORGANIZOWANY 11 MAJA BR. CIESZYŁ SIĘ
ZAINTERESOWANIEM MIESZKAŃCÓW I TURYSTÓW
ORAZ WZBOGACIŁ OFERTĘ KULTURALNĄ MIASTA





Mistrzostwa Europy Kobiet w Piłce Nożnej U-19

WSPÓŁPRACA Z POLSKIM ZWIĄZKIEM PIŁKI NOŻNEJ
W PROMOCJI TEGO WYDARZENIA BYŁA BARDZO
POŻYTECZNYM DOŚWIADCZENIEM.

MARKETING TEGO WYDARZENIA NA POZIOMIE
EUROPY PRZYNIÓSŁ MIASTU WYMIERNE KORZYŚCI
I PRZYCZYNIŁ SIĘ DO ORGANIZACJI KOLEJNYCH
WAŻNYCH WYDARZEŃ SPORTOWYCH.

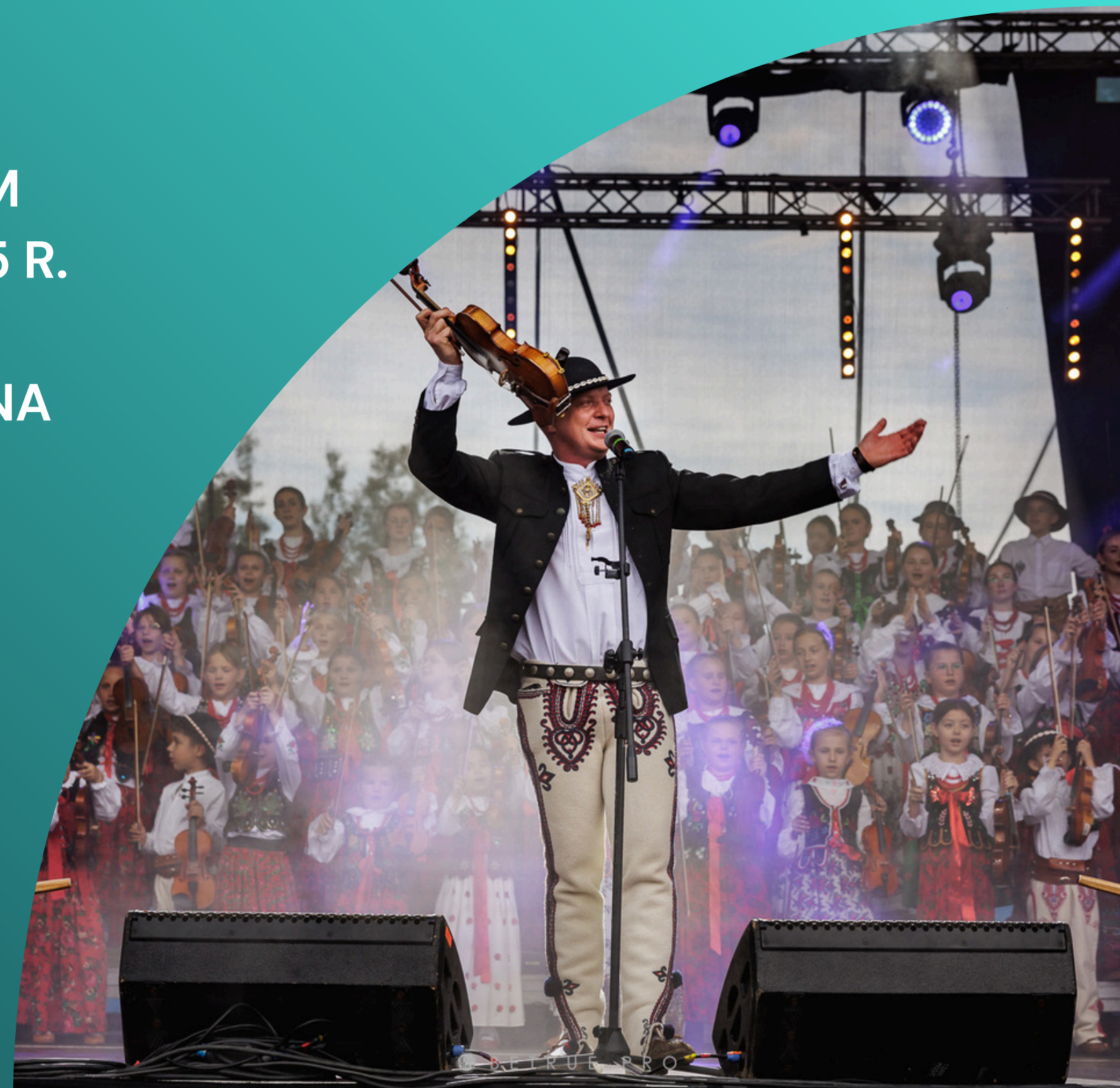




Dni Tarnobrzega 2025

DOROCZNIE ORGANIZOWANE WYDARZENIE –
W TYM ROKU ODBYŁO SIĘ W TERMINIE NAJBLIŻSZYM
“URODZIN MIASTA” W DNIACH OD 24.05 DO 1.06.2025 R.

TYDZIEŃ KAMERALNYCH WYDARZEŃ I KONCERTÓW NA
PL. BARTOSZA GŁOWACKIEGO
Z TRZYDNIOWYM FINAŁEM NAD JEZIOREM
TARNOBRZESKIM



Wsparcie promocyjne projektów realizowanych przez Urząd Miasta Tarnobrzega

W RAMACH PRAC NAD GMINNYM
PROGRAMEM REWITALIZACJI MIASTA TARNOBRZEGA
WPROWADZILIŚMY SPACERY BADAWCZE
JAKO NOWĄ FORMĘ KONSULTACJI SPOŁECZNYCH.



PROMOCJA I DOKUMENTACJA
PROJEKTÓW, DLA KTÓRYCH MIASTO TARNOBRZEG
POZYSKUJE FUNDUSZE ZEWNĘTRZNE



PLANY - NAJWAŻNIEJSZE DZIAŁANIA

Zakup drona i oprogramowania komputerowego do obróbki filmów i zdjęć

Opracowanie logotypu, następnie Sytemu Identyfikacji Wizualnej Miasta Tarnobrzega

Promocja gospodarcza miasta

Zwiększenie ilości miejskich nośników promocyjnych (słupy, konstrukcje afiszowe).



DZIĘKUJĘ ZA UWAGĘ

*Prezentację przygotował Wydział Promocji, Kultury,
Sportu i Komunikacji Społecznej*

