

Urząd Miejski w Płońsku  
ul. Płocka 39  
09 – 100 Płońsk  
tel. (23) 663-13-48  
[www.plonsk.pl](http://www.plonsk.pl)  
Rzecznik prasowy

BR, Sędzia Miasta

28.04.2021

Płońsk, 28 kwietnia 2021 roku

BM-PR.0003.1.2021.FP

Pan Henryk Zienkiewicz  
Przewodniczący Rady Miejskiej  
w Płońsku

BR  
28.4.21

za pośrednictwem  
Pana Andrzeja Pietrasika  
Burmistrza Miasta Płońska

**Dotyczy:**

odpowiedzi na pytanie Pana Andrzeja Ferskiego radnego Rady Miejskiej w Płońsku zadane 13 kwietnia 2021 r.

**Treść pytania:**

Proszę o szczegółowy raport dotyczący umowy Nr AZ.ZP.272.135.2019 oraz umowy nr ZP.272.28.2020 oraz umowy nr ZP.272.15.2021. Proszę o zobrazowanie, zaraportowanie i wyszczególnienie działań podjętych przez wykonawcę w ramach realizacji przedmiotu umowy § 2 wszystkich 8 punktów.

W odpowiedzi na pytanie przekazuję w załączeniu raporty podsumowujące wykonanie przedmiotowych umów oraz zestawienia trendów związanych z treściami promocyjnymi jednostek organizacyjnych miasta i spółek gminnych.

**Rzecznik Prasowy**

Filip Przedpeński  
w/z J. Labochniej

**Otrzymują:**

1. Adresat.
2. Pan Andrzej Ferski - Radny Rady Miejskiej w Płońsku.
3. Aa.

Komunikacja i e-komunikacja (marketing i PR) oraz strategia komunikacji społecznej i konsultacji społecznych UM w Płońsku oraz jednostki podległe i spółki

Rozpoczęcie: 12/11/2019

Zakończenie: 31/12/2019

1. Spotkania z pracownikami UM oraz przedstawicielami jednostek i spółek:

- UM w Płońsku – wszystkie wydziały
- Szkoła Podstawowa Nr 2
- Miejskie Centrum Kultury
- Pracownia Dokumentacji Dziejów Miasta
- Przedszkole Nr 4
- Przedszkole Nr 5
- Przedszkole Nr 2
- Miejska Biblioteka Publiczna
- Zespół Obsługi Placówek Oświatowych
- Szkoła Podstawowa Nr 3
- Przedsiębiorstwo Energetyki Ciepłej
- Przedszkole Nr 3
- Zakład Gospodarki Mieszkaniowej
- Miejskie Centrum Sportu i Rekreacji
- Przedszkole Nr 1
- Szkoła Podstawowa Nr 4
- Przedsiębiorstwo Gospodarki Komunalnej
- Miejski Ośrodek Pomocy Społecznej
- Szkoła Podstawowa Nr 1
- Zarząd Dróg i Mostów

2. Udział w Sesjach i Komisjach celem analizy sposobu i częstotliwości komunikacji w e-przestrzeni oraz komunikacji zewnętrznej i wewnętrznej ATL i BTL oraz DIGITAL.



3. Omówienie sytuacji zastanej w e-przestrzeni – FB i strony www oraz komunikacji zewnętrznej i wewnętrznej ATL i BTL oraz DIGITAL.

Stwierdzono konieczność przystosowania stron internetowych jednostek o których mowa w pkt. 1 do nowych norm WCAG. Obecnie strony te funkcjonują na wysłużonych CMS i certyfikatach SSL. Należy doprowadzić do responsywności stron. W niektórych przypadkach zalecono umieszczenie na stronach odnośników do BIP-u, a także do mediów społecznościowych.

Pracownikom jednostek wymienionych w pkt. 1 przekazano informacje na temat usprawnienia komunikacji z mieszkańcami i innymi podmiotami otoczenia. Zalecono prowadzenie komunikacji w obie strony, informacyjno-angażującą.

Zalecono zapewnienie spójności informacji i grafiki w obrębie danej jednostki w różnych mediach, w tym w mediach społecznościowych.

4. Jednostki i spółki: analiza potrzeb i braków wynikających z codziennej pracy w e-przestrzeni.

W wyniku spotkań i wizyt, o których mowa w pkt. 1 stwierdzono konieczność wzmocnienia zasobów ludzkich, czasowych i finansowych, konieczność pogłębienia wiedzy przed pracownikami w przedmiotowym zakresie oraz podniesienie skuteczności wymiany informacji.

5. Na skutek wizyt formułuje się propozycje działań ogólnych w SM

Zalecono wykorzystanie portali społecznościowych w internetowej strategii budowy marki miasta. Skuteczność zostanie osiągnięta poprzez przemyślane i zaplanowane spójne działania. Portale społecznościowe dają możliwość różnicowania treści w zależności od grupy odbiorców i na tym należy bazować budując ww. markę.

Wskazano i omówiono etapy prawidłowo zaplanowanej kampanii w mediach społecznościowych. Omówiono działania jednostkowe i zbiorowe dotyczące zapewnienia jednolitej polityki informacyjnej.

Przedstawiono szanse i możliwości obecności jednostek w mediach społecznościowych i e-przestrzeni.

Przedstawiono i zaproponowano autorskie formy aktywizacji fanów na FB.

6. Przedstawiono autorskie propozycje działań szczególnych w SM i poza nimi

7. Monitoring trendów

Przeprowadzono monitoring trendów w zakresie przeglądu stron www i SM podobnych jednostek samorządu terytorialnego. Monitoring wykazał coraz większą aktywizację odbiorców w zakresie zmieniających się domen kulturowych.

Wobec powyższego zachodzi potrzeba podjęcia działań i zastosowania narzędzi marketingu terytorialnego.

Dobre funkcjonowanie każdej instytucji, prywatnej firmy lub korporacji, a w szczególności jednostki administrującej majątkiem publicznym opiera się na skutecznej komunikacji – zarówno zewnętrznej, jak i wewnętrznej. Główną rolę w tym procesie odgrywają „komunikatorzy”, a więc osoby odpowiedzialne za politykę informacyjną organizacji. Obecna sytuacja rynkowa sprawiła, że społeczeństwo otacza różnorodność kanałów informacyjnych. Postępująca globalizacja zmieniła również sposób tworzenia i podawania tworzenia informacji w odniesieniu i z punktu widzenia przetwarzania jej przez odbiorcę. Konieczne są więc kompleksowe rozwiązania w dziedzinie komunikacji na gruncie marketingu i public relations.

**espresso online**

Agnieszka Poliszewska-Ostrowska

09-100 Płońsk, ul. Północna 12/22

NIP 5671574506 REGON 383110654

TEL. 608106136

*Agnieszka Poliszewska-Ostrowska*

**Raport podsumowujący wykonanie przedmiotu umowy ZP.272.28.2020**

**Styczeń 2020**

**(od 13/01/2020)**

**1. Spotkania z przedstawicielami jednostek i spółek:**

**13/01** – Spotkanie z przedstawicielami Miejskiego Centrum Sportu i Rekreacji w Płońsku obsługujących e-przestrzeń

- ustalenie strategii działań w codziennej komunikacji wirtualnej
- opracowanie planu postów
- opracowanie konkursu promującego Lodowisko
- omówienie bieżącej komunikacji z fanami w aplikacji Messenger
- szkolenie dotyczące poruszania się w zakresie strony [www.mcsir.plonsk.pl](http://www.mcsir.plonsk.pl)

**14/01** – Udział w naradzie oświatowej z przedstawicielami wszystkich jednostek oświatowych:

- Szkoła Podstawowa Nr 1
- Szkoła Podstawowa Nr 2
- Szkoła Podstawowa Nr 3
- Szkoła Podstawowa Nr 4
- Przedszkole Nr 1
- Przedszkole Nr 2
- Przedszkole Nr 3
- Przedszkole Nr 5
- Przedszkole Nr 5
- Zespół Obsługi Placówek Oświatowych

**17/01** – Spotkanie z przedstawicielami Szkoły Podstawowej Nr 3 obsługujących e-przestrzeń

- wsparcie graficzno-merytoryczne obchodów 75-lecia Szkoły



- omówienie strategii pozyskania środków na nowy sztandar szkoły
- wsparcie w komunikacji wirtualnej bieżącego funkcjonowania jednostki
- wsparcie w komunikacji wirtualnej obchodów 75-lecia Szkoły oraz związanych z tym wydarzeniem dodatkowych działań promocyjnych

**20/01**– Spotkanie z przedstawicielami Miejskiego Centrum Kultury w Płońsku obsługujących e-przestrzeń

**22/01**– Spotkanie z przedstawicielami Miejskiego Centrum Sportu i Rekreacji w Płońsku obsługujących e-przestrzeń

- bieżąca analiza działań
- strategia działań na ferie
- przygotowanie planu postów i komunikacji w sytuacji kryzysowej (basen)

**24/01**– Spotkanie z przedstawicielami Punktu Profilaktyki Uzależnień i Pomocy Rodzinie w Płońsku (jednoska wewnętrzna Urzędu Miasta – Wydział Polityki Społecznej)

- wsparcie graficzno-merytoryczne artykułu w Gazecie Płońskiej
- omówienie strategii komunikacji wirtualnej – w kontekście edukacji i profilaktyki
- wsparcie w komunikacji wirtualnej
- wsparcie strategii promującej kontakt mieszkańców w zakresie oferty Poradni

2. Jednostki i spółki: propozycje dalszych działań

- Monitorowanie mediów pod kątem hejtu
- Pozytywne reagowanie na wpisy dotyczące hejtu w różnych miejscach w sieci
- Informowanie fanów – ujawnianie PRAWDZIWYCH informacji w sposób kulturalny i elegancki
- Codzienna praca w mediach z ofertą i działaniami jednostek i spółek
- Podział oferty/działania/informacji na grupy docelowe, do których jest kierowana (dzieci, młodzież, etc)

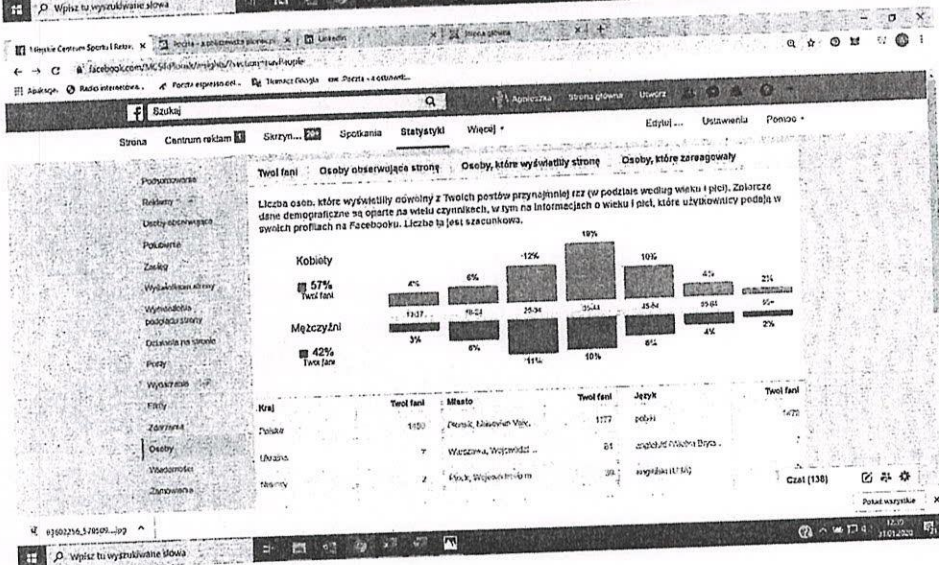
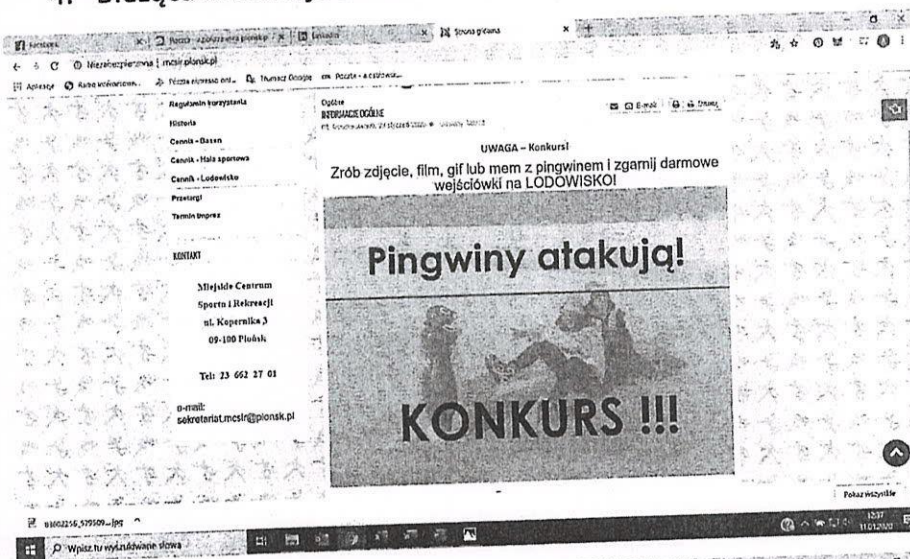
- Inaczej komunikujemy do mieszkańców, a inaczej do inwestorów czy turystów
- Zaproponowanie nowych form przekazu oferty i realizacji
- Codzienna praca w e-przestrzeni z atrakcyjnymi grafikami, konkursami, quizami, gadżetami do wygrania, etc
- Scalenie wszystkich profili z marką Płońsk (jednolite lub nawiązujące logo)
- Dezaktywowanie lub reaktywacja profili, na których nie ma od dawna komunikacji
- Treści informująco-angażujące z wyraźnym CTA (call to action)
- Real Time Marketing buduje społeczność zaangażowaną w daną sprawę / temat
- Propozycja tagowania/oznaczania miejsca podczas pobytu
- Zdjęcia i posty w czasie rzeczywistym
- Włączenie społeczności fanów w działania jednostek i spółek w czasie rzeczywistym

### 3. Monitoring trendów

- zastosowanie zagadnień i działań związanych z pojęciem marketingu terytorialnego
- zaangażowanie jednostek i spółek w tworzenie wizerunku miasta poprzez działania, propozycje uchwał i / lub promocję lokalnych wydarzeń
- zaangażowanie jednostek i spółek do współpracy – wzajemna promocja działań równoległych



## 4. Bieżąca realizacja działań – FB i strony www





Mejzko Centrum Sportu i Rekreacji

Facebook.com/MejzkoCentrumSportuRekreacji

Strona Centrum reklam Skryz... Spokojna Statystyki Więcej Edytuj... Ustawienia Pomoc

Strona	Centrum reklam	Skryz...	Spokojna	Statystyki	Więcej	Edytuj...	Ustawienia	Pomoc
Podziękowanie	18.01.2020	17:42	Zastępcy samorządu	907	100	12	Przejdź post	
Rezerwy	17.01.2020	11:42	Agata Jaskowska	1,5K	223	33	Przejdź post	
Obecny stan magazynu	16.01.2020	15:42	Tymczasem na LODOWISKO	1,9K	800	80	Przejdź post	
Pokazywanie	14.01.2020	20:12	Opisania wejścia i zjazdowy	970	76	29	Przejdź post	
Zawod	14.01.2020	11:52	Tymczasem na LODOWISKO	601	100	13	Przejdź post	
Wyświetlona strona	14.01.2020	14:55	Mamy już karty 1000	200	85	18	Przejdź post	
Wyświetlona strona	13.01.2020	19:17	Abu?? W Pociąg??	4,4K	696	180	Przejdź post	
Wyświetlona strona	13.01.2020	12:17	Tęże plece i łokcie wycisk	567	20	5	Przejdź post	
Wyświetlona strona	13.01.2020	14:57	Zapraszamy na LODOWISKO	663	60	11	Przejdź post	

Czas (143) Pakiety wysyłki

Mejzko Centrum Sportu i Rekreacji

Facebook.com/MejzkoCentrumSportuRekreacji

Strona Centrum reklam Skryz... Spokojna Statystyki Więcej Edytuj... Ustawienia Pomoc

Strona	Centrum reklam	Skryz...	Spokojna	Statystyki	Więcej	Edytuj...	Ustawienia	Pomoc
Podziękowanie	23.01.2020	12:21	Opis wyjazdu na Północ	1,7K	22	22	Przejdź post	
Rezerwy	23.01.2020	16:23	Oto wyniki III Turnieju Fasn	1,4K	81	11	Przejdź post	
Obecny stan magazynu	25.01.2020	12:42	Tymczasem na HALLI 1000	1,5K	167	25	Przejdź post	
Pokazywanie	24.01.2020	20:03	Przejdź zapraszamy na	736	13	10	Przejdź post	
Zawod	23.01.2020	21:12	Co robić w najbliższą	1,3K	65	11	Przejdź post	
Wyświetlona strona	22.01.2020	12:17	Zmierzamy do czołowych miejsc	87	30	22	Przejdź post	
Wyświetlona strona	21.01.2020	17:21	Aktualności z naszego klubu	1,4K	31	23	Przejdź post	
Wyświetlona strona	20.01.2020	12:21	Zapraszamy codziennie na	1,2K	72	22	Przejdź post	
Wyświetlona strona	18.01.2020	17:26	26 stycznia 1980 roku	1,5K	311	25	Przejdź post	
Wyświetlona strona	18.01.2020	17:12	Szanowni Państwo	932	145	19	Przejdź post	

Czas (144) Pakiety wysyłki

Mejzko Centrum Sportu i Rekreacji

Facebook.com/MejzkoCentrumSportuRekreacji

Strona Centrum reklam Skryz... Spokojna Statystyki Więcej Edytuj... Ustawienia Pomoc

Strona	Centrum reklam	Skryz...	Spokojna	Statystyki	Więcej	Edytuj...	Ustawienia	Pomoc
Podziękowanie	28.01.2020	12:19	Przejdź	672	13	6	Przejdź post	
Rezerwy	28.01.2020	12:17	Przejdź	510	12	6	Przejdź post	
Obecny stan magazynu	28.01.2020	12:15	Przejdź	351	6	7	Przejdź post	
Pokazywanie	28.01.2020	12:15	Przejdź	429	6	5	Przejdź post	
Zawod	28.01.2020	12:15	Przejdź	530	7	6	Przejdź post	
Wyświetlona strona	28.01.2020	11:21	Zobaczcie jak to się dzieje	2,5K	429	72	Przejdź post	
Wyświetlona strona	27.01.2020	17:42	Na treningu w klubie	1,2K	300	33	Przejdź post	
Wyświetlona strona	27.01.2020	15:52	Strona klubowa Centrum Sportu	627	11	5	Przejdź post	
Wyświetlona strona	27.01.2020	11:21	Przejdź	1,5K	62	10	Przejdź post	

Czas (144) Pakiety wysyłki





**Dotyczy §2 pkt. 1 ppkt. 8). Umowy ZP.272.28.2020 – Styczeń 2020**

**(od 13/01/2020)**

Przeprowadzono monitoring trendów w zakresie przeglądu stron www i SM podobnych jednostek samorządu terytorialnego. Monitoring wykazał coraz większą aktywizację odbiorców w zakresie zmieniających się domen kulturowych.

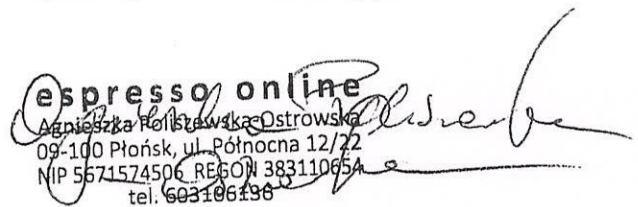
Wobec powyższego zachodzi potrzeba podjęcia działań i zastosowania narzędzi marketingu terytorialnego.

Dobre funkcjonowanie każdej instytucji, prywatnej firmy lub korporacji, a w szczególności jednostki administrującej majątkiem publicznym opiera się na skutecznej komunikacji – zarówno zewnętrznej, jak i wewnętrznej. Główną rolę w tym procesie odgrywają „komunikatorzy”, a więc osoby odpowiedzialne za politykę informacyjną organizacji. Obecna sytuacja rynkowa sprawiła, że społeczeństwo otacza różnorodność kanałów informacyjnych. Postępująca globalizacja zmieniła również sposób tworzenia i podawania informacji w odniesieniu i z punktu widzenia przetwarzania jej przez odbiorcę. Konieczne są więc kompleksowe rozwiązania w dziedzinie komunikacji na gruncie marketingu i public relations.

W szczególności w kolejnych krokach należy skupić się na:

1. Zastosowaniu zagadnień i działań związanych z pojęciem marketingu terytorialnego
2. Zaangażowaniu jednostek i spółek w tworzenie wizerunku miasta poprzez działania, propozycje uchwał i / lub promocję lokalnych wydarzeń
3. Zaangażowaniu jednostek i spółek do współpracy – wzajemna promocja działań równoległych

**espresso online**  
Agnieszka Poliszewska-Ostrowska  
09-100 Płońsk, ul. Północna 12/22  
NIP 5671574506 REGON 383110654  
tel. 603106138





1. Spotkania z przedstawicielami jednostek i spółek:

**03/02** – Spotkanie z przedstawicielami Miejskiego Centrum Kultury – dotyczy fanpage Bistro Kultura - obsługujących e-przestrzeń

- ustalenie strategii działań w codziennej komunikacji wirtualnej
- opracowanie planu postów
- omówienie bieżącej komunikacji z fanami w aplikacji Messenger

**05, 10, 12, 18, 21,26, 28 /02** – Spotkania z przedstawicielami Miejskiego Centrum Sportu i Rekreacji w Płońsku obsługujących e-przestrzeń

- ustalenie strategii działań w codziennej komunikacji wirtualnej
- opracowanie planu postów
- opracowanie działań na okres ferii zimowych
- omówienie bieżącej komunikacji z fanami w aplikacji Messenger

**06/02** – Spotkanie z przedstawicielami Szkoły Podstawowej Nr 2 w Płońsku obsługujących e-przestrzeń

- analiza wskaźników determinujących interakcje z fanami
- ustalenie zasad redakcji i administrowania fanpage
- ustalenie strategii działań w codziennej komunikacji wirtualnej
- opracowanie planu postów
- omówienie bieżącej komunikacji z fanami w aplikacji Messenger

**12-13/02** – Udział w naradzie dotyczącej bezpieczeństwa

- analiza wskaźników determinujących interakcje fanów dotyczących szeroko rozumianych działań w zakresie bezpieczeństwa (Straż Miejska)

**12-13/02** – samodzielne prowadzenie profili MCSiR oraz Zatrzymaj się w Płońsku (okres ferii)

**12-13/02** – Udział w naradzie dotyczącej bezpieczeństwa

- analiza wskaźników determinujących interakcje fanów dotyczących szeroko rozumianych działań w zakresie bezpieczeństwa (Straż Miejska)
- ustalenie zasad redakcji treści w ww. zakresie
- omówienie i analiza działań promocyjnych i promujących działania Straży Miejskiej w płońskich szkołach i w dostępnej e-przestrzeni (wszystkich jednostek i spółek)

**14/02** – Spotkanie z przedstawicielami Przedszkola Nr 4 w Płońsku obsługujących e-przestrzeń

- analiza wskaźników determinujących interakcje z fanami

- ustalenie zasad redakcji i administrowania fanpage
- ustalenie strategii działań w codziennej komunikacji wirtualnej
- opracowanie planu postów
- omówienie bieżącej komunikacji z fanami w aplikacji Messenger

**19/02** – Spotkanie z przedstawicielami Przedszkola Nr 3 w Płońsku obsługujących e-przestrzeń

- analiza wskaźników determinujących interakcje z fanami
- ustalenie zasad redakcji i administrowania fanpage
- ustalenie strategii działań w codziennej komunikacji wirtualnej
- opracowanie planu postów
- omówienie bieżącej komunikacji z fanami w aplikacji Messenger

**20/02** – udział w Sesji

**25/02** – udział w spotkaniu z Fundacją Media-Sztuka-Film

- promocja miasta i samorządu terytorialnego w okresie ostatnich 30 lat – zaangażowanie w projekt po stronie sieci i medió

**27/02** – udział w 1 Targach Pracy

- promocja MCSiR
- promocja Urzędu miasta w Płońsku
- promocja Zatrzymaj się w Płońsku

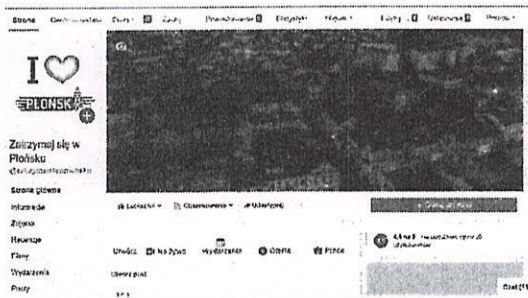
2. Jednostki i spółki: propozycje dalszych działań

- Monitorowanie mediów pod kątem hejtu
- Pozytywne reagowanie na wpisy dotyczące hejtu w różnych miejscach w sieci
- Informowanie fanów – ujawnianie PRAWDZIWYCH informacji w sposób kulturalny i elegancki
- Codzienna praca w mediach z ofertą i działaniami jednostek i spółek
- Podział oferty/działań/informacji na grupy docelowe, do których jest kierowana (dzieci, młodzież, etc)
- Dywersyfikacja komunikatów z podziałem na mieszkańców, inwestorów, turystów
- Propozycja nowych form przekazu oferty i realizacji – relacje 24h
- Codzienna praca w e-przestrzeni z atrakcyjnymi grafikami, konkursami, quizami, gadżetami do wygrania, etc
- Scalenie wszystkich profili z marką Płońsk (jednolite lub nawiązujące logo)
- Dezaktywowanie lub reaktywacja profili, na których nie ma od dawna komunikacji
- Treści informująco-angażujące z wyraźnym CTA (call to action)
- Real Time Marketing buduje społeczność zaangażowaną w daną sprawę / temat
- Propozycja tagowania/oznaczania miejsca podczas pobytu
- Zdjęcia i posty w czasie rzeczywistym
- Włączenie społeczności fanów w działania jednostek i spółek w czasie rzeczywistym



### 3. Bieżąca realizacja działań – FB i strony www

Samodzielne prowadzenie profili społecznościowych jednostek oraz wsparcie przy rozszerzaniu zasięgów w oparciu o uprawnienia administracyjne do poszczególnych profili SM.



espresso online  
Agnieszka Poliszewska-Ostrowska  
09-100 Płońsk, ul. Północna 12/22  
NIP 5671674506 REGON 383110654  
tel. 603 106136

9

**Zestawienie trendów określających zainteresowania internautów mogących mieć związek z treściami promocyjnymi jednostek organizacyjnych miasta i spółek umowy .**

**Dotyczy §2 pkt. 1 ppkt. 8). Umowy ZP.272.28.2020 – Luty 2020**

Przeprowadzono monitoring trendów w zakresie przeglądu stron www i SM podobnych jednostek samorządu terytorialnego. Monitoring wykazał coraz większą aktywizację odbiorców w zakresie zmieniających się domen kulturowych.

Wobec powyższego zachodzi potrzeba podjęcia działań i zastosowania narzędzi marketingu terytorialnego wraz z narzędziami PR w zakresie promocji miejsc.

Promocja miejsc powinna obejmować promocję „tu i teraz” zgodnie z zasadami Real Time Marketingu z uwzględnieniem zachowania planu postów zatwierdzonego na początku miesiąca.

Dobre funkcjonowanie każdej instytucji, prywatnej firmy lub korporacji, a w szczególności jednostki administrującej majątkiem publicznym opiera się na skutecznej komunikacji – zarówno zewnętrznej, jak i wewnętrznej. Główną rolę w tym procesie odgrywają „komunikatorzy”, a więc osoby odpowiedzialne za politykę informacyjną organizacji. Obecna sytuacja rynkowa sprawiła, że społeczeństwo otacza różnorodność kanałów informacyjnych. Postępująca globalizacja zmieniła również sposób tworzenia i podawania informacji w odniesieniu i z punktu widzenia przetwarzania jej przez odbiorcę. Konieczne są więc kompleksowe rozwiązania w dziedzinie komunikacji na gruncie marketingu i public relations.

W szczególności w kolejnych krokach należy skupić się na:

1. Zastosowaniu zagadnień i działań związanych z pojęciem marketingu terytorialnego – w kontekście Real Time Marketing
2. Zaangażowaniu jednostek i spółek w tworzenie wizerunku miasta poprzez działania, propozycje uchwał i / lub promocję lokalnych wydarzeń – w szczególności w e-przestrzeni z wykorzystaniem logotypów i oznaczaniem fanpage, ale przy innych treściach i angażujących (nowych/innych) grafikach, zdjęciach, filmach
3. Zaangażowaniu jednostek i spółek do współpracy – wzajemna promocja działań równoległych – oznaczanie fanpage w e-przestrzeni planującego posty.
4. Reagowanie na komentarze i udostępnienia fanów – bez znaczenia na kontekst (pozytywny/negatywny)
5. Skrócenie czasu odpowiedzi w aplikacji Messenger do 10 minut



**Raport podsumowujący wykonanie przedmiotu umowy ZP.272.28.2020**

**Dotyczy §2 pkt. 1 ppkt. 7). – Marzec 2020**

URZĄD MIEJSKI W PŁOŃSKU  
Kancelaria Urzędu  
2020-03-31  
Zał. nr 1 do pisma dz. 3462  
Podpis: *[Signature]*

**1. Spotkania z przedstawicielami jednostek i spółek:**

**MCK** – Spotkanie z przedstawicielami Miejskiego Centrum Kultury – dotyczy fanpage: MCK, Bistro Kultura, Pracownia Artystyczna I Piętro - obsługujących e-przestrzeń

- ustalenie strategii działań w codziennej komunikacji wirtualnej
- opracowanie planu postów i działalności wirtualnej na okres kwarantanny
- omówienie bieżącej komunikacji z fanami w aplikacji Messenger

**MCSiR** – Spotkania z przedstawicielami Miejskiego Centrum Sportu i Rekreacji w Płońsku obsługujących e-przestrzeń

- ustalenie strategii działań w codziennej komunikacji wirtualnej
- opracowanie planu postów
- opracowanie działań na okres kwarantanny
- omówienie bieżącej komunikacji z fanami w aplikacji Messenger

**Szkoły Podstawowe**

- analiza wskaźników determinujących interakcje z fanami podczas kwarantanny
- ustalenie zasad redakcji i administrowania fanpage
- ustalenie strategii działań w codziennej komunikacji wirtualnej vs nauczanie online
- opracowanie planu postów vs nauczanie online
- omówienie bieżącej komunikacji z fanami w aplikacji Messenger

**Przedszkola**

- analiza wskaźników determinujących interakcje z fanami podczas kwarantanny
- ustalenie zasad redakcji i administrowania fanpage
- ustalenie strategii działań w codziennej komunikacji wirtualnej podczas kwarantanny z wykorzystaniem możliwych środków przekazu wirtualnego
- opracowanie planu postów vs inne przedszkola
- omówienie bieżącej komunikacji z fanami w aplikacji Messenger

**Zatrzymaj Się w Płońsku**

- ustalenie strategii działań w codziennej komunikacji wirtualnej podczas kwarantanny z wykorzystaniem możliwych środków przekazu wirtualnego
- opracowanie planu postów dot. Kwarantanny
- akcja wsparcia lokalnych przedsiębiorców #PłońskWKoronie

**2. Jednostki i spółki: propozycje dalszych działań**

- Aktywizacja fanów i użytkowników przestrzeni wirtualnej do aktywnego uczestnictwa poprzez Social Media i strony www podczas kwarantanny

- Zróżnicowanie treści pod kątem tematyki portali i grup wiekowych odbiorców
- Ustalenie sztywnych godzin komunikacji z uwzględnieniem wszystkich jednostek – niepublikowanie w godzinach publikacji innych, z wyłączeniem szkół i przedszkoli.
- Monitorowanie mediów pod kątem hejtu
- Pozytywne reagowanie na wpisy dotyczące hejtu w różnych miejscach w sieci
- Informowanie fanów – ujawnianie PRAWDZIWYCH informacji w sposób kulturalny i elegancki
- Codzienna praca w mediach z ofertą i działaniami jednostek i spółek
- Podział oferty/działań/informacji na grupy docelowe, do których jest kierowana (dzieci, młodzież, etc)
- Dywersyfikacja komunikatów z podziałem na mieszkańców, inwestorów, turystów
- Propozycja nowych form przekazu oferty i realizacji – relacje 24h
- Codzienna praca w e-przestrzeni z atrakcyjnymi grafikami, konkursami, quizami, gadżetami do wygrania, etc
- Scalenie wszystkich profili z marką Płońsk (jednolite lub nawiązujące logo)
- Dezaktywowanie lub reaktywacja profili, na których nie ma od dawna komunikacji
- Treści informująco-angażujące z wyraźnym CTA (call to action)
- Real Time Marketing buduje społeczność zaangażowaną w daną sprawę / temat
- Propozycja tagowania/oznaczania miejsca podczas pobytu
- Zdjęcia i posty w czasie rzeczywistym
- Włączenie społeczności fanów w działania jednostek i spółek w czasie rzeczywistym

### 3. Bieżąca realizacja działań – FB i strony www

Samodzielne prowadzenie profili społecznościowych jednostek oraz wsparcie przy rozszerzaniu zasięgów w oparciu o uprawnienia administracyjne do poszczególnych profili SM.



**espresso online**

Agnieszka Poliszewska-Ostrowska  
09-100 Płońsk, ul. Północna 12/22  
NIP 5671574506 REGON-383110654  
tel. 603106136

*Agnieszka Poliszewska-Ostrowska*

0



**Restawienie trendów określających zainteresowania internautów mogących mieć związek z treściami promocyjnymi jednostek organizacyjnych miasta i spółek umowy .**

**Dotyczy §2 pkt. 1 ppkt. 8). Umowy ZP.272.28.2020 – Marzec 2020**

Przeprowadzono monitoring trendów w zakresie przeglądu stron www i SM podobnych jednostek samorządu terytorialnego. Z uwagi na pandemię i przymusową kwarantannę społeczeństwa, monitoring wykazał szczególne zainteresowanie wirtualnym środowiskiem, na wszystkich polach i dla wszystkich grup wiekowych.

Wobec powyższego zachodzi potrzeba podjęcia działań i zastosowania narzędzi online z wykorzystaniem komunikacji offline.

Z uwagi na ograniczenia związane z kwarantanną , promocja miejsc może obejmować przeszłość z wykorzystaniem materiałów, których dysponentem jest Pracownia Dokumentacji Dziejów Miasta w Płońsku.

Szkoły podstawowe z uwagi na kwarantannę i wprowadzenia nauczania online powinny ograniczyć komunikacje w Social Media do najistotniejszych komunikatów dotyczących nowej formy nauczania. Dodatkowo warto kłaść nacisk na przestrzeganie zasad kwarantanny i wyjaśnienie uczniom i rodzicom nowych realiów z jakimi przyszło im się zmierzyć.

Przedszkola winny zróżnicować komunikację na pory dnia. Można uwzględnić ogólnopolskie i światowe akcje propagujące przestrzeganie zasad kwarantanny, pozostanie w domach, jak najbliższe wyjaśnienie dzieciom zasad pandemii i możliwości walki z koronawirusem.

MCK, MCSiR i MBP powinny jak dotąd prowadzić komunikację w Social Mediach z uwzględnieniem nowych realiów komunikacji TYLKO wirtualnej. Wskazanie filmów, muzeów wirtualnych, historii miejsc, zagadek, konkursów, rebusów.

W szczególności – do czasu zniesienia kwarantanny - należy skupić się na:

1. Tworzeniu informacji i zarządzania nią z poziomu jednostki, tak aby móc nad nią zapanować
2. Zaangażowaniu jednostek i spółek w tworzenie wizerunku miasta poprzez działania, propozycje uchwał i / lub promocję lokalnych wydarzeń – w szczególności w e-przestrzeni z wykorzystaniem logotypów i oznaczaniem fanpage, ale przy innych treściach i angażujących (nowych/innych) grafikach, zdjęciach, filmach
3. Zaangażowaniu jednostek i spółek do współpracy – wzajemna promocja działań równoległych – oznaczanie fanpage w e-przestrzeni planującego posty.
4. Reagowanie na komentarze i udostępnienia fanów – bez znaczenia na kontekst (pozytywny/negatywny)
5. Skrócenie czasu odpowiedzi w aplikacji Messenger do 10 minut

**espresso online**

Agnieszka Poliszewska-Ostrowska  
09-100 Płońsk, ul. Północna 12/22  
NIP 5671574506 REGON 383110654  
tel. 603106136

*Gonczarka Ostrowska*

**Raport podsumowujący wykonanie przedmiotu umowy ZP.272.28.2020**  
**Dotyczy §2 pkt. 1 ppkt. 7). – Kwiecień 2020**

1. Wirtualne spotkania z przedstawicielami jednostek i spółek:

**MCK** – Spotkanie z przedstawicielami Miejskiego Centrum Kultury – dotyczy fanpasy: MCK, Bistro Kultura, Pracownia Artystyczna I Piętro - obsługujących e-przestrzeń

- ustalenie strategii działań w codziennej komunikacji wirtualnej
- opracowanie planu postów i działalności wirtualnej na okres kwarantanny
- omówienie bieżącej komunikacji z fanami w aplikacji Messenger
- przygotowanie do „odmrażania” instytucji kulturalnych w czasie epidemii (galerie sztuki, wystawy)

**MCSiR** – Spotkania z przedstawicielami Miejskiego Centrum Sportu i Rekreacji w Płońsku obsługujących e-przestrzeń

- ustalenie strategii działań w codziennej komunikacji wirtualnej
- opracowanie planu postów
- opracowanie działań na okres kwarantanny
- omówienie bieżącej komunikacji z fanami w aplikacji Messenger
- przygotowanie do „odmrażania” obiektów sportowych w czasie epidemii (orliki, boiska zewnętrzne, stadiony)
- analiza nowych form rekreacji zewnętrznych i ustalenie ich komunikacji w mediach elektronicznych
- wykorzystanie zasobów Pracowni Dokumentacji Dziejów Miasta do komunikacji w mediach elektronicznych

**Szkoły Podstawowe**

- analiza wskaźników determinujących interakcje z fanami podczas kwarantanny
- ustalenie strategii działań w codziennej komunikacji wirtualnej vs nauczanie online
- opracowanie planu postów vs nauczanie online
- omówienie bieżącej komunikacji z fanami w aplikacji Messenger

**Przedszkola**

- analiza wskaźników determinujących interakcje z fanami podczas kwarantanny
- ustalenie strategii działań w codziennej komunikacji wirtualnej podczas kwarantanny z wykorzystaniem możliwych środków przekazu wirtualnego
- opracowanie planu postów vs inne przedszkola
- omówienie bieżącej komunikacji z fanami w aplikacji Messenger

**Zatrzymaj Się w Płońsku**

- ustalenie strategii działań w codziennej komunikacji wirtualnej podczas kwarantanny z wykorzystaniem możliwych środków przekazu wirtualnego
- opracowanie planu postów dot. Kwarantanny





- wykorzystanie zasobów Pracowni Dokumentacji Dziejów Miasta do komunikacji w mediach elektronicznych

## 2. Jednostki i spółki: propozycje dalszych działań

- Ustalenie planu komunikacji vs konferencje prasowe Prezesa Rady Ministrów i Ministrów odpowiednich dotyczących odmrażania kolejnych instytucji (jednostek)
- Aktywizacja fanów i użytkowników przestrzeni wirtualnej do aktywnego uczestnictwa poprzez Social Media i strony www podczas kwarantanny
- Zróżnicowanie treści pod kątem tematyki portali i grup wiekowych odbiorców
- Ustalenie sztywnych godzin komunikacji z uwzględnieniem wszystkich jednostek – niepublikowanie w godzinach publikacji innych, z wyłączeniem szkół i przedszkoli.
- Monitorowanie mediów pod kątem hejtu
- Pozytywne reagowanie na wpisy dotyczące hejtu w różnych miejscach w sieci
- Informowanie fanów – ujawnianie PRAWDZIWYCH informacji w sposób kulturalny i elegancki
- Codzienna praca w mediach z utrzymaniem zainteresowania fanów Podział oferty/działań/informacji na grupy docelowe, do których jest kierowana (dzieci, młodzież, etc)
- Dywersyfikacja komunikatów z podziałem na mieszkańców, inwestorów, turystów
- Propozycja nowych form przekazu oferty i realizacji – relacje 24h
- Codzienna praca w e-przestrzeni z atrakcyjnymi grafikami, konkursami, quizami, gadżetami do wygrania, etc
- Treści informująco-angażujące z wyraźnym CTA (call to action)
- Włączenie społeczności fanów w działania jednostek i spółek w czasie rzeczywistym

## 3. Bieżąca realizacja działań – FB i strony www

Samodzielne prowadzenie profili społecznościowych jednostek oraz wsparcie przy rozszerzaniu zasięgów w oparciu o uprawnienia administracyjne do poszczególnych profili SM.



*Agnes Poliszewska-Ostrowska*  
Agnes Poliszewska-Ostrowska  
09-100 Płońsk, ul. Północna 12/22  
NIP. 5671574506. REGON 383110654  
tel. 603106136

**Zestawienie trendów określających zainteresowania internautów mogących mieć związek z treściami promocyjnymi jednostek organizacyjnych miasta i spółek umowy .**

**Dotyczy §2 pkt. 1 ppkt. 8). Umowy ZP.272.28.2020 – Kwiecień 2020**

Przeprowadzono monitoring trendów w zakresie przeglądu stron www i SM podobnych jednostek samorządu terytorialnego. Z uwagi na pandemię i przymusową kwarantannę społeczeństwa, ale również „odmrażanie” etapowe kolejnych jednostek, monitoring wykazał szczególne zainteresowanie wirtualnym środowiskiem, na wszystkich polach i dla wszystkich grup wiekowych.

Wobec powyższego zachodzi potrzeba podjęcia działań i zastosowania narzędzi online z wykorzystaniem komunikacji offline oraz bieżąca i aktywna informacja dotycząca kolejnych posunięć. Z uwagi na ograniczenia związane z kwarantanną , promocja miejsc może obejmować przeszłość z wykorzystaniem materiałów, których dysponentem jest Pracownia Dokumentacji Dziejów Miasta w Płońsku. Z uwagi na kolejne etapy przywracania gospodarki zachodzi potrzeba bieżącej informacji mieszkańców z wykorzystaniem komunikacji w mediach elektronicznych.

Szkoły podstawowe z uwagi na kwarantannę, ale też przywracanie gospodarki i wprowadzenia nauczania online powinny rozszerzyć komunikację w Social Media nie tylko o najistotniejsze komunikaty dotyczące nowych form nauczania, ale też bezpieczeństwa i obostrzeń zastosowanych wobec ludności, z uwzględnieniem wieku użytkowników mediów elektronicznych. Dodatkowo warto kłaść nacisk na przestrzeganie zasad kwarantanny i wyjaśnienie uczniom i rodzicom nowych realiów z jakimi przyszło im się zmierzyć w obliczu odmrażania gospodarki.

Przedszkola winny różnicować komunikację na pory dnia. Można uwzględnić ogólnopolskie i światowe akcje propagujące przestrzeganie zasad kwarantanny, pozostanie w domach, jak najbliższe wyjaśnienie dzieciom zasad pandemii i możliwości walki z koronawirusem.

MCK, MCSiR i MBP powinny jak dotąd prowadzić komunikację w Social Mediach z uwzględnieniem nowych realiów komunikacji TYLKO wirtualnej. Wskazanie filmów, muzeów wirtualnych, historii miejsc, zagadek, konkursów, rebusów.

W szczególności – do czasu zniesienia kwarantanny i w okresie kolejnych etapów przywracania gospodarki - należy skupić się na:

1. Tworzeniu informacji i zarządzania nią z poziomu jednostki, tak aby móc nad nią zapanować
2. Zaangażowaniu jednostek i spółek w tworzenie wizerunku miasta poprzez działania, propozycje uchwał i / lub promocję lokalnych wydarzeń – w szczególności w e-przestrzeni z wykorzystaniem logotypów i oznaczaniem fanpage, ale przy innych treściach i angażujących (nowych/innych) grafikach, zdjęciach, filmach
3. Reagowanie na komentarze i udostępnienia fanów – bez znaczenia na kontekst (pozytywny/negatywny)

**espresso online**  
Agnieszka Poliszewska-Ostrowska  
09-100 Płońsk, ul. Północna 12/22  
NIP 5671574506, REGON 383110654  
tel. 603106136



**Raport podsumowujący wykonanie przedmiotu umowy ZP.272.28.2020**  
**Dotyczy §2 pkt. 1 ppkt. 7). – Maj 2020**

1. Wirtualne spotkania z przedstawicielami jednostek i spółek:

**MCSiR** – Spotkania z przedstawicielami Miejskiego Centrum Sportu i Rekreacji w Płońsku obsługujących e-przestrzeń

- ustalenie strategii działań w codziennej komunikacji wirtualnej
- odmrażanie boisk, orlików, stadionu, hali – komunikacja w tym zakresie
- opracowanie planu postów
- opracowanie działań na okres kwarantanny
- omówienie bieżącej komunikacji z fanami w aplikacji Messenger
- analiza nowych form rekreacji zewnętrznych i ustalenie ich komunikacji w mediach elektronicznych
- opracowanie nowych form komunikacji – filmy i nagrania

**Urząd Miejski w Płońsku**

- ustalenie strategii działań w codziennej komunikacji wirtualnej
- opracowanie planu postów
- omówienie bieżącej komunikacji z fanami w aplikacji Messenger
- opracowanie nowych form komunikacji – filmy i nagrania

**Szkoły Podstawowe**

- analiza wskaźników determinujących interakcje z fanami podczas kwarantanny
- ustalenie strategii działań w codziennej komunikacji wirtualnej vs nauczanie online
- opracowanie planu postów vs nauczanie online
- omówienie bieżącej komunikacji z fanami w aplikacji Messenger

**Przedszkola**

- analiza wskaźników determinujących interakcje z fanami podczas kwarantanny
- ustalenie strategii działań w codziennej komunikacji wirtualnej podczas kwarantanny z wykorzystaniem możliwych środków przekazu wirtualnego
- opracowanie planu postów vs inne przedszkola
- omówienie bieżącej komunikacji z fanami w aplikacji Messenger

**Zatrzymaj Się w Płońsku**

- ustalenie strategii działań w codziennej komunikacji wirtualnej podczas kwarantanny z wykorzystaniem możliwych środków przekazu wirtualnego
- opracowanie planu postów dot. etapów odmrażania
- opracowanie nowych form komunikacji – filmy i nagrania

## 2. Jednostki i spółki: propozycje dalszych działań

- Ustalenie planu komunikacji vs konferencje prasowe Prezesa Rady Ministrów i Ministrów odpowiednich dotyczących odmrażania kolejnych instytucji (jednostek)
- Aktywizacja fanów i użytkowników przestrzeni wirtualnej do aktywnego uczestnictwa poprzez Social Media i strony www podczas kwarantanny
- Zróżnicowanie treści pod kątem tematyki portali i grup wiekowych odbiorców
- Ustalenie sztywnych godzin komunikacji z uwzględnieniem wszystkich jednostek – niepublikowanie w godzinach publikacji innych, z wyłączeniem szkół i przedszkoli.
- Monitorowanie mediów pod kątem hejtu
- Pozytywne reagowanie na wpisy dotyczące hejtu w różnych miejscach w sieci
- Informowanie fanów – ujawnianie PRAWDZIWYCH informacji w sposób kulturalny i elegancki
- Codzienna praca w mediach z utrzymaniem zainteresowania fanów Podział oferty/działań/informacji na grupy docelowe, do których jest kierowana (dzieci, młodzież, etc)
- Dywersyfikacja komunikatów z podziałem na mieszkańców, inwestorów, turystów
- Propozycja nowych form przekazu oferty i realizacji – relacje 24h
- Codzienna praca w e-przestrzeni z atrakcyjnymi grafikami, konkursami, quizami, gadżetami do wygrania, etc
- Treści informująco-angażujące z wyraźnym CTA (call to action)
- Włączenie społeczności fanów w działania jednostek i spółek w czasie rzeczywistym
- Nowa forma komunikacji – filmy i nagrania

## 3. Bieżąca realizacja działań – FB i strony www

Samodzielne prowadzenie profili społecznościowych jednostek oraz wsparcie przy rozszerzaniu zasięgów w oparciu o uprawnienia administracyjne do poszczególnych profili SM.



espresso online

Agnieszka Poliszewska-Ostrowska  
09-100 Płońsk, ul. Północna 12/72  
NIP.5671574506 REGON 383110654  
tel. 603106136



**Zestawienie trendów określających zainteresowania internautów mogących mieć związek z treściami promocyjnymi jednostek organizacyjnych miasta i spółek umowy .**

**Dotyczy §2 pkt. 1 ppkt. 8). Umowy ZP.272.28.2020 – Maj 2020**

Przeprowadzono monitoring trendów w zakresie przeglądu stron www i SM podobnych jednostek samorządu terytorialnego. Z uwagi na pandemię i przymusową kwarantannę społeczeństwa, ale również „odmrażanie” etapowe kolejnych jednostek, monitoring wykazał szczególne zainteresowanie wirtualnym środowiskiem, na wszystkich polach i dla wszystkich grup wiekowych.

Wobec powyższego zachodzi potrzeba podjęcia nowych działań i zastosowania nowych narzędzi online. Posty z wykorzystaniem statycznego obrazu przynoszą mniejsze zainteresowanie i zaangażowanie fanów. Nowe działania powinny zawierać ruchomy obraz, grafikę, muzykę. Warto wykorzystać filmy i krótkie wywiady do budowania relacji, które zwiększą zasięgi fanpejdży.

Wszystkie jednostki powinny wdrożyć komunikację dotyczącą kolejnych etapów odmrażania i realizować je w komunikacji online z wykorzystaniem obrazu dynamicznego zaczerpniętego z offline.

W szczególności – do czasu zniesienia kwarantanny i w okresie kolejnych etapów przywracania gospodarki - należy skupić się na:

1. Wdrożeniu nowej formy komunikacji – obraz dynamiczny
2. Próba komunikacji LIVE
3. Tworzeniu informacji i zarządzania nią z poziomu jednostki, tak aby móc nad nią zapanować
4. Zaangażowaniu jednostek i spółek w tworzenie wizerunku miasta poprzez działania, propozycje uchwał i / lub promocję lokalnych wydarzeń – w szczególności w e-przestrzeni z wykorzystaniem logotypów i oznaczaniem fanpage, ale przy innych treściach i angażujących (nowych/innych) grafikach, zdjęciach, filmach
5. Reagowanie na komentarze i udostępnienia fanów – bez znaczenia na kontekst (pozytywny/negatywny)

**espresso online**

Agnieszka Poliszewska-Ostrowska  
09-100 Płońsk, ul. Północna 12/22  
NIP 5671574506/REGON 383710654  
tel. 608108135

## **Raport podsumowujący wykonanie przedmiotu umowy ZP.272.28.2020**

**Dotyczy §2 pkt. 1 ppkt. 7). – CZERWIEC 2020**

### **1. Wirtualne spotkania z przedstawicielami jednostek i spółek:**

**MCSiR** – Spotkania z przedstawicielami Miejskiego Centrum Sportu i Rekreacji w Płońsku obsługujących e-przestrzeń

- ustalenie strategii działań w codziennej komunikacji wirtualnej
- odmrożenie pływalni w nowym reżimie sanitarnym – komunikacja w tym zakresie
- opracowanie planu postów
- opracowanie działań na okres kwarantanny
- opracowanie planu działań komunikacji wakacyjnej
- omówienie bieżącej komunikacji z fanami w aplikacji Messenger
- analiza nowych form rekreacji zewnętrznych i ustalenie ich komunikacji w mediach elektronicznych
- opracowanie nowych form komunikacji – filmy i nagrania
- wymiana pomysłów i doświadczeń z lat ubiegłych vs wakacje i okres wypoczynku
- konkursy, gry i zabawy plenerowe, współkomunikacja z MCK w Płońsku i pozostałymi jednostkami posiadającymi fanpejdże
- poprawa funkcjonowania obiektów – ankiety wśród użytkowników
- ankieta elektroniczna nt godzin otwarcia pływalni
- komunikacja z fanami przy podejmowaniu decyzji do funkcjonowania poszczególnych obiektów
- udział w #siepomaga #gaszynchallenge – budowa wizerunku obiektu

### **Urząd Miejski w Płońsku**

- ustalenie strategii działań w codziennej komunikacji wirtualnej w zakresie wyborów prezydenckich 2020
- opracowanie planu postów
- omówienie bieżącej komunikacji z fanami w aplikacji Messenger
- opracowanie nowych form komunikacji – filmy i nagrania
- współkomunikacja z pozostałymi jednostkami celem popularyzowania oferty jednostek nt „Wakacje w mieście”

### **Szkoły Podstawowe**

- analiza wskaźników determinujących interakcje z fanami podczas kwarantanny
- ustalenie strategii działań w codziennej komunikacji wirtualnej vs nauczanie online
- opracowanie planu postów vs nauczanie online
- omówienie bieżącej komunikacji z fanami w aplikacji Messenger



### **Przedszkola**

- analiza wskaźników determinujących interakcje z fanami podczas kwarantanny
- ustalenie strategii działań w codziennej komunikacji wirtualnej podczas kwarantanny z wykorzystaniem możliwych środków przekazu wirtualnego
- opracowanie planu postów vs inne przedszkola
- omówienie bieżącej komunikacji z fanami w aplikacji Messenger

### **Zatrzymaj Się w Płońsku**

- ustalenie strategii działań w codziennej komunikacji wirtualnej podczas kwarantanny z wykorzystaniem możliwych środków przekazu wirtualnego
- opracowanie planu postów dot. etapów odmrażania
- opracowanie nowych form komunikacji – filmy i nagrania
- współkomunikacja z pozostałymi jednostkami celem popularyzowania oferty jednostek nt „Wakacje w mieście”

## **2. Jednostki i spółki: propozycje dalszych działań**

- Ustalenie planu komunikacji vs konferencje prasowe Prezesa Rady Ministrów i Ministrów odpowiednich dotyczących odmrażania kolejnych instytucji (jednostek)
- Współkomunikacja z pozostałymi jednostkami celem popularyzowania oferty jednostek nt „Wakacje w mieście”
- Aktywizacja fanów i użytkowników przestrzeni wirtualnej do aktywnego uczestnictwa poprzez Social Media i strony www podczas kwarantanny
- Zróżnicowanie treści pod kątem tematyki portali i grup wiekowych odbiorców
- Ustalenie sztywnych godzin komunikacji z uwzględnieniem wszystkich jednostek – niepublikowanie w godzinach publikacji innych, z wyłączeniem szkół i przedszkoli.
- Monitorowanie mediów pod kątem hejtu
- Pozytywne reagowanie na wpisy dotyczące hejtu w różnych miejscach w sieci
- Informowanie fanów – ujawnianie PRAWDZIWYCH informacji w sposób kulturalny i elegancki
- Codzienna praca w mediach z utrzymaniem zainteresowania fanów Podział oferty/działań/informacji na grupy docelowe, do których jest kierowana (dzieci, młodzież, etc)
- Dywersyfikacja komunikatów z podziałem na mieszkańców, inwestorów, turystów
- Propozycja nowych form przekazu oferty i realizacji – relacje 24h
- Codzienna praca w e-przestrzeni z atrakcyjnymi grafikami, konkursami, quizami, gadżetami do wygrania, etc
- Treści informująco-angażujące z wyraźnym CTA (call to action)
- Włączenie społeczności fanów w działania jednostek i spółek w czasie rzeczywistym
- Nowa forma komunikacji – filmy i nagrania

### 3. Bieżąca realizacja działań – FB i strony www

Samodzielne prowadzenie profili społecznościowych jednostek oraz wsparcie przy rozszerzaniu zasięgów w oparciu o uprawnienia administracyjne do poszczególnych profili SM.



**espresso online**

Agnieszka Poliszewska-Ostrowska  
09-100 Płońsk, ul. Północna 12/22  
NIP 5674574806 REGON 383110654  
tel. 603 106 136



**Zestawienie trendów określających zainteresowania internautów mogących mieć związek z treściami promocyjnymi jednostek organizacyjnych miasta i spółek umowy .**

**Dotyczy §2 pkt. 1 ppkt. 8). Umowy ZP.272.28.2020 – CZERWIEC2020**

Przeprowadzono monitoring trendów w zakresie przeglądu stron www i SM podobnych jednostek samorządu terytorialnego. Z uwagi na pandemię i przymusową kwarantannę społeczeństwa, ale również „odmrażanie” etapowe kolejnych jednostek, monitoring wykazał szczególne zainteresowanie wirtualnym środowiskiem, na wszystkich polach i dla wszystkich grup wiekowych.

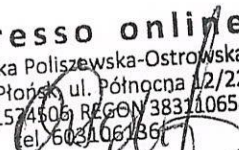
Wobec powyższego zachodzi potrzeba podjęcia nowych działań i zastosowania nowych narzędzi online – biorąc również pod uwagę zbliżający się koniec roku szkolnego i przejście w tryb funkcjonowania wakacyjnego. Posty z wykorzystaniem statycznego obrazu przynoszą mniejsze zainteresowanie i zaangażowanie fanów. Nowe działania powinny zawierać ruchomy obraz, grafikę, muzykę. Warto wykorzystać filmy i krótkie wywiady do budowania relacji, które zwiększą zasięgi fanpage'ów.

Wszystkie jednostki powinny wdrożyć komunikację dotyczącą kolejnych etapów odmrażania i realizować je w komunikacji online z wykorzystaniem obrazu dynamicznego zaczerpniętego z offline. Treści powinny uwzględniać realizację bieżących działań i zadań ze szczególnym uwzględnieniem bezpieczeństwa przed zagrożeniem epidemicznym.

W szczególności – do czasu zniesienia kwarantanny i w okresie kolejnych etapów przywracania gospodarki - należy skupić się na:

1. Wdrożeniu nowej formy komunikacji – obraz dynamiczny
2. Próba komunikacji LIVE
3. Tworzeniu informacji i zarządzania nią z poziomu jednostki, tak aby móc nad nią zapanować
4. Zaangażowaniu jednostek i spółek w tworzenie wizerunku miasta poprzez działania, propozycje uchwał i / lub promocję lokalnych wydarzeń – w szczególności w e-przestrzeni z wykorzystaniem logotypów i oznaczaniem fanpage, ale przy innych treściach i angażujących (nowych/innych) grafikach, zdjęciach, filmach
5. Reagowanie na komentarze i udostępnienia fanów – bez znaczenia na kontekst (pozytywny/negatywny)

**espresso online**  
Agnieszka Poliszewska-Ostrowska  
09-100 Płońsk, ul. Północna 12/22  
NIP 5671574506 REGON 383110654  
tel 603106186



## Raport podsumowujący wykonanie przedmiotu umowy ZP.272.28.2020

Dotyczy §2 pkt. 1 ppkt. 7). – LIPIEC 2020

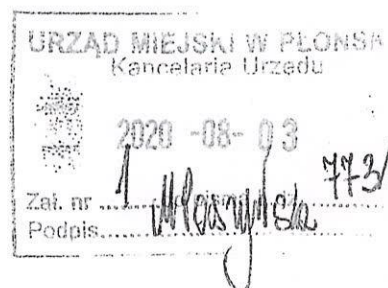
1. Wirtualne spotkania z przedstawicielami jednostek i spółek:  
**MCSiR – Spotkania z przedstawicielami Miejskiego Centrum Sportu i Rekreacji w Płońsku obsługujących e-przestrzeń**
  - opracowanie działań w codziennej komunikacji wirtualnej w zakresie zmian wynikających z rozporządzeń dotyczących COVID19
  - codzienna komunikacja w RELACJACH
  - odmrożenie kolejnych obiektów sportowych w nowym reżimie sanitarnym – komunikacja w tym zakresie
  - opracowanie planu postów i działań komunikacji wakacyjnej
  - omówienie bieżącej komunikacji z fanami w aplikacji Messenger
  - analiza nowych form rekreacji zewnętrznych i ustalenie ich komunikacji w mediach elektronicznych
  - opracowanie nowych form komunikacji – filmy i nagrania
  - wymiana pomysłów i doświadczeń z lat ubiegłych vs wakacje i okres wypoczynku
  - konkursy, gry i zabawy plenerowe, współkomunikacja z MCK w Płońsku i pozostałymi jednostkami posiadającymi fanpejdże
  - poprawa funkcjonowania obiektów – ankiety wśród użytkowników
  - ankieta elektroniczna nt godzin otwarcia pływalni
  - komunikacja z fanami przy podejmowaniu decyzji do funkcjonowania poszczególnych obiektów
  - udział w #siepomaga #gaszynchallenge – budowa wizerunku obiektu

### Punkt Profilaktyki Uzależnień i Pomocy Rodzinie

- nowy kanał – opracowanie planu komunikacji
- ustalenie strategii działań w codziennej komunikacji wirtualnej podczas pandemii z wykorzystaniem możliwych środków przekazu wirtualnego
- opracowanie planu postów dot. etapów odmrażania
- opracowanie nowych form komunikacji – filmy i nagrania
- współkomunikacja z pozostałymi jednostkami celem popularyzowania oferty jednostek nt „Wakacje w mieście”

### Miejska Biblioteka Publiczna

- analiza wskaźników determinujących interakcje z fanami podczas pandemii
- opracowanie działań w codziennej komunikacji wirtualnej w zakresie zmian wynikających z rozporządzeń dotyczących COVID19
- codzienna komunikacja w RELACJACH
- opracowanie wydarzeń offline z komunikacją online
- opracowanie planu postów – MUST HAVE





### **MCK w Płońsku**

- analiza wskaźników determinujących interakcje z fanami podczas pandemii
- opracowanie działań w codziennej komunikacji wirtualnej w zakresie zmian wynikających z rozporządzeń dotyczących COVID19
- codzienna komunikacja w RELACJACH
- odmrożenie kolejnych „aktywności” w nowym reżimie sanitarnym – komunikacja w tym zakresie
- omówienie bieżącej komunikacji z fanami w aplikacji Messenger

### **Zatrzymaj Się w Płońsku**

- ustalenie strategii działań w codziennej komunikacji wirtualnej podczas pandemii z wykorzystaniem możliwych środków przekazu wirtualnego
- codzienna komunikacja w RELACJACH
- opracowanie planu postów dot. etapów odmrażania
- opracowanie nowych form komunikacji – filmy i nagrania
- współkomunikacja z pozostałymi jednostkami celem popularyzowania oferty jednostek nt „Wakacje w mieście”

### **Urząd Miejski w Płońsku**

- ustalenie strategii działań w codziennej komunikacji wirtualnej w zakresie zmian wynikających z rozporządzeń dotyczących COVID19
- codzienna komunikacja w RELACJACH
- opracowanie planu postów
- omówienie bieżącej komunikacji z fanami w aplikacji Messenger
- opracowanie nowych form komunikacji – filmy i nagrania
- współkomunikacja z pozostałymi jednostkami celem popularyzowania oferty jednostek nt „Wakacje w mieście”

### **Szkoły Podstawowe**

- analiza wskaźników determinujących interakcje z fanami podczas wakacji
- omówienie bieżącej komunikacji z fanami w aplikacji Messenger

### **Przedszkola**

- analiza wskaźników determinujących interakcje z fanami podczas wakacji
- omówienie bieżącej komunikacji z fanami w aplikacji Messenger

## **2. Jednostki i spółki: propozycje dalszych działań**

- Ustalenie planu komunikacji vs konferencje prasowe Prezesa Rady Ministrów i Ministrów odpowiednich dotyczących odmrażania kolejnych instytucji (jednostek)
- Współkomunikacja z pozostałymi jednostkami celem popularyzowania oferty jednostek nt „Wakacje w mieście”
- Aktywizacja fanów i użytkowników przestrzeni wirtualnej do aktywnego uczestnictwa poprzez Social Media i strony www podczas pandemii

- Zróżnicowanie treści pod kątem tematyki portali i grup wiekowych odbiorców
- Monitorowanie mediów pod kątem hejtu
- Pozytywne reagowanie na wpisy dotyczące hejtu w różnych miejscach w sieci
- Informowanie fanów – ujawnianie PRAWDZIWYCH informacji w sposób kulturalny i elegancki
- Codzienna praca w mediach z utrzymaniem zainteresowania fanów Podział oferty/działań/informacji na grupy docelowe, do których jest kierowana (dzieci, młodzież, etc)
- Dywersyfikacja komunikatów z podziałem na mieszkańców, inwestorów, turystów
- Propozycja nowych form przekazu oferty i realizacji – relacje 24h
- Codzienna praca w e-przestrzeni z atrakcyjnymi grafikami, konkursami, quizami, gadżetami do wygrania, etc
- Treści informująco-angażujące z wyraźnym CTA (call to action)
- Włączenie społeczności fanów w działania jednostek i spółek w czasie rzeczywistym
- Nowa forma komunikacji – RELACJE

### 3. Bieżąca realizacja działań – FB i strony www

Samodzielne prowadzenie profili społecznościowych jednostek oraz wsparcie przy rozszerzaniu zasięgów w oparciu o uprawnienia administracyjne do poszczególnych profili SM.



**espresso online**

Agnieszka Poliszewska-Ostrowska  
09-100 Płońsk, ul. Północna 12/22  
NIP 5671574506 REGON 383110654  
tel. 603106136



**Zestawienie trendów określających zainteresowania internautów mogących mieć związek z treściami promocyjnymi jednostek organizacyjnych miasta i spółek umowy .**

**Dotyczy §2 pkt. 1 ppkt. 8). Umowy ZP.272.28.2020 – LIPIEC 2020**

Przeprowadzono monitoring trendów w zakresie przeglądu stron www i SM podobnych jednostek samorządu terytorialnego. Z uwagi na pandemię i przymusowy reżim sanitarny oraz okres wakacji, ale również „odmrażanie” etapowe kolejnych jednostek, monitoring wykazał szczególne zainteresowanie wirtualnym środowiskiem, na wszystkich polach i dla wszystkich grup wiekowych.

Dotychczasowe działania angażują fanów i wykazują zainteresowanie informacją w wirtualnym środowisku. Wobec powyższego ważne jest utrzymanie dotychczasowego trendu informacyjnego z zachowaniem stałych pór, jednolitości komunikatów poszczególnych jednostek oraz włączenie nowej formy komunikacji – RELACJI. Relacje dają możliwość wymiany informacji między jednostkami, popularyzację wzajemnych działań i tych, które są współpodejmowane. Krzyżowe podanie informacji pozwoli na szersze dotarcie do zainteresowanych ofertą.

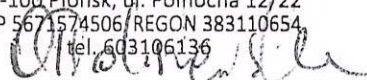
Treści powinny uwzględniać realizację bieżących działań i zadań ze szczególnym uwzględnieniem bezpieczeństwa przed zagrożeniem epidemicznym.

W szczególności należy skupić się na:

1. Wdrożeniu nowej formy komunikacji – RELACJA
2. Krzyżową popularyzację informacji między jednostkami
3. Próba komunikacji LIVE
4. Tworzeniu informacji i zarządzania nią z poziomu jednostki, tak aby móc nad nią zapanować
5. Zaangażowaniu jednostek i spółek w tworzenie wizerunku miasta poprzez działania, propozycje uchwał i / lub promocję lokalnych wydarzeń – w szczególności w e-przestrzeni z wykorzystaniem logotypów i oznaczaniem fanpage, ale przy innych treściach i angażujących (nowych/innych) grafikach, zdjęciach, filmach
6. Reagowanie na komentarze i udostępnienia fanów – bez znaczenia na kontekst (pozytywny/negatywny)

**espresso online**

Agnieszka Poliszewska-Ostrowska  
09-100 Płońsk, ul. Północna 12/22  
NIP 5671574506/REGON 383110654  
tel. 603106136



Raport podsumowujący wykonanie przedmiotu umowy ZP.272.28.2020  
Dotyczy §2 pkt. 1 ppkt. 7). – SIERPIEŃ 2020

1. Wirtualne i osobiste spotkania z przedstawicielami jednostek i spółek:

MCSiR  
Punkt Profilaktyki Uzależnień i Pomocy Rodzinie  
Miejska Biblioteka Publiczna  
MCK w Płońsku  
Zatrzymaj Się w Płońsku  
Urząd Miejski w Płońsku  
Szkoły Podstawowe  
Przedszkola  
ZGM  
Straż Miejska  
MOPS



2. Jednostki i spółki: propozycje dalszych działań

- cykliczne i regularne spotkania z przedstawicielami jednostek obsługujących e-przestrzeń
- opracowanie działań w codziennej komunikacji wirtualnej w zakresie zmian wynikających z rozporządzeń dotyczących COVID19
- codzienna komunikacja w RELACJACH
- odmrożenie kolejnych aktywności w nowym reżimie sanitarnym – komunikacja w tym zakresie
- opracowanie planu postów i działań komunikacji wakacyjnej
- omówienie bieżącej komunikacji z fanami w aplikacji Messenger
- analiza nowych form rekreacji zewnętrznych i ustalenie ich komunikacji w mediach elektronicznych
- opracowanie nowych form komunikacji – filmy i nagrania, RELACJE
- wymiana pomysłów i doświadczeń z lat ubiegłych vs wakacje i okres wypoczynku
- współkomunikacja z pozostałymi jednostkami posiadającymi fanpejdże
- Aktywizacja fanów i użytkowników przestrzeni wirtualnej do aktywnego uczestnictwa poprzez Social Media i strony www podczas pandemii
- Zróżnicowanie treści pod kątem tematyki portali i grup wiekowych odbiorców
- Monitorowanie mediów pod kątem hejtu
- Pozytywne reagowanie na wpisy dotyczące hejtu w różnych miejscach w sieci
- Informowanie fanów – ujawnianie PRAWDZIWYCH informacji w sposób kulturalny i elegancki



- Codzienna praca w mediach z utrzymaniem zainteresowania fanów Podział oferty/działań/informacji na grupy docelowe, do których jest kierowana (dzieci, młodzież, etc)
- Dywersyfikacja komunikatów z podziałem na mieszkańców, inwestorów, turystów
- Propozycja nowych form przekazu oferty i realizacji – relacje 24h

3. Bieżąca realizacja działań – FB i strony www

Samodzielne prowadzenie profili społecznościowych jednostek oraz wsparcie przy rozszerzaniu zasięgów w oparciu o uprawnienia administracyjne do poszczególnych profili SM.

**espresso online**

Agnieszka Poliszewska-Ostrowska  
09-100 Płońsk, ul. Północna 12/22  
NIP 5671574506 REGON 1386110634  
tel. 603106136

---



Zestawienie trendów określających zainteresowania internautów mogących mieć związek z treściami promocyjnymi jednostek organizacyjnych miasta i spółek umowy

### Dotyczy §2 pkt. 1 ppkt. 8). Umowy ZP.272.28.2020 – SIERPIEŃ 2020

Przeprowadzono monitoring trendów w zakresie przeglądu stron www i SM podobnych jednostek samorządu terytorialnego. Z uwagi na pandemię i przymusowy reżim sanitarny oraz okres wakacji, ale również „odmrażanie” etapowe kolejnych jednostek, monitoring wykazał szczególne zainteresowanie wirtualnym środowiskiem, na wszystkich polach i dla wszystkich grup wiekowych.

Dotychczasowe działania angażują fanów i wykazują zainteresowanie informacją w wirtualnym środowisku. Wobec powyższego ważne jest utrzymanie dotychczasowego trendu informacyjnego z zachowaniem stałych pór, jednolitości komunikatów poszczególnych jednostek oraz włączenie nowej formy komunikacji – współkomunikację na bazie relacji 24h. Relacje dają możliwość wymiany informacji między jednostkami, popularyzację wzajemnych działań i tych, które są współpodejmowane. Krzyżowe podanie informacji pozwoli na szersze dotarcie do zainteresowanych ofertą.

Treści powinny uwzględniać realizację bieżących działań i zadań ze szczególnym uwzględnieniem bezpieczeństwa przed zagrożeniem epidemicznym.

W szczególności należy skupić się na:

1. Krzyżową popularyzację informacji między jednostkami
2. Zaangażowaniu jednostek i spółek w tworzenie wizerunku miasta poprzez działania, propozycje uchwał i / lub promocję lokalnych wydarzeń – w szczególności w e-przestrzeni z wykorzystaniem logotypów i oznaczaniem fanpage, ale przy innych treściach i angażujących (nowych/innych) grafikach, zdjęciach, filmach
3. Reagowanie na komentarze i udostępnienia fanów – bez znaczenia na kontekst (pozytywny/negatywny)
4. Tworzeniu informacji i zarządzania nią z poziomu jednostki, tak aby móc nad nią zapanować

**espresso online**  
Agnieszka Poliszewska-Ostrowska  
09-100 Płońsk, ul. Północha 12/22  
NIP 5671574506 REGON 383110654  
tel. 603106136



**Zestawienie trendów określających zainteresowania internautów mogących mieć związek z treściami promocyjnymi jednostek organizacyjnych miasta i spółek umowy .**

**Dotyczy §2 pkt. 1 ppkt. 8). Umowy ZP.272.28.2020 – WRZESIEŃ 2020**

Przeprowadzono monitoring trendów w zakresie przeglądu stron www i SM podobnych jednostek samorządu terytorialnego. Monitoring wykazał coraz większą aktywizację odbiorców w zakresie zmieniających się domen kulturowych.

Wobec powyższego zachodzi potrzeba podjęcia działań i zastosowania narzędzi marketingu terytorialnego.

Dobre funkcjonowanie każdej instytucji, prywatnej firmy lub korporacji, a w szczególności jednostki administrującej majątkiem publicznym opiera się na skutecznej komunikacji – zarówno zewnętrznej, jak i wewnętrznej. Główną rolę w tym procesie odgrywają „komunikatorzy”, a więc osoby odpowiedzialne za politykę informacyjną organizacji. Obecna sytuacja rynkowa sprawiła, że społeczeństwo otacza różnorodność kanałów informacyjnych. Postępująca globalizacja zmieniła również sposób tworzenia i podawania informacji w odniesieniu i z punktu widzenia przetwarzania jej przez odbiorcę. Konieczne są więc kompleksowe rozwiązania w dziedzinie komunikacji na gruncie marketingu i public relations.

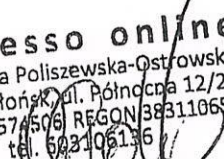
**espresso online**

Agnieszka Poliszewska-Ostrowska  
09-100 Pionówek, ul. Połnocienna 12/22  
NIP 5671874508 REGON 383110654  
tel. 603106136

Raport podsumowujący wykonanie przedmiotu umowy ZP.272.28.2020  
Dotyczy §2 pkt. 1 ppkt. 7). – WRZESIEŃ 2020

1. Wirtualne i osobiste spotkania z przedstawicielami jednostek i spółek:  
MCSiR / Punkt Profilaktyki Uzależnień i Pomocy Rodzinie / Miejska Biblioteka Publiczna  
MCK w Płońsku / Zatrzymaj Się w Płońsku / Urząd Miejski w Płońsku / Szkoły Podstawowe  
Przedszkola / ZGM / Straż Miejska / MOPS
  
2. Jednostki i spółki: propozycje dalszych działań
  - cykliczne i regularne spotkania z przedstawicielami jednostek obsługujących e-przestrzeń
  - opracowanie planu postów i codzienna komunikacja w RELACJACH
  - omówienie bieżącej komunikacji z fanami w aplikacji Messenger
  - analiza nowych form rekreacji zewnętrznych i ustalenie ich komunikacji w SM
  - opracowanie nowych form komunikacji – filmy i nagrania, RELACJE
  - współkomunikacja z pozostałymi jednostkami posiadającymi fanpejdże
  - aktywizacja fanów i użytkowników przestrzeni wirtualnej do aktywnego uczestnictwa poprzez SM i strony www podczas pandemii
  - zróżnicowanie treści pod kątem tematyki portali i grup wiekowych odbiorców
  - monitorowanie mediów pod kątem hejtu
  - pozytywne reagowanie na wpisy dotyczące hejtu w różnych miejscach w sieci
  - informowanie fanów – ujawnianie PRAWDZIWYCH informacji w sposób kulturalny i elegancki
  - codzienna praca w mediach z utrzymaniem zainteresowania fanów - dywersyfikacja komunikatów oferty/działań/informacji na grupy docelowe, do których jest kierowana (dzieci, młodzież, etc)
  
3. Bieżąca realizacja działań – FB i strony www  
Samodzielne prowadzenie profili SM jednostek oraz wsparcie przy rozszerzaniu zasięgów w oparciu o uprawnienia administracyjne do poszczególnych profili SM.

**espresso online**  
Agnieszka Poliszewska-Ostrowska  
09-100 Płońsk, ul. Północna 12/22  
NIP 5671574506 REGON 383110654  
tel. 503106136





Zestawienie trendów określających zainteresowania internautów mogących mieć związek z treściami promocyjnymi jednostek organizacyjnych miasta i spółek umowy .

Dotyczy §2 pkt. 1 ppkt. 8). Umowy ZP.272.28.2020 – PAŹDZIERNIK 2020

Monitoring trendów w zakresie przeglądu stron www i SM podobnych jednostek samorządu terytorialnego wykazał rosnącą aktywizację odbiorców w zakresie zmieniających się domen kulturowych.

Wobec powyższego zachodzi potrzeba podjęcia działań skutecznej komunikacji – zarówno zewnętrznej, jak i wewnętrznej oraz dalszego stosowania narzędzi marketingu terytorialnego. Tak, jak do tej pory, główną rolę w tym procesie odgrywają „komunikatorzy”, a więc osoby odpowiedzialne za politykę informacyjną organizacji. Postępująca globalizacja zmienia sposób tworzenia i podawania informacji w odniesieniu i z punktu widzenia przetwarzania jej przez odbiorcę. Obecna sytuacja rynkowa sprawia, że społeczeństwo otacza różnorodność kanałów informacyjnych. Konieczne są więc kompleksowe rozwiązania w dziedzinie komunikacji na gruncie marketingu i public relations.

**espresso online**

Agnieszka Poliszewska-Ostrowska  
09-100 Płońsk ul. Północna 12/22  
NIP 5671574508 REGON 383110654  
tel. 405106136

.....

## Raport podsumowujący wykonanie przedmiotu umowy ZP.272.28.2020

Dotyczy §2 pkt. 1 ppkt. 7). – PAŹDZIERNIK 2020

1. Wirtualne i osobiste spotkania z przedstawicielami jednostek i spółek:  
MCSiR / Punkt Profilaktyki Uzależnień i Pomocy Rodzinie / Miejska Biblioteka Publiczna  
MCK w Płońsku / Zatrzymaj Się w Płońsku / Urząd Miejski w Płońsku / Szkoły Podstawowe  
Przedszkola / ZGM / Straż Miejska / MOPS
2. Jednostki i spółki: propozycje dalszych działań
  - cykliczne i regularne spotkania z przedstawicielami jednostek obsługujących e-przestrzeń
  - opracowanie planu postów i codzienna komunikacja w RELACJACH
  - omówienie bieżącej komunikacji z fanami w aplikacji Messenger
  - analiza nowych form rekreacji zewnętrznych i ustalenie ich komunikacji w SM
  - opracowanie nowych form komunikacji – filmy i nagrania, RELACJE
  - współkomunikacja z pozostałymi jednostkami posiadającymi fanpejdże
  - aktywizacja fanów i użytkowników przestrzeni wirtualnej do aktywnego uczestnictwa poprzez SM i strony www podczas pandemii
  - zróżnicowanie treści pod kątem tematyki portali i grup wiekowych odbiorców
  - monitorowanie mediów pod kątem hejtu
  - pozytywne reagowanie na wpisy dotyczące hejtu w różnych miejscach w sieci
  - informowanie fanów – ujawnianie PRAWDZIWYCH informacji w sposób kulturalny i elegancki
  - codzienna praca w mediach z utrzymaniem zainteresowania fanów - dywersyfikacja komunikatów oferty/działania/informacji na grupy docelowe, do których jest kierowana (dzieci, młodzież, etc)
3. Bieżąca realizacja działań – FB i strony www  
Samodzielne prowadzenie profili SM jednostek oraz wsparcie przy rozszerzaniu zasięgów w oparciu o uprawnienia administracyjne do poszczególnych profili SM.

**espresso online**

Agnieszka Poliszewska-Ostrowska  
09-100 Płońsk ul. Północna 12/22  
NIP 5671574506 REGON 383110654  
tel. 603106186





Zestawienie trendów określających zainteresowania internautów mogących mieć związek z treściami promocyjnymi jednostek organizacyjnych miasta i spółek umowy .

Dotyczy §2 pkt. 1 ppkt. 8). Umowy ZP.272.28.2020 – LISTOPAD 2020 2020

Monitoring trendów w zakresie przeglądu stron www i SM podobnych jednostek samorządu terytorialnego wykazał rosnącą aktywizację odbiorców w zakresie zmieniających się domen kulturowych.

Wobec powyższego zachodzi potrzeba podjęcia działań skutecznej komunikacji – zarówno zewnętrznej, jak i wewnętrznej oraz dalszego stosowania narzędzi marketingu terytorialnego. Tak, jak do tej pory, główną rolę w tym procesie odgrywają „komunikatorzy”, a więc osoby odpowiedzialne za politykę informacyjną organizacji. Postępująca globalizacja zmienia sposób tworzenia i podawania informacji w odniesieniu i z punktu widzenia przetwarzania jej przez odbiorcę. Obecna sytuacja rynkowa sprawia, że społeczeństwo otacza różnorodność kanałów informacyjnych. Konieczne są więc kompleksowe rozwiązania w dziedzinie komunikacji na gruncie marketingu i public relations.

**espresso online**

Agnieszka Poliszewska-Ostrowska  
09-100 Płońsk, ul. Piłsudskiego 12/22  
NIP 5671574506 REGON 1483110654  
tel. 603106936

Raport podsumowujący wykonanie przedmiotu umowy ZP.272.28.2020  
Dotyczy §2 pkt. 1 ppkt. 7). – LISTOPAD 2020

1. Wirtualne i osobiste spotkania z przedstawicielami jednostek i spółek:  
MCSiR / Punkt Profilaktyki Uzależnień i Pomocy Rodzinie / Miejska Biblioteka Publiczna  
MCK w Płońsku / Zatrzymaj Się w Płońsku / Urząd Miejski w Płońsku / Szkoły Podstawowe  
Przedszkola / ZGM / Straż Miejska / MOPS
  
2. Jednostki i spółki: propozycje dalszych działań
  - cykliczne i regularne spotkania z przedstawicielami jednostek obsługujących e-przestrzeń
  - opracowanie planu postów i codzienna komunikacja w RELACJACH
  - omówienie bieżącej komunikacji z fanami w aplikacji Messenger
  - analiza nowych form rekreacji zewnętrznych i ustalenie ich komunikacji w SM
  - opracowanie nowych form komunikacji – filmy i nagrania, RELACJE
  - współkomunikacja z pozostałymi jednostkami posiadającymi fanpejdże
  - aktywizacja fanów i użytkowników przestrzeni wirtualnej do aktywnego uczestnictwa poprzez SM i strony www podczas pandemii
  - zróżnicowanie treści pod kątem tematyki portali i grup wiekowych odbiorców
  - monitorowanie mediów pod kątem hejtu
  - pozytywne reagowanie na wpisy dotyczące hejtu w różnych miejscach w sieci
  - informowanie fanów – ujawnianie PRAWDZIWYCH informacji w sposób kulturalny i elegancki
  - codzienna praca w mediach z utrzymaniem zainteresowania fanów - dywersyfikacja komunikatów oferty/działań/informacji na grupy docelowe, do których jest kierowana (dzieci, młodzież, etc)
  
3. Bieżąca realizacja działań – FB i strony www  
Samodzielne prowadzenie profili SM jednostek oraz wsparcie przy rozszerzaniu zasięgów w oparciu o uprawnienia administracyjne do poszczególnych profili SM.

**espresso online**

Agnieszka Poliszewska-Ostrowska  
09-100 Płońsk, ul. Piłsudskiego 12/22  
NIP 5671574406 / REGON 383110654  
tel. 603406136





Raport podsumowujący wykonanie przedmiotu umowy ZP.272.28.2020  
Dotyczy §2 pkt. 1 ppkt. 7). – GRUDZIEŃ 2020

1. Wirtualne i osobiste spotkania z przedstawicielami jednostek i spółek:  
MCSiR / Punkt Profilaktyki Uzależnień i Pomocy Rodzinie / Miejska Biblioteka Publiczna  
MCK w Płońsku / Zatrzymaj Się w Płońsku / Urząd Miejski w Płońsku / Szkoły Podstawowe  
Przedszkola / ZGM / Straż Miejska / MOPS
2. Jednostki i spółki: propozycje dalszych działań
  - cykliczne i regularne spotkania z przedstawicielami jednostek obsługujących e-przestrzeń
  - opracowanie planu postów i codzienna komunikacja w RELACJACH
  - omówienie bieżącej komunikacji z fanami w aplikacji Messenger
  - analiza nowych form rekreacji zewnętrznych i ustalenie ich komunikacji w SM
  - opracowanie nowych form komunikacji – filmy i nagrania, RELACJE
  - współkomunikacja z pozostałymi jednostkami posiadającymi fanpejdże
  - aktywizacja fanów i użytkowników przestrzeni wirtualnej do aktywnego uczestnictwa poprzez SM i strony www podczas pandemii
  - zróżnicowanie treści pod kątem tematyki portali i grup wiekowych odbiorców
  - monitorowanie mediów pod kątem hejtu
  - pozytywne reagowanie na wpisy dotyczące hejtu w różnych miejscach w sieci
  - informowanie fanów – ujawnianie PRAWDZIWYCH informacji w sposób kulturalny i elegancki
  - codzienna praca w mediach z utrzymaniem zainteresowania fanów - dywersyfikacja komunikatów oferty/działania/informacji na grupy docelowe, do których jest kierowana (dzieci, młodzież, etc)
3. Bieżąca realizacja działań – FB, Instagram i strony www  
Samodzielne prowadzenie profili SM jednostek oraz wsparcie przy rozszerzaniu zasięgów w oparciu o uprawnienia administracyjne do poszczególnych profili SM.

**espresso online**

Agnieszka Poliszewska-Ostrowska  
09-100 Płońsk / ul. Północna 12/22  
NIP 567 574 806 REGON/383110654  
.....tel. 603106136.....

Zestawienie trendów określających zainteresowania internautów mogących mieć związek z treściami promocyjnymi jednostek organizacyjnych miasta i spółek umowy .

Dotyczy §2 pkt. 1 ppkt. 8). Umowy ZP.272.28.2020 – GRUDZIEŃ 2020

Monitoring trendów w zakresie przeglądu stron www i SM podobnych jednostek samorządu terytorialnego wykazał rosnącą aktywizację odbiorców w zakresie zmieniających się domen kulturowych. Nowe obostrzenia wynikające z przełomu roku coraz bardziej przenoszą aktywność jednostek do e-przestrzeni i warto to wykorzystać do budowania i podtrzymywania relacji z mieszkańcami i użytkownikami poszczególnych obiektów.

Wobec powyższego warto kontynuować działania wprowadzone na przestrzeni całego roku. Kontynuować komunikację – zarówno zewnętrzną, jak i wewnętrzną oraz stosować narzędzia marketingu terytorialnego. Główną rolę w tym procesie odgrywają „komunikatorzy”, a więc osoby odpowiedzialne za politykę informacyjną organizacji. Postępująca globalizacja zmienia sposób tworzenia i podawania informacji w odniesieniu i z punktu widzenia przetwarzania jej przez odbiorcę. Obecna sytuacja rynkowa sprawia, że społeczeństwo otacza różnorodność kanałów informacyjnych. Konieczne są więc kompleksowe rozwiązania w dziedzinie komunikacji na gruncie marketingu i public relations.

**espresso online**

Agnieszka Poliszewska-Ostrowska  
09-100 Płońsk, ul. Połnočna 12/22  
NIP 5671574506, REGON 1483110654  
tel. 503106436

---



Raport podsumowujący wykonanie przedmiotu umowy ZP.272.15.2021  
Dotyczy §2 pkt. 1 ppkt. 7). – SYCZEŃ 2021

1. Wirtualne i osobiste spotkania z przedstawicielami jednostek i spółek:  
MCSiR / Punkt Profilaktyki Uzależnień i Pomocy Rodzinie / Miejska Biblioteka Publiczna  
MCK / Zatrzymaj Się w Płońsku / Urząd Miejski w Płońsku / Szkoły Podstawowe  
Przedszkola / ZGM / Straż Miejska / MOPS
2. Propozycje dalszych działań na fanpejdżach
  - systematyczna komunikacja bieżących działań wynikających z organizacji
  - aktywna komunikacja z fanami w aplikacji Messenger
  - współkomunikacja między jednostkami posiadającymi fanpejdże
  - zróżnicowanie treści pod kątem tematyki portali i grup wiekowych odbiorców
  - monitorowanie fanpejdży pod kątem hejtu
  - pozytywne reagowanie na wpisy dotyczące hejtu
  - dementowanie fake-newsów
  - informowanie fanów – ujawnianie PRAWDZIWYCH informacji w sposób kulturalny i elegancki
  - codzienna praca na fanpejdżach z utrzymaniem zainteresowania fanów - dywersyfikacja komunikatów oferty/działań/informacji na grupy docelowe, do których jest kierowana (dzieci, młodzież, etc)
3. Bieżąca realizacja działań – FB, Instagram  
Wsparcie przy prowadzeniu i rozszerzaniu zasięgów fanpejdży
4. Krótkometrażowe filmy tematyczne związane z bieżącymi wydarzeniami dotyczącymi Płońska w oparciu o działania Urzędu Miasta.

**espresso online**

Agnieszka Poliszewska-Ostrowska  
09-100 Płońsk, ul. Północna 12/22  
NIP 5671574506 REGON 383110654  
tel. 628 06135

Zestawienie trendów określających zainteresowania internautów mogących mieć związek z treściami promocyjnymi jednostek organizacyjnych miasta i spółek umowy .

Dotyczy §2 pkt. 1 ppkt. 8). Umowy ZP.272.15.2021 – STYCZEŃ 2021

Monitoring trendów w zakresie przeglądu SM wykazał rosnącą aktywizację odbiorców w zakresie zmieniających się domen kulturowych. Obostrzenia oraz czasowe luzowania wynikające z czasu pandemii przenoszą aktywność w przeważającej części do SM. Zasadne jest zatem utrzymywanie stałego kontaktu z mieszkańcami o odbiorcami treści w SM poprzez ciekawą, aktywizującą ofertę. Polityka informacyjna w zakresie obostrzeń dotyczących pandemii staje się kluczowa w najbliższych miesiącach. Istotna w tym względzie jest rola „komunikatorów”, a więc osób odpowiedzialnych za politykę informacyjną organizacji. Równocześnie zasadne jest wykorzystanie narzędzi marketingu terytorialnego zorientowanego na społeczność lokalną.

**espresso online**

Agnieszka Poliszewska-Ostrowska  
09-100 Płońsk, ul. Północna 12/22  
NIP 5671574506 REGON 388110654  
tel. 897 104 136

---



2021-02-26

Raport podsumowujący wykonanie przedmiotu umowy ZP.272.15/2021

Dotyczy §2 pkt. 1 ppkt. 7). – LUTY 2021

Zaś. nr

Podpis

1. Wirtualne i osobiste spotkania z przedstawicielami jednostek i spółek:  
MCSiR / Punkt Profilaktyki Uzależnień i Pomocy Rodzinie / Miejska Biblioteka Publiczna  
MCK / Zatrzymaj Się w Płońsku / Urząd Miejski w Płońsku / Szkoły Podstawowe  
Przedszkola / ZGM / Straż Miejska / MOPS
2. Propozycje dalszych działań na fanpejdżach
  - systematyczna komunikacja bieżących działań wynikających z organizacji
  - aktywna komunikacja z fanami w aplikacji Messenger
  - współkomunikacja między jednostkami posiadającymi fanpejdże
  - zróżnicowanie treści pod kątem tematyki portali i grup wiekowych odbiorców
  - monitorowanie fanpejdży pod kątem hejtu
  - pozytywne reagowanie na wpisy dotyczące hejtu
  - dementowanie fake-newsów
  - informowanie fanów – ujawnianie PRAWDZIWYCH informacji w sposób kulturalny i elegancki
  - codzienna praca na fanpejdżach z utrzymaniem zainteresowania fanów - dywersyfikacja komunikatów oferty/działań/informacji na grupy docelowe, do których jest kierowana (dzieci, młodzież, etc)
3. Bieżąca realizacja działań – FB, Instagram  
Wsparcie przy prowadzeniu i rozszerzaniu zasięgów fanpejdży
4. Krótkometrażowe filmy tematyczne związane z bieżącymi wydarzeniami dotyczącymi Płońska w oparciu o działania Urzędu Miasta.

**espresso online**

Agnieszka Poliszewska-Ostrowska  
09-100 Płońsk, ul. Północna/12/22  
NIP 5671574506 REGON 383110654  
tel. 803106136

2021-02-26

Załącznik nr 2

Zestawienie trendów określających zainteresowania internautów mogących mieć związek z treściami promocyjnymi jednostek organizacyjnych miasta i spółek umowy.

Dotyczy §2 pkt. 1 ppkt. 8). Umowy ZP.272.15.2021 – LUTY 2021

Monitoring trendów w zakresie przeglądu SM po zniesieniu części obostrzeń z dniem 14 lutego 2021 roku wykazał rosnącą aktywizację odbiorców w zakresie zapytań dostępności poszczególnych obiektów. Rosnące znaczenie komunikacji poprzez SM jest przejawem zainteresowania „powrotem do normalności”, ale przy upewnieniu się dostępności danego miejsca w offline. Zasadne jest zatem utrzymywanie stałego kontaktu z mieszkańcami o odbiorcami treści w SM poprzez ciekawą, aktywizującą ofertę, a także stałej komunikacji wynikające z zapytań i szybkiej reakcji na te zapytania. Polityka informacyjna w zakresie obostrzeń dotyczących pandemii staje się kluczowa w najbliższych miesiącach. Istotna w tym względzie jest rola „komunikatorów”, a więc osób odpowiedzialnych za politykę informacyjną organizacji. Równocześnie zasadne jest wykorzystanie narzędzi marketingu terytorialnego zorientowanego na społeczność lokalną.

**espresso online**

Agnieszka Poliszewska-Ostrowska  
09-100 Płońsk, ul. Piórczna 12/22  
NIP 5671574506 REGON 383110654  
tel. 603196136



2021-03-21

Raport podsumowujący wykonanie przedmiotu umowy ZP.272.15.2021

Dotyczy §2 pkt. 1 ppkt. 7). – MARZEC 2021

Załącznik nr ..... do .....  
Podpis: .....

1. Wirtualne i osobiste spotkania z przedstawicielami jednostek i spółek:  
MCSiR / Punkt Profilaktyki Uzależnień i Pomocy Rodzinie / Miejska Biblioteka Publiczna  
MCK / Zatrzymaj Się w Płońsku / Urząd Miejski w Płońsku / Szkoły Podstawowe  
Przedszkola / ZGM / Straż Miejska / MOPS
2. Propozycje dalszych działań na fanpejdżach
  - systematyczna komunikacja bieżących działań wynikających z organizacji
  - aktywna komunikacja z fanami w aplikacji Messenger
  - współkomunikacja między jednostkami posiadającymi fanpejdże
  - zróżnicowanie treści pod kątem tematyki portali i grup wiekowych odbiorców
  - monitorowanie fanpejdży pod kątem hejtu
  - pozytywne reagowanie na wpisy dotyczące hejtu
  - dementowanie fake-newsów
  - informowanie fanów – ujawnianie PRAWDZIWYCH informacji w sposób kulturalny i elegancki
  - codzienna praca na fanpejdżach z utrzymaniem zainteresowania fanów - dywersyfikacja komunikatów oferty/działań/informacji na grupy docelowe, do których jest kierowana (dzieci, młodzież, etc)
3. Bieżąca realizacja działań – FB, Instagram  
Wsparcie przy prowadzeniu i rozszerzaniu zasięgów fanpejdży
4. Krótkometrażowe filmy tematyczne związane z bieżącymi wydarzeniami dotyczącymi Płońska w oparciu o działania Urzędu Miasta.

**espresso online**

Agnieszka Polażewska-Ostrowska  
09-100 Płońsk, ul. Północna 12/22  
NIP 5671574106 REGON 383110654  
tel. 803 106 216



Dotyczy §2 pkt. 1 ppkt. 8). Umowy ZP.272.15.2021 – MARZEC 2021

Monitoring trendów w zakresie przeglądu SM po przywróceniu części obostrzeń z dniem 15 marca 2021 roku wykazał wciąż rosnącą aktywizację odbiorców w zakresie zapytań dostępności poszczególnych obiektów i możliwości realizacji bieżących spraw osobiście, przy uwzględnieniu odwiedzić w jednostkach. Zasadne jest zatem utrzymywanie stałego kontaktu z mieszkańcami o odbiorcami treści w SM poprzez ciekawą, aktywizującą ofertę, a także stałą komunikacji wynikającej z zapytań i szybkiej reakcji na te zapytania. Polityka informacyjna w zakresie obostrzeń dotyczących pandemii staje się kluczowa w najbliższych miesiącach. Istotna w tym względzie jest rola „komunikatorów”, a więc osób odpowiedzialnych za politykę informacyjną organizacji. Równocześnie zasadne jest wykorzystanie narzędzi marketingu terytorialnego zorientowanego na społeczność lokalną.

**espresso online**

Agnieszka Poliszewska-Ostrowska  
09-100 Płonsk, ul. Północna 12/22  
NIP. 5674574508 REGON 383110654  
tel: 603105136