

[Wniosek o udostępnienie informacji publicznej](#)

[Ponowne wykorzystywanie](#)

[Dostępność osobom ze szczególnymi potrzebami](#)

[Instrukcja korzystania z Biuletynu](#)

[gov.pl/bip](#)

[Cyberbezpieczeństwo](#)

Program "Zasady komunikacji marki Województwo Podlaskie" z dnia 2015-01-27 dotyczący Zasad komunikacji marki Województwo Podlaskie

Data wydania

2015-01-27

Tytuł

Zasady komunikacji marki Województwo Podlaskie

Dokument, którego treść jest przedmiotem niniejszej informacji jest efektem licznych analiz przeprowadzonych przez międzynarodowy koncern badawczy Millward Brown we współpracy z Referatem Promocji UMWP, a jego celem jest określenie zasad komunikowania marki Województwa Podlaskiego w perspektywie najbliższych 2-3 lat. Przestanek do określenia przedmiotowych zasad dostarczyły m.in.: rekomendacje zawarte w dokumentach programowych województwa podlaskiego, analiza działań komunikacyjnych marki prowadzonych w latach 2010-2014 (przede wszystkim kampanie telewizyjne), zidentyfikowanie szans i barier wizerunkowych na podstawie ogólnopolskiego reprezentatywnego sondażu „Wizerunek Województwa Podlaskiego”, przeprowadzonego w październiku 2014 r., czy spotkanie warsztatowe z udziałem przedstawicieli środowisk twórczych i biznesowych Województwa Podlaskiego, na którym omawiano kwestie tożsamości regionu, dominujące narracje na jego temat oraz mocne i słabe punkty Podlaskiego.

Najważniejsze rekomendacje zawarte w dokumencie dotyczą:

- budowy tożsamości marki wokół przyrody i środowiska naturalnego,
- budowania przekazu w oparciu o zderzanie kodów naturalności z kodami nowoczesności – tak, aby walory „Czystości, pierwotności” kojarzone były z „Zaawansowanym rozwojem”,
- zmiany dotychczasowego hasła marki na „Podlaskie. Zasilane naturą”,
- ukierunkowania przekazów reklamowych na zaawansowanych „użytkowników natury”, świadomych jej wartości oraz na branżę zorientowaną na przyszłość, ze szczególnym uwzględnieniem szeroko rozumianego nurtu Green Business; Eco-nomy; rolnictwa ekologicznego,
- częstszego niż dotychczas odwoływania się do dziedzictwa kulinarnego regionu,
- większej koordynacji działań z marką Białystok oraz możliwości wzmocnienia się dzięki komunikacji marki POLSKA,
- stworzenia i wypromowania imprezy regionalnej i nadania jej rangi ogólnopolskiej lub międzynarodowej,
- wzmocnienia tzw. efektu pochodzenia poprzez wzajemną promocję firm regionalnych i województwa – wypracowanie platformy współpracy między administracją publiczną a firmami komercyjnymi, która doprowadziłaby do synergii – tak, aby pochodzenie z Podlaskiego wzmocniało reputację produktu, a dobre imię regionalnych produktów wzmocniało markę całego regionu,
- skoordynowania zarządzania marką Województwa Podlaskiego – kontrola nad strategiczną komunikacją wychodzącą poprzez ustanowienie działu zarządzania marką, który będzie koordynować wszelkie akcje promocyjne podejmowane przez UMWP i jednostki organizacyjne Województwa,
- wdrożenia systematycznego monitoringu marki, biorąc za punkt wyjścia badania wizerunkowe 2010 i 2014 r.

Metryka strony

Historia strony

[Strona główna](#)

[Kontakt](#)

[Budżet](#)

[Przetargi](#)

[Dotacje i konkursy ofert](#)

[Konsultacje społeczne](#)

[Jednostki i Spółki](#)

[Oferty pracy](#)

Urząd Marszałkowski Województwa Podlaskiego

ul. M. Curie-Skłodowskiej 14
15-097 Białystok
Regon: 050667685
kancelaria@podlaskie.eu
[Elektroniczna Skrzynka Podawcza](#)
ePUAP: /p7w201lcig/SkrytkaESP

Telefon i fax ogólny do Urzędu

Tel. 85 66 54 172
Tel. 85 66 54 549
Fax: 85 66 54 175

Godziny pracy

poniedziałek: 8.00 – 16.00
wtorek-piątek: 7.30 – 15.30

Województwo Podlaskie

Regon: 050658404
NIP: 542-25-42-016

podlaskie.eu

Mapa serwisu

Deklaracja dostępności

Redakcja Biuletynu Informacji Publicznej

Adres e-mail do składania wniosków o informację publiczną - bip@podlaskie.eu

Administrator strony:

Mariusz Feszler – Tel. [85 66 54 593](tel:856654593)

Moderator strony:

Monika Rogowska – Tel. [85 66 54 447](tel:856654447)