

# MĚSTO TRUTNOV – MĚSTSKÝ ÚŘAD

## NÁVRH NA USNESENÍ

Datum projednání v PV	-	tajemník MěÚ	Zpracoval	Ing. Jan Seidel
Datum projednání v RM	24.04.2017		Předkládá	Mgr. Michaela Dědková
Datum projednání v ZM	<b>02.05.2017</b>			Mgr. Ivan Adamec
Název materiálu	<b>Marketingový plán města Trutnova</b>			
Vyřídění komise				
Předchozí usnesení				
Návrh na usnesení PV				
Návrh na usnesení RM	Rada města Trutnova <b>d o p o r u č u j e</b> 01.01 zastupitelstvu města schválit Marketingový plán města Trutnova v předloženém znění.			
Návrh na usnesení ZM	<b>Zastupitelstvo města Trutnova</b> <b>s c h v a l u j e</b> 01.01 <b>Marketingový plán města Trutnova v předloženém znění.</b>			
<p>Důvodová zpráva:</p> <p>Rada města Trutnova na svém zasedání dne 25.01.2016 souhlasila se záměrem realizovat marketing a PR města prostřednictvím zaměstnanců města Trutnova zařazených do Městského úřadu Trutnov v rozsahu strategických doporučení pro nadcházející období vyplývajících z posudku společnosti Fleishman-Hillard s. r. o., tak, aby byla realizována opatření č. B. 3.2 Mediální obraz města Trutnova přijatá ve Strategickém plánu města Trutnova do konce roku 2017, přičemž specializované služby mohou být realizovány pomocí outsourcingu.</p> <p>Jedním z krátkodobých strategických doporučení bylo pověřit konkrétního člena Rady města Trutnova odpovědností za oblast komunikace a marketingu, zejména pak s ohledem na potřebu tvorby strategického dokumentu, jímž by měla být komunikační strategie (dlouhodobé strategické doporučení vycházející z posudku společnosti Fleishman-Hillard s. r. o.). Rada města Trutnova proto schválila na svém zasedání dne 10.03.2016 pod č. usnesení RM_2016-245/5 pověření MgA. Libora Kasíka jako člena Rady města Trutnova odpovědného za oblast komunikace a marketingu města v souvislosti s tvorbou Komunikační strategie města Trutnova na roky 2017 – 2020.</p> <p>Předkládaný dokument byl zpracován za účelem vytvoření marketingové strategie města, která bude navazovat na stávající rozvojové dokumenty města a stanoví optimální marketingové aktivity vedoucí k rozšíření povědomí o městě mezi širokou populací ČR i okolních zemí. Pro potřeby zpracování marketingového plánu byla vytvořena analýza silných a slabých stránek města a byly identifikovány tři hlavní rozvojové segmenty města určené k oslovení – (1) občané města, (2) turisté a návštěvníci města a (3) noví obyvatelé města přicházející za prací. Pro každý z těchto segmentů pak byly vytyčeny specifické strategické cíle.</p> <p>Marketingový plán obsahuje souhrnný plán aktivit na období 2017 – 2020, přičemž jednotlivé aktivity lze v závislosti na prioritách města a zdrojích financování těchto aktivit přesunout v čase.</p> <p>Marketingový plán, jakožto strategický dokument města Trutnova, je předkládán Zastupitelstvu města Trutnova ke schválení.</p>				
Datum: 20.04.2017		Podpis tajemníka MěÚ		