

Formularz zgłoszeniowy do udziału w Projekcie „Polskie Marki Turystyczne”

Część informacyjna

I. DANE KONTAKTOWE ZGŁASZAJĄCEGO – ZARZĄDCY MARKI

1. Nazwa podmiotu zgłaszającego – Zarządcy Marki

.....

2. Forma organizacyjna

.....

3. Adres Zarządcy Marki

.....

4. Imię i nazwisko osoby do kontaktu

.....

5. Numer telefonu osoby do kontaktu

.....

6. Adres e-mail osoby do kontaktu

.....

7. Strona www Zarządcy Marki oraz marki turystycznej

.....

II. CHARAKTERYSTYKA OBSZARU MARKI TURYSTYCZNEJ

1. Nazwa marki turystycznej

(nazwa powinna być: wyrazista, jednoznaczna, niezmienna, niepowtarzalna, nie należy utożsamiać nazwy marki ze sloganem marki).

.....

(max. 200 znaków)

2. Geograficzny zasięg marki turystycznej

Mapa z możliwością zaznaczenia obszaru marki turystycznej.

(załącznik)

3. Proszę wskazać wiodący typ/typy turystyki, wokół których Zarządca Marki ogniskuje swoje działania:

- turystyka aktywna
- turystyka miejsko-kulturowa (w tym city-break)
- turystyka przyrodnicza
- turystyka religijna (pielgrzymkowa)
- turystyka wiejska
- turystyka wypoczynkowa
- turystyka zdrowotna (uzdrowskowa, spa & wellness, medyczna)
- turystyka kulinarna
- inna, jaka?

.....

(max. 100 znaków)

4. Proszę określić kluczowe grupy docelowe marki turystycznej (czyli homogeniczne grupy odbiorców, dla których dedykowana jest oferta marki):

-
-

5. Proszę wskazać, czy w obrębie marki turystycznej znajdują się:

- obiekty z listy światowego dziedzictwa UNESCO
- obiekty wpisane przez Prezydenta RP na listę Pomników Historii
- produkty turystyczne z certyfikatem POT,
- inne, jakie?

(max. 100 znaków)

6. Dostępność komunikacyjna

Proszę wskazać formy dotarcia do obszaru marki turystycznej (transportem indywidualnym i/lub zbiorowym).

.....

(max. 1000 znaków)

7. Czy Zarządca Marki posiada wyodrębniony budżet na funkcjonowanie marki turystycznej?

- tak (proszę opisać sposób i wysokość finansowania)

.....

(max. 1000 znaków)

- nie

Część punktowana

I. ORGANIZACJA I ZARZĄDZANIE MARKĄ TURYSTYCZNĄ

1. Czy Marka Turystyczna posiada dokument strategiczny identyfikujący markę i sposób zarządzania? (0-5 pkt)

- tak
 nie

(miejsce na załącznik)

2. Proszę opisać tożsamość Marki Turystycznej zgodnie z przyjętą metodyką jej opracowania, w tym jej esencję oraz pozycjonowanie. (0-12 pkt)

(max.3000 znaków)

3. Proszę opisać zidentyfikowany kapitał marki turystycznej (0-12 pkt)

Skojarzenia (zbiór pozytywnych i negatywnych cech marki przypisywanych przez turystę)

.....

Osobowość marki (cechy przymiotnikowe)

.....

Korzyści funkcjonalne (co dzięki marce zrobię), emocjonalne (wrażenia i doświadczenia), symboliczne (kim będę dzięki marce)

.....

4. Czy marka turystyczna posiada System Identyfikacji Wizualnej marki (np. logo) (0-5 pkt)

- tak
 nie

(miejsce na załączniki)

5. Zarządzanie Marką Turystyczną (0-30 pkt)

Proszę przedstawić i syntetycznie opisać przykłady obszarów zarządzania marką turystyczną

Obszary zarządzania			
Komunikacja marketingowa	Relacje z interesariuszami marki	Podnoszenie kompetencji pracowników odpowiedzialnych za markę	Przedsięwzięcia markotwórcze (np. sieciowanie usług)

--	--	--	--

6. Proszę wskazać (i udokumentować) z kim i w jaki sposób współpracuje Zarządca Marki? (0-5 pkt)

Grupa partnerów	Forma współpracy	Przykłady

7. Czy Zarządca Marki pozyskał/pozyskuje środki z programów, grantów i innych źródeł? (0-3 pkt)

tak (proszę wymienić źródła i przykładowe projekty zrealizowane dzięki pozyskanym środkom)

.....

.....

(max. 1500 znaków)

nie

8. Czy Zarządca Marki posiada dedykowanych, etatowych pracowników marki turystycznej? (0-3 pkt)

tak (proszę opisać liczbę, wymiar etatu)

.....

.....

(max. 1000 znaków)

nie

9. Czy Marka Turystyczna prowadzi certyfikację usług? (0-3 pkt)

tak (proszę opisać główne założenia certyfikacji oraz wskazać jakich usług ona dotyczy)

.....

.....

(max. 1000 znaków)

nie

10. Czy Zarządca Marki podejmuje działania na rzecz wsparcia komercjalizacji Marki Turystycznej (np. programy lojalnościowe, karty rabatowe/karty turysty/karty sieciowe, inne, jakie?) (0-3 pkt)

tak (proszę opisać przykład podejmowanych działań)

.....

.....

(max. 1000 znaków)

nie

11. Czy na terenie Marki Turystycznej występują udogodnienia dla osób z niepełnosprawnościami? (0-4 pkt)

tak (proszę opisać rodzaj udogodnienia i podać przykłady)

Rodzaj udogodnienia	Przykład na terenie marki

nie

12. Czy Marka Turystyczna wpisuje się w założenia zrównoważonego rozwoju (wymiar społeczny, gospodarczy i środowiskowy)? (0-5 pkt)

tak (proszę podać przykłady)

Wymiar społeczny	Wymiar gospodarczy	Wymiar środowiskowy

nie

PODSUMOWANIE

Kryteria merytoryczne oceny wniosku wraz z oceną punktową są następujące:

Kryterium oceny	Maksymalna liczba punktów
1	5
2	12
3	12
4	5
5	30
6	5
7	3
8	3
9	3
10	3
11	4
12	5
Maksymalnie	90
Ogólna ocena formularza*	10
Łączna ocena maksymalnie	100

* Kryterium „Ogólna ocena formularza” - dodatkowe punkty mogą zostać przyznane przez Kapitułę, jeśli projekt przedstawiony przez Zarządcę Marki jest spójny, korzystny i potrzebny w świetle potrzeb, np. zidentyfikowanych w krajowych dokumentach strategicznych.

ZAŁĄCZNIKI

1. Brandbook marki (załącznik opcjonalny)
2. Inne (udokumentowanie współpracy marki turystycznej z jej partnerami)