PROJEKT

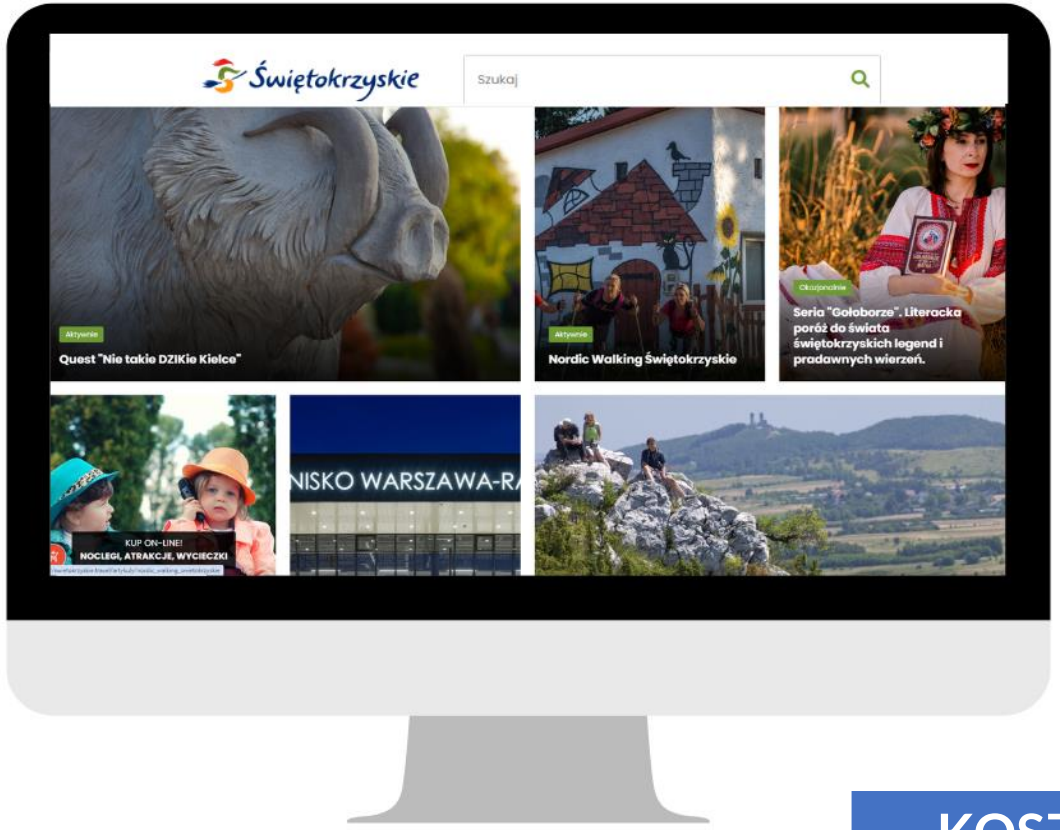
PLANU MERYTORYCZNEGO

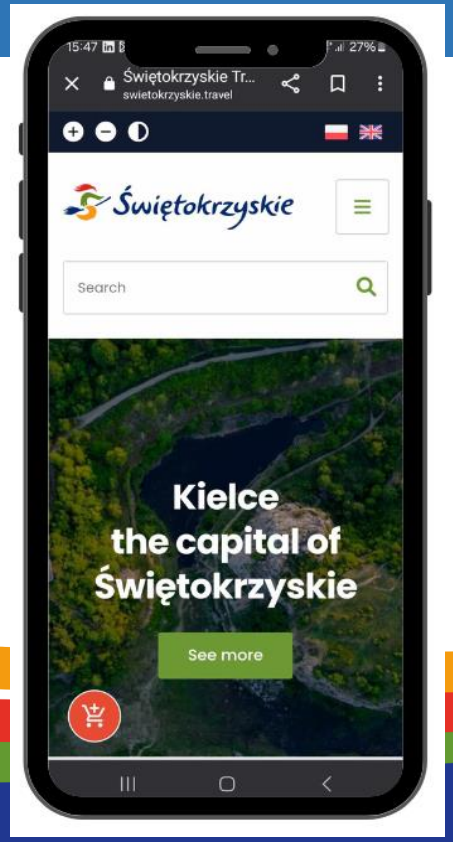
ROT WŚ NA ROK 2024

KAMPANIA INTERNETOWA

Modyfikacja wyglądu i usprawnienia na stronie: www.swietokrzyskie.travel:

- utrzymanie swietokrzyskie.travel i 11 portali lokalnych;
- **aktualizacja wersji angielskiej – działanie zakończone**
- nowy wygląd wszystkich podstron, odświeżenie wizualne wyszukiwarek, migracja danych
- kampania newsletter (freshmail)





Zakładane rezultaty:

- 400 000 użytkowników
- nowa forma prezentacji treści w wersji polskiej i angielskiej

KOSZTY
50 000,00

STRONY INTERNETOWE

Działania:

- posty organiczne i kampanie sponsorowane;
- materiały wideo (stories, reel, tik tok);
- odkrywaj nieznane: pocztówka ze Świętokrzyskiego
- aktywny wypoczynek nad wodą
- aktywna zima 2024
- dystrybucja treści z www

Grupy docelowe:

- mieszkańcy województw ościennych
- rodziny z dziećmi
- miłośnicy rekreacji
- poszukujący alternatywnych form wypoczynku

<u>Zakładane rezultaty:</u>
Wzrost liczby użytkowników profili na Facebooku, Instagramie i Tik Toku o 10%

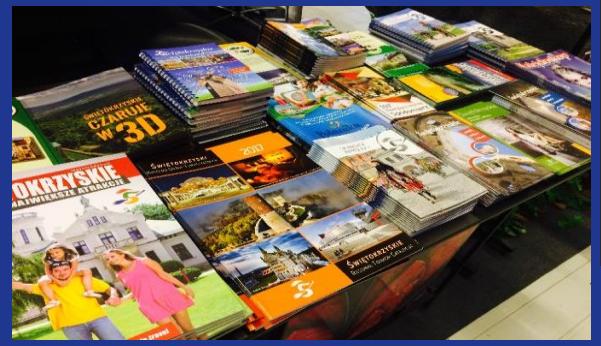
KOSZTY
50 000,00

MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE

ROT Świętokrzyskie

AMBIENT

targi i eventy



TARGI I EVENTY
propozycje udziału

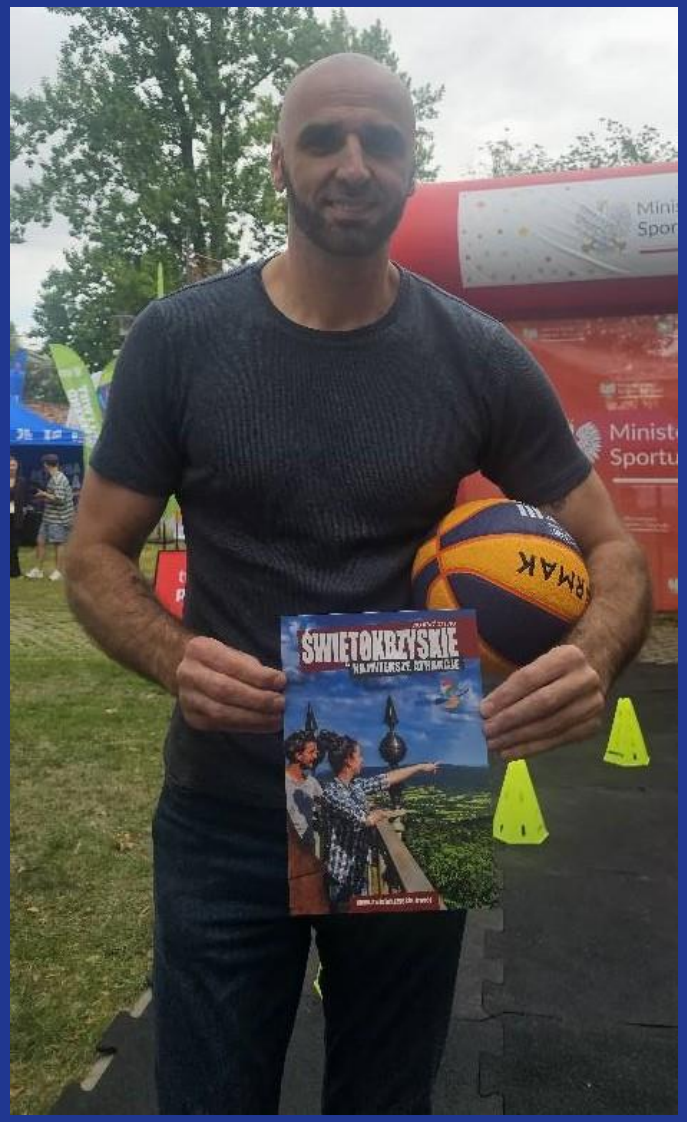
- **<u>w Polsce:</u>**
  - Piknik nad Odrą, Szczecin 11-12.05.2024r.
  - Atrakcje Regionów, Chorzów 24-26.05.2024r.
  - Tour po Wybrzeżu (ok. 5-8 eventów w małych miejscowościach wypoczynkowych, lipiec/sierpień 2024)

- **<u>za granicą:</u>**
  - ITB Berlin, 5-7.03.2024 r.
  - Polish Day Bruksela, 4.05.2024 r.

Koszty	Przychody
96 000,00	17 000,00

TARGI I EVENTY

EVENTY REGIONALNE
- Współpraca z Członkami



KOSZTY	PRZYCHODY
8 000,00	12 000,00

EVENTY REGIONALNE

KAMPANIA PROMOCYJNA

Działania standardowe i cykliczne ROT

- Wizyty studyjne
- Wydawnictwa i gadżety
- PR, Reklama
- Bank wizerunków
- Rozwój produktu
- Informacja turystyczna
- Convention Bureau

* Współpraca z DPW oraz ZOPOT w BRUKSELI

Podróż prasowa do regionów Polski Wschodniej

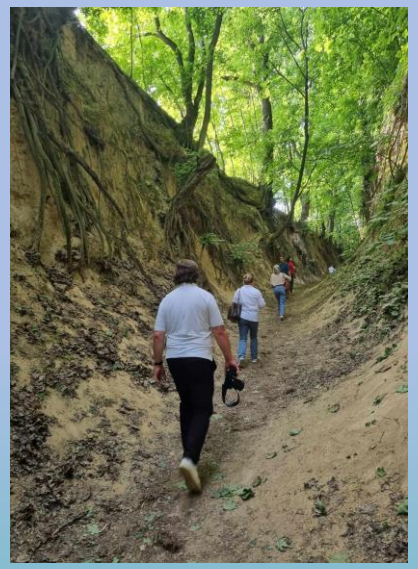
Lubelskie
Świętokrzyskie (2 dni w regionie świętokrzyskim)
Podkarpackie

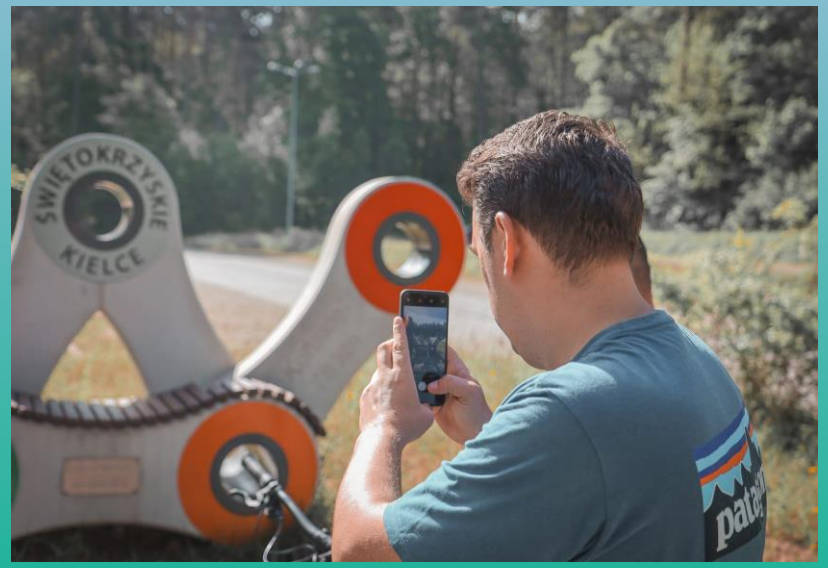
- Termin: **18-19.05.2024**
- 5 uczestników: **dziennikarze i blogerzy:**
  PepeTV - TV Polonijna na świecie
  Vetexbart.be - jeden z najpopularniejszych blogów podróżniczych w Belgii (Flandrii) który działa od 2012 roku
  Grande.be - portal o tematyce podróżniczej / turystyka zrównoważona
- Wycieczka rowerowa po Green Velo
  Zwiedzanie Kielc i Sandomierza

Organizacja wizyty: UMWŚ we współpracy z ROT WŚ

:

*** wizyty tematyczne dla touroperatorów krajowych wrzesień - listopad 2024r.**





KOSZTY
15 000,00

WIZYTY STUDYJNE

- ✓ Reklamy i artykuły prasowe
- ✓ Promocja działań ambientowych
- ✓ Wzmocnienie promocyjne targów , eventów oraz innych działań promocyjnych przewidzianych w panie
- ✓ Obsługa PR

MATERIAL PARTNERA

Od dwudziestu lat jesteśmy pionierem marketingowych innowacji. Teraz budujemy... własny park tematyczny!

ROT 20 lat Świętokrzyskie

Z **Marcinem Piętakiem**, prezesem Regionalnej Organizacji Turystycznej Województwa Świętokrzyskiego, rozmawiamy o recepcie na skuteczną promocję regionu.

Panie prezesie, 20 lat ROT minęło. A w tym czasie przez konto Waszej organizacji przepłynęło... 60 milionów złotych. To imponujący wynik. Skąd pozyskiliście takie pieniądze i czym przekonaliście Waszych partnerów i członków do dużych składek?

Mamy względową umiejętność pozyskiwania środków unijnych. Cztery największe projekty z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego dały nam na promocję 21,5 miliona złotych. Kolejne ponad 20 milionów to były unijne pieniądze z Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości. Pozostałe miliony to składki od samorządów i projekty szkoleniowe. A przekonujemy konsekwencją. Motorem sukcesu jest zawsze ciągłość działań. Owszem, zmieniali się prezesi, ja jestem już trzecim, a może dopiero trzecim, ale przyjąłem zasadę, że kontynuujemy działania poprzednika. Tym bardziej, że są one wpisywane w kolejne dokumenty strategiczne, tworzone przez ROT. My po prostu realizujemy wieloletnie strategie. Jeśli w strategii specjaliści razem z naszymi członkami uznali, że trzeba stworzyć imprezę tematyczną, która nawiązywałaby do legend z regionu, to przez kilka lat organizowaliśmy koncerty Sabat Czarownic, które poprzez samo wydarzenie, jak także felietony zapowiadające tę imprezę, promowały i pokazywały najciekawsze miejsca regionu. To wtedy w tych kolejnych strategiach pojawiał się ciągle wątek powstania obiektu, rodzaju muzeum czy też parku tematycznego, w którym te wszystkie legendy Świętokrzyskie, z których słynemy, ale których nigdzie nie można było zobaczyć, dotknąć, poczuć, wreszcie można by było odnaleźć, zrobić sobie zdjęcie z bohaterami tych legend. I w 2017 roku udało się pozyskać ponad 20 milionów na taką inwestycję pod nazwą Park Legend Gór Świętokrzyskich. W przyszłym roku zaprosimy do tego obiektu pierwszych gości. Ta konsekwencja ma jednak o wiele szerszy zasięg. Staramy się pomagać naszym członkom kompleksowo. Kilka lat temu, jeszcze przed pandemią, świętokrzyska branża turystyczna zaczęła mieć problemy z brakiem kadr. Hotelarze nie mieli barmanów, kelnerek, kucharzy, recepcjonistek, biurom podróży brakowało specjalistów od obsługi klienta. Istniało nawet w województwie kilka szkół średnich, które kształciły w zawodzie technik hotelarstwa, ale te placówki były niedoinwestowane. A my znów, dzięki środkom unijnym, wyposażyliśmy w nowoczesne urządzenia aż 31 pracowni. Powstały nowoczesne pracownie do nauki gotowania czy szkolne pokoje hotelowe do praktycznej nauki zawodu. Już 1630 uczniów wzięło udział w kursach baristy, barmańskich, czy szkoleń z wiedzy o regionie. Dodatkowo 817 uczniów odbyło płatne staże zawodowe w świętokrzyskich hotelach i biurach podróży. Branża mogła ich przeszkolić, wielu potem zatrzymać już jako pracowników. W sumie podpisaliśmy współpracę z 10 szkołami z całego województwa.

Wspomniał pan o tym, że zmieniają się narzędzia promocjne. Kiedyś więcej prasy papierowej i outdooru, dziś, jak rozumiem więcej internetu?

Stale monitorujemy skuteczność poszczególnych narzędzi promocyjnych. Dodajemy do portfolio nowe. Są takie, które traktujemy, jako podstawę i bazę innych działań, jak chociby naszą własną stronę internetową www.swietokrzyskie.travel. Stale rośnie nam liczba użytkowników. Dziennie z naszymi treściami zapoznaje się kilka tysięcy osób. Odwiedzający nas turyści spędzają na stronie coraz więcej czasu. Administrujemy także stroną www.greenwelo.pl, która w 2021 roku miała 360 tysięcy użytkowników, a do połowy 2022 już 201 tysięcy. Stale rośnie także liczba obserwujących na Instagramie i Facebooku, zarówno województwa Świętokrzyskiego, jak i Green Velo. Na drugim biegunie są wciąż jednak papierowe ulotki, foldery, mapy i przewodniki. W samym 2022 roku łącznie ich nakład wyniósł 75 tysięcy i, mówiąc kolokwialnie „dla jak wody" podczas targów, eventów promocyjnych, ale też wśród naszych członków. Zwłaszcza hotele i punkty informacji turystycznej, „konsumują" najwięcej takich wydawnictw, szczególnie w czasie targów. W sumie w ciągu 20 lat naszej działalności wydaliśmy, uwaga... 2 mln 600 tysięcy egzemplarzy różnego typu wydawnictw. Wciąż doceniamy rolę targów jako narzędzia promocyjnego. Przez dwadzieścia lat wzięliśmy udział w blisko 70 imprezach w Polsce i zagranicą. Co więcej, sami przez kilkanaście lat organizowaliśmy AGROTRAVEL, jedyne targi dla branży agroturystycznej. Niestety, pandemia, przerwała na razie ciągłość tej imprezy, a i roki targów turystycznych jako narzędzia promocyjnego w całej Polsce jednak maleją. Za to dostrzegamy potencjał w eventach dla turystów. I tak na przykład w okresie wakacji po polskim wybrzeżu krążyło nasze limo 50, zwane „Magiczną kapsułą 50", która w tej technologii emitowała kilka różnych filmów promocyjnych o regionie.

W jaki sposób decydujecie o tym, z których narzędzi promocyjnych korzystać?

No cóż, tu muszę użyć magicznego angielskiego słowa „feedback". Staramy się mierzyć skuteczność. W przypadku wydawnictw po prostu widzimy, że nie zalegają w magazynie, a przeciwnie, wciąż jesteśmy bombardowani prośbami o kolejne egzemplarze. Jeśli decydujemy się na placement w telewizji, a tylko w roku 2022 było dziewięć takich audycji, głównie w pasmach śniadaniowych Polsatu, TVN24, czy TVP2, to za każdym razem prosimy nagrane o estymacją wskaźników danej audycji, potem sprawdzamy osiągnięte wskaźniki, takie jak AMR czy SoM. Prosimy telewizję o bardzo dokładne dane z AGB Nielsen. Dbamy też o samą jakość audycji. Nadzorujemy briefy przed rozpoczęciem zdjęć, dbamy o dobór lokacji, o to, co mają powiedzieć rozmówcy, pilnujemy kolaboracji. Nasi partnerzy wiedzą, że dużo od nich wymagamy!

Czy istnieją jakieś przeszkody natury obiektywnej, które utrudniają rozwój świętokrzyskiej turystyki?

To głównie problemy natury komunikacyjnej. Dopiero teraz kończy się budowa drogi krajowej nr 7 na dociinku Warszawa – Kielce, odcinek Kielce – Kraków będzie gotowy w całości w 2024 roku. Praca nad drogą ekspresową do Łodzi właściwie dopiero się zaczęła. Stacja Włoszczowa Północ to niestety wciąż jedyne miejsce w Świętokrzyskiem, gdzie zatrzymuje się pendolino. Niewystarczająco rozwinięta jest też komunikacja autobusowa, zarówno międzymiastowa do Kielc, jak i komunikacja wewnątrz województwa, między atrakcjami turystycznymi. Działaję już trzeci rok z rzędu, dzięki pomocy Urzędu Marszałkowskiego, uruchomiliśmy wakacyjną połączenie z Kielc na Święty Krzyż, do samego serca Gór Świętokrzyskich, czarmowe i z przewodnikiem. Przewaliliśmy ponad 5 tysięcy turystów tylko w tym roku. Otwiera się za to wreszcie szansa na wzięksą liczbę turystów zagranicznych, bo w przyszłym roku rusza lotnisko w Radomiu. Z Sadkowa do Kielc prowadzi około 90 kilometrów drogi ekspresowej. Właściwie to jest standardowa odległość, jaka dzieli wielkie lotnisk europejskich od centrów miast.

Czego życzyć Wam w końcówce roku 2022 i na początek roku 2023?

Jeszcze więcej turystów i udanego debiutu Parku Legend Gór Świętokrzyskich, który chcemy otworzyć właśnie w roku 2023. Wie wrześniu rozpoczęliśmy rok obchodów naszego 20-lecia. Będziemy świętować cały rok, a kulminacją obchodów ma być otwarcie Parku Legend.

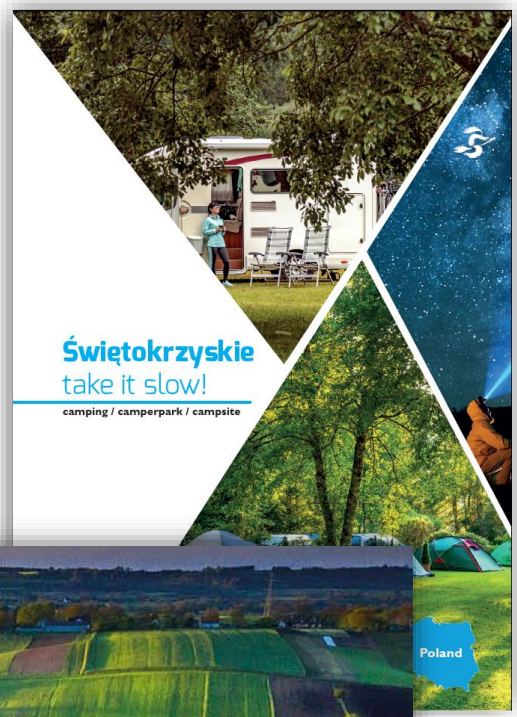
Koszty

30 000,00

REKLAMA

- *TopAtrkacje Świętokrzyskie -* wydawnictwo m.inn dla hoteli 10 000 egz., wersja językowa: polsko- angielska – opracowanie i druk;
- *Album Świętokrzyskie czaruje -* 2000 egz. wersja językowa polska
- *Świętokrzyskie take it Slow! -* 3000 egz. wersja językowa polska opracowanie i druk;
- Seria 6 ulotek - *Kielce w 2 h Kielce w deszcz*, *Kielce w poniedziałek*, *Kielce dla dzieci*, *Kielce geologicznie*, *Śladami żydów kieleckich* - 12 000 egz., wersja językowa polska;
- *Ulotka Najlepsze Gospodarstwa Agroturystyczne* w regionie – 5 000 egz., wersja językowa polska.
- *Ulotka Park Legend* - 5000 egz. wersja językowa polska
- *Mapa zrywka województwa* - 5 000egz
- Zakup niewielkich nakładów gadżetów - wg zapotrzebowania.

** Nakłady podano orientacyjnie i będą uzależnione od bieżących cen druku*



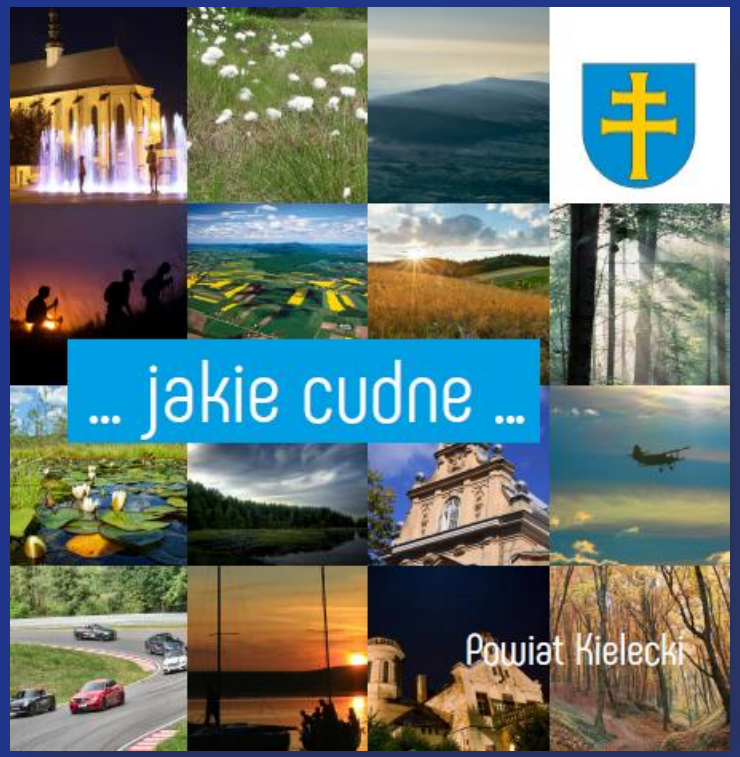
Koszty	Przychody
67 000,00	40 000,00

WYDAWNICTWA I GADŻETY

WSPÓŁPRACA Z CZŁONKAMI (na ich zlecenie):

- UM Kielce – Mapa ścieżek rowerowych
- Starostwo powiatowe w Kielcach Album „…Jakie cudne…powiat kielecki”

** Wygenerowany dochód przeznaczony zostanie jako dodatkowy budżet wydawnictw*



Koszty	Przychody
30 000,00	30 000,00

WYDAWNICTWA I GADŻETY

BANK WIZERUNKÓW

- Zakup fotografii
- Udostępnianie zdjęć do celów promocyjnych
- Wykonanie filmów i fotografii dla wybranych marek turystycznych regionu

Koszty
10 000,00

- Wymiana tablic opisowych na szlakach samochodowych ROTWŚ: Literacki, Architektury Drewnianej, Archeo-Geologiczny wg potrzeb

- Znaki drogowe szlaków i atrakcji turystycznych

Koszty
10 000,00

ROZWÓJ PRODUKTU - SZLAKI

DZIAŁANIE CIĄGŁE:

- obsługa turystów (bezpośrednio, e-mail, social Media, telefon)
- współpraca z instytucjami członkowskimi partnerskimi
- **pierwszy sezon sprzedaży pamiątek**

WSPÓŁPRACA Z POLSKĄ ORGANIZACJĄ TURYSTYCZNĄ:

- Certyfikat POT – koordynacja etapu regionalnego, promocja
- Turystyczne Mistrzostwa Vlogerów – wsparcie merytoryczne i promocyjne
- szkolenie informatorów turystycznych – *AI w pracy informatora turystycznego*
- Certyfikacja Systemu IT

Koszty	Przychody
27 000,00	5 000,00

INFORMACJA TURYSTYCZNA

DZIAŁANIA ANIMACYJNE

Quest „Nie takie Dzikie Kielce”

Fundacja Questingu

Szkolenia dla informatorów turystycznych

- Sprzedaż pamiątek – szkolenie w Łodzi
- Google Analytics

Akcje promocyjne dla turystów

- Wakacyjne spacery z przewodnikiem po Kielcach
- Questowanie z nagrodami

INFORMACJA TURYSTYCZNA

CONVENTION BUREAU:

1. Udział w najważniejszych spotkaniach branży Przemysłu. Spotkań w Polsce.
2. Organizacja wizyty studyjnej dla PCO.
3. Tworzenie Klubu Ambasadorów przy ŚCB.
4. Współorganizacja FESTIWALU NATURA&ZDROWIE KIELCE.
5. Wkład własny do projektu LOTiH Gór Świętokrzyskich, wartość projektu 225 612,00, wkład własny 27 093,00.
7. Strona internetowa CB/ utrzymanie strony.

Koszty	Przychody
79 000,00	7 500,00

CONVENTION BUREAU

Autobus turystyczny

BEZPŁATNA LINIA NA ŚWIĘTY KRZYŻ !

OD 6 LIPCA DO 29 WRZEŚNIA
13 WEEKENDÓW
26 DNI

każdy weekend (sobota i niedziela) - dwa kursy dziennie

DZIAŁANIE CYKLICZNE
PIĄTY ROK Z RZĘDU!

Koszty	Przychody
120 000,00	120 000,00

ROT Świętokrzyskie

- Utrzymanie portalu i aplikacji mobilnej
- Audyt i utrzymanie oraz konserwacja oznakowania i witaczy w województwie świętokrzyskim

Green Velo®
WSCHODNI SZLAK ROWEROWY

Koszty	Przychody
70 000,00	70 000,00

GREEN VELO – DOTACJA

- GreenVelo Tour- 50 000zł
- Obsługa mediów społecznościowych - prowadzenie profilu na FB- 15 000zł
- Lokalne eventy z kapsułą 5D- 10 000zł
- Nabór do MPR- 5 000zł
- Materiały promocyjne GreenVelo- 30 000zł

KOSZTY
110 000,00

GREEN VELO – UMOWA PARTNERSKA

INWESTYCJE

PARK DZIEDZICTWA GÓR ŚWIĘTOKRZYSKICH „ŁYSA GÓRA”

1. Dotacja celowa ROT wynikająca z umowy nr. 65/ 2017 o utworzeniu Samorządowej Instytucji Kultury
2. Koncert Marka Piekarczyka w dniu 9.08.2024r. (56 Dymarki w Nowej Słupi)

Koszty	Przychody
100 000,00	0,00

PARK DZIEDZICTWA GÓR ŚWIĘTOKRZYSKICH „ŁYSA GÓRA”

Drugi rok udziału w pilotażowym projekcie RUSTIK - wydarzeniu szkoleniowym i networkingowym dla partnerów 14 regionów w tym z Regionu Świętokrzyskiego.

W 2024 roku planuje się:
1. Dwa spotkania stacjonarne (w Regionie) – Living Labs.
2. Jedno spotkanie wyjazdowe.
3. Realizacja ankiet wśród właścicieli gospodarstw agroturystycznych oraz turystów korzystających z ich oferty.

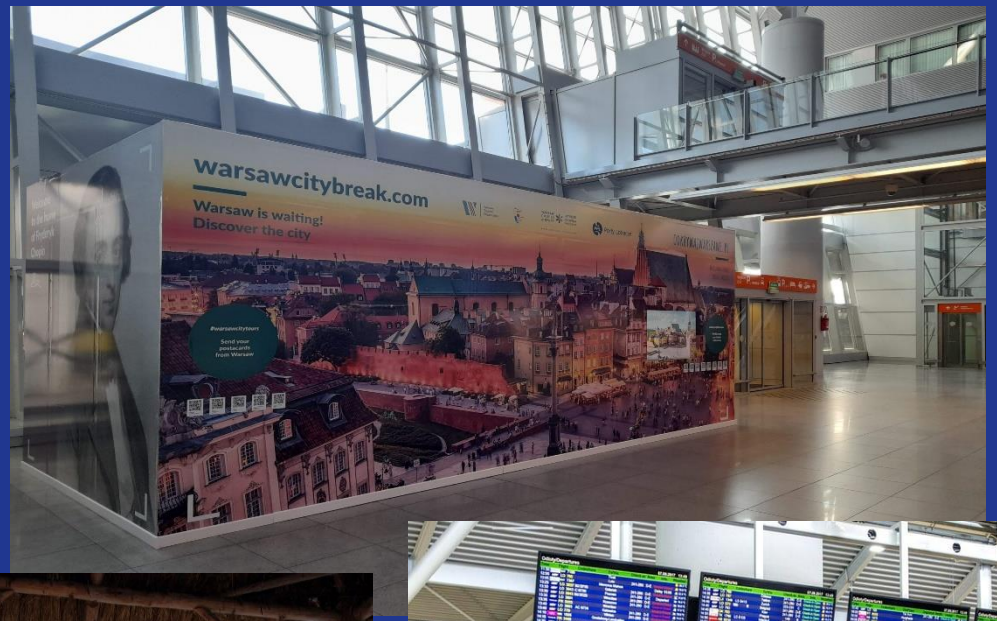
Partner: Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach

Koszty	Przychody
46 000,00	46 000,00

PROJEKT RUSTIK – Pilot Region kick-off

Rezerwa na inne wydarzenia i działania realizowane we współpracy z Członkami ROT typu:

- Promocja Dymarek i innych ważnych wydarzeń,
- Spotkania szkoleniowe organizowane we współpracy z Członkami ROT,
- Doskonalenie własnych kadr,
- itp.



KOSZTY
32 000,00

INNE DZIAŁANIA I WYDARZENIA Z CZŁONKAMI

- ✓ WYMIANA KOMUTERÓW I NIEZBĘDNEGO OPROGRAMOWANIA W ROT
- ✓ MODERNIZACJA INFORMATYCZNA STANOWISK W RCIT

Koszty
40 000,00

SPRZĘT KOMUTEROWY I OPROGRAMOWANIE

ADMINISTRACJA

Koszty osobowe: 685 000,00 zł
Koszty nieosobowe: 265 000,00 zł
w tym:

- **zużycie materiałów i energii: 70 000,00 zł;**
- **usługi obce: 150 000,00 zł;**
- **podatki i opłaty: 10 000,00 zł;**
- **pozostałe: 35 000,00 zł**

Razem: 950 000,00 zł

KOSZTY ADMINISTRACYJNE

PLANOWANY WYNIK FINANSOWY NA 2024 ROK

KOSZTY: 2 285 000,00 zł
PRZYCHODY: 2 305 600,00 zł

PLANOWANY WYNIK FINANSOWY za 2024 rok:
20 600, 00 zł (zysk)
-113 837,08 zł (straty lat ubiegłych)

Planowany wynik
(uwzględniający straty lat ubiegłych):
- 93 237,08 zł (strata)

DZIĘKUJEMY ZA UWAGĘ

Regionalna Organizacja Turystyczna
Województwa Świętokrzyskiego

ul. H. Sienkiewicza 78
25-501 Kielce