

Strategia promocji Parczewa - projekt autorski

Podsumowanie

Marketing terytorialny przestał już w Polsce raczkować i zacząć stawiać pierwsze normalne kroki. Duża w tym zasługa funduszy strukturalnych i ich możliwości współfinansowania działań promocyjnych miast i regionów. Poza tym występuje coraz większa rywalizacja włodarzy miast i miasteczek o zasobne portfele turystów i coraz lepsza jest edukacja i świadomość rangi marketingu terytorialnego w dzisiejszym świecie. Sporego nakładu pracy wymaga zmiana wizerunku, bądź przekierowanie go na inne tory. Sprawa jest nieco łatwiejsza, gdy buduje się strategię od podstaw. I taka sytuacja występuje właśnie w uroczym miasteczku o nazwie Parczew, nie daleko Lublina. Miasto było omijane do tej pory przez turystów, bowiem jedynymi atrakcjami była tutaj musztarda (wprawdzie pyszna) i bazylika (nomen omen przepiękna).

W artykule autor kieruje się wielopoziomowym podejściem do promocji miasta. Odwołuje się zarówno do tradycyjnych, jak i nowoczesnych narzędzi i metod. Podjęte przez autora działania dają pewność, że Parczew w niedalekiej przyszłości stanie się turystyczną perełką wschodniej Polski.

Słowa kluczowe: marketing terytorialny, wizerunek miasta, promocja miasta

Parczew promotion strategy

Summary

Territorial marketing in Poland has just ceased to crawl and has begun its first normal steps. Much of it contributed from the Structural Funds and their potential to finance promotional activities of cities and regions. Besides, there is a growing rivalry of cities and towns rulers for rich tourists wallets are getting better education and awareness of the importance of territorial marketing in today's world. Considerable amount of work requires a change of image, or redirect it to another track. The case is a bit easier when you build a strategy from scratch. And this occurs precisely in the charming town called Parczew, not far

from Lublin. It has been so far avoided by tourists, because the only attraction there was the mustard (admittedly delicious) and basilica (nomen omen beautiful).

In the article, the author directs a multi-level approach to promote the city. It refers to both traditional and modern tools and methods. Actions taken by the author assure that Parczew in the near future will become a tourist gem of eastern Poland.

Keywords: territorial marketing, city image, city promotion