



Marketing (komunikacijski) plan
Mehanizmi za distribuciju promotivnog materijala

Januar 2016.

Sadržaj

I. Uvod.....	3
II. Razumijevanje komunikacijskih potreba	3
III. Komunikacijski izazovi.....	4
A. Komunkacijski ciljevi	4
B. Ključne poruke prema investitorima.....	5
C. Ciljne grupe.....	5
D. Alati komunikacije i aktivnosti	8
a) Promotivni/edukativni materijali	8
b) Događaji.....	8
c) Odnosi sa medijima.....	8
d) Ostalo	8
IV. Radni plan i mehanizmi za distribuciju promotivnog materijala maj 2015 - decembar 2016	9

I. Uvod

Općina Gradačac prepoznala je važnost stvaranja povoljnog poslovnog okruženja kao jednog od osnovnih preduvjeta za privlačenje stranih i domaćih investitora. Predanost tom cilju već su prepoznali strani i domaći investitori koji uspješno posluju na području Općine.

Blizina regionalnih i europskog tržišta, prirodni resursi s kojima Općina raspolaže, dostupna radna snaga, tradicija i konkurentni uvjeti poslovanja te strateško opredjeljenje za poduzetništvo, samo su neki od razloga koji Općinu Gradačac čine atraktivnom lokacijom za investiranje. Naš cilj je kontinuirana briga o svakom investitoru.

Marketing i komunikacijski plan treba osigurati sistematski pristup promociji općine prema domaćim i stranim investitorima, privrednim komorama u zemlji i inostranstvu, dijaspori i predstavnicima medija. Osnovni ciljevi su daljnji ekonomski razvoj, povećanje broja radnih mjesta i izvoza.

Primjena ovog plana treba doprinijeti:

- Promociji investicionih potencijala i prednosti ulaganja u Gradačac
- Pozicioniranju općine Gradačac kao poželjne lokacije za investiranje

Za razvoj marketing plana korišteni su sljedeći dokumenti:

- Strategija razvoja općine Gradačac 2014.-2023.
- Investicijski vodič Općine Gradačac

II. Razumijevanje komunikacijskih potreba

U proteklom periodu uspostavljena je služba koja će biti posvećena lokalnom ekonomskom razvoju, koja bi bila zadužena i za promociju Gradačac prema investitorima kao i pripremu promotivnih materijala koji bi predočili sve prednosti ulaganja u općinu.

Općina je u proteklom periodu:

- Uspostavila Odsjek za upravljanje razvojem i energetske efikasnost
- Pripremila je sljedeće promotivne materijale na bosanskom, engleskom i djelomično na njemačkom jeziku:
 - power point prezentacija za investitore
 - power point prezentacija za metalni sektor za investitore

- vodič za investitore
- letak o investicionim mogućnostima
- letak o industrijskoj zoni
- letak o poljoprivrednom i prehrambenom sektoru
- Organizovala manifestacije u svrhu promocije poljoprivrede (Sajam šljive)
- Prilagodba webstranu te kreirala zasebne sadržaje za privrednike
- Uspostavila Privredni savjet koji služi kao platforma za kontinuiran javno-privatni dijalog

III. Komunikacijski izazovi

Kao komunikacijske izazove možemo navesti:

- Nestabilna politička situacija
- Nedovoljno izgrađen imidž općine kao pogodne lokacije za investiranje u BiH, regionu i Evropi
- Nedovoljan nivo znanja i vještina u oblasti komunikacija kod lokalne uprave
- Nedovoljna promocija uspješnih stranih i domaćih privrednika u medijima
- Nedovoljna promocija pozitivnih praksi javne uprave u domaćim, regionalnim, i stranim medijima
- Nedostatak razumijevanja o važnosti modernog dizajna i savremenih metoda komuniciranja kako bi se ostavio pozitivan utisak na potencijalne investitore

A. Komunikacijski ciljevi

Komunikacijski ciljevi ovog plana su informisanje potencijalnih domaćih i stranih investitora, međunarodnih organizacija, privrednih komora u BiH i inostranstvu, i predstavnika medija o prednostima ulaganja u Gradačac.

Kvalitativni ciljevi

- Prepoznatljivost Gradačca kao poduzetničke i atraktivne lokacije za investiranje
- Poboljšanje imidža općine kod investitora i privrednika o poslovnim mogućnostima koje pruža općina
- Bolja informisanost šire javnosti o potencijalima i pogodnostima ulaganja

Kvantitativni ciljevi

- Povećana zainteresiranost investitora (domaćih i stranih) za ulaganje u općinu za 20%

- Razvoj poduzetništva u sektorima metalne, tekstilne, prerađivačke i građevinske industrije u izvozno orijentisanim djelatnostima i oblastima sa značajnim udjelom stranih investicija. Očekivani broj registrovanih poduzetnika je najmanje 3.
- Razvoj i podrška sektorima poljoprivrede i turizma. Očekivani porast broja turista je za najmanje 10%
- Maksimalna iskorištenost industrijske zone
- Objava minimalno 100 članaka u dnevnim novinama, specializiranim magazinima u zemlji i inostranstvu, internet portalima
- Minimalno 30 TV i radio intervjuja za domaće, regionalne i međunarodne medije
- Povećati posjećenost webstrani za 40%

B. Ključne poruke prema investitorima

- Strateška pozicija i pristup tržištu Evropske unije od 600 miliona stanovnika
- Izobilje prirodnih resursa
- Razvijena prerađivačka - metalna, prehrambena, drvna, i tekstilna - industrija
- Potencijal za daljnji razvoj poljoprivrede, vodeća općina u BiH u proizvodnji koštičavog voća
- Izvozno orijentisane kompanije
- Duga tradicija poduzetništva
- Kvalifikovana radna snaga u oblasti poljoprivrede,
- Metalne i prerađivačke industrije
- Modernizovana komunalna infrastruktura
- Konkurentni uvjeti poslovanja
- Industrijska zona prilagođena potrebama proizvodnje
- Efikasna općinska administracija
- Stimulativna porezna politika na nivou BiH

C. Ciljne grupe

I. Investitori - strani i domaći

Fokus Općine Gradačac je na:

- Investitorima iz sektora prerađivački: metaloprerađivački, prehrambeni, drvoprerađivački, poljoprivredni, tekstilni, i turistički
- Srednjim i velikim kompanijama koje imaju potrebu za širenje proizvodnje i strateško povezivanje
- Multinacionalne kompanije koje već posluju u susjednim državama (Hrvatska, Srbija, Slovenija)

- Investitorima iz dijaspore, zemalja regiona i Evropske unije

II. Diplomatska predstavništva i međunarodne organizacije

- Strane ambasade - diplomatske misije i ekonomski odjeli pri stranim ambasadama
- Privredne komore - Austrijski poslovni klub pri Austrijskoj ambasadi, Njemačka trgovačka komora, Britanski poslovni klub, Vijeće stranih investitora BiH, Američka trgovačka komora BiH Privredna Komora Švedske i Norveške
- Međunarodne ustanove i organizacije (USAID, EBRD, EU, SDC, UNDP, OSCE, Svjetska banka/IFC, GIZ, Sida)
- Diplomatska predstavništva BiH u inostranstvu

III. Javni sektor

- FIPA, MOFTER, DEI, Ministarstvo za izbjegla i raseljena lica (dijaspora)
- Vlada FBiH, Federalno ministarstvo razvoja, poduzetništva i obrta
- Vanjskotrgovinska komora BiH, Privredna komora Tuzlanskog kantona, NERDA

IV. Mediji

- Domaći mediji
- Regionalni mediji (Al Jezeera, N1)
- Međunarodni mediji

V. Šira javnost

Pregled ciljnih grupa, njihov prioritet, šta trebaju znati, ključne poruke, komunikacijski kanali

Ciljna grupa	Prioritet	Šta trebaju znati	Komunikacijski kanali
Investitori - strani i domaći	Visok	Pogodnosti ulaganja (sve prednosti)	Promotivni materijali Novinski članci Webportal Youtube Radio/TV Privredno vijeće
Diplomatska predstavništva i međunarodne organizacije	Visok	Pogodnosti ulaganja (sve prednosti)	Promotivni materijali Novinski članci Webportal Youtube Radio/TV Privredno vijeće Sajmovi/Manifestacije
Javni sektor	Srednji	Ostvareni napredak u domenu privrede	Direktna komunikacija Promotivni materijali Novinski članci Webportal Youtube Radio/TV
Mediji	Visok	Pogodnosti ulaganja (sve prednosti)	Promotivni materijali Novinski članci Webportal Youtube Radio/TV Privredno vijeće Druženja sa predstavnicima medija Saopštenja za javnost
Šira javnost	Srednji	Ostvareni napredak u domenu privrede	Webportal Novinski članci Radio/TV

D. Alati komunikacije i aktivnosti

a) Promotivni/edukativni materijali

- (i) Letak
- (ii) Vodič za investitore
- (iii) Prezentacija
- (iv) Godišnji izvještaj

b) Događaji

- (i) Sjednice Privrednog vijeća
- (ii) Sajmovi za svaki od ključnih sektora (Sajam šljive, EKO-ETNO sajam)
- (iii) Promotivni događaji u saradnji sa partnerima (NERDA, USAID/Sida GOLD GIZ, SDC, UNDP, itd)
- (iv) Druženje sa privrednicima
- (v) Omladinski start-up biznisi
- (vi) Drugi formalni događaji

c) Odnosi sa medijima

- (i) Konferencija za medije (adrema, info paketi za medije)
- (ii) Saopštenja za medije
- (iii) Uspješne priče o privrednicima
- (iv) Susreti sa novinarima
- (v) TV & Radio gostovanja

d) Ostalo

- (i) Webstranica
- (ii) Posjeta firmama
- (iii) Socijalne mreže

IV. Radni plan i mehanizmi za distribuciju promotivnog materijala maj 2015 - decembar 2016

Predložena dinamika realizacije aktivosti

Cilj	Alati	Ciljna grupa	Mehanizam distribucije	Nosilac aktivnosti	01.2016.	02.2016.	03.2016.	04.2016.	05.2016.
Promocija potencijala općine prema ciljanim grupama	Održavanje sjednice Privrednog vijeća	Privrednici, akademska zajednica, predstavnici javne uprave	Direktni poziv članovima vijeća	LER odjel					
	Webstranica	Šira javnost, privrednici	Dostupna kontinuirano	LER odjel Službenik za informisanje pri Kabinetu načelnika Administrator webstrane			Uspostavljanje nove webstranice i prezentacije investicijskih potencijala općine	Uspostavljanje nove webstranice i prezentacije investicijskih potencijala općine	
	Promotivni materijali	Investitori, općinski vijećnici, šira javnost, FIPA, državne i entitetske institucije, predstavnici stranih ambasada u BIH	Postavka na webstranici i socijalnim mrežama Dostava materijala e-mailom Podjela materijala na sajmovima i manifestacijam	Služba za upravljanje razvojem Službenik za informisanje pri Kabinetu načelnika	Ažuriranje prezentacije o investicijskim potencijalima općine na BHS i engleskom jeziku	Razvoj promotivnim materijala o prednostima ulaganja	Razvoj promotivnim materijala o prednostima ulaganja	Razvoj letka o industrijskim zonama	

Cilj	Alati	Ciljna grupa	Mehanizam distribucije	Nosilac aktivnosti	01.2016.	02.2016.	03.2016.	04.2016.	05.2016.
			a						
	Podrška startup-ima (omladinski)		Mediji Javni poziv Saopštenje za javnost						
	Sajam	Privrednici iz poljoprivrednog sektora	Postavka na webstranici i socijalnim mrežama Direktna komunikacija Saopštenja za javnost				Sajam EKO-ETNO		
	Manifestacije	Privrednici iz sektora turizma	Postavka na webstranici i socijalnim mrežama Direktna komunikacija Saopštenja za javnost						
	Učešće na sajmovima predstavnika Općine								
	Druženje se predstavnicima medija			Službenik za informisanje pri Kabinetu načelnika	Kontinuirano	Kontinuirano	Kontinuirano	Kontinuirano	Kontinuirano

Cilj	Alati	Ciljana grupa	Mehanizam distribucije	06.2016.	07.2016.	08.2016.	09.2016	10.2016.	11.2016.
	Godišnji kalendar dešavanja	Privrednici Novinari Šira javnost	E-mail Webstranica Infopult Općine Javne ustanove					Priprema kalendara dešavanja	Štampa i distribucija kalendara dešavanja