

A kommunikációs terv kötelező és ajánlott formai elemei
Infrastrukturális fejlesztés 500 millió Ft feletti

5. A tájékoztatás során használt kommunikációs eszközök (kötelező)

Kommunikációs eszközök		Tevékenység időbeni ütemezése (év/hónap) kötelezően kitöltendő	Darabszám	Az eszköz paramétereit (ld. bővebben a KTK releváns pontjaiban)	Az eszköz költsége (nettó)
A projekt előkészítő szakasza (1-4.)					
A projekt megvalósítási szakasza (5-9.)					
A projekt megvalósítását követő szakasz (10-14.)					
1	Kommunikációs terv készítése	2018. október- 2018. december	1	-	nem elszámolható
<p>Nyomtatott tájékoztatók (brosúrák, szórólapok, stb.) elkészítése és lakossági terjesztése</p> <p>Választható marketingeszközök:</p>					
toll					
pendrive					
naptár					
szórólap					

2	roll up				
	pop up				
	plakát				
	molinó				
	mappa/dosszié				
	jegyzetfüzet				
	táska				

meghívó				
prospektusok, katalógusok	2019 január -2019 április	100	Kiadvány 100 db, 0-25 oldalig, A5 méret, Borító:4+4 250 g műnyomó papír, 2 oldali matt fólia, Belív: 4+4 110 g matt műnyomó papír, irkafűzéssel, 1 hajtással	92033
megállító tábla, irányító táblák				
asztali zászló				
névtábla				
névjegykártya				
nyakpánt				
egyéb				

3	A kedvezményezett működő honlapján a projekthez kapcsolódó tájékoztató (esetleg aloldal) megjelenítése és folyamatos frissítése	2019. március		Tájékoztató aloldal megjelenítése és folyamatos frissítése a projekt fizikai zárásáig	Csak meglévő honlap aloldalának költsége számolható el (előzetes IH/KSZ engedéllyel)
4	Sajtóközlemény kiküldése a projekt indításáról és a sajtómegjelenések összegyűjtése	2019. augusztus	1	Sajtóközlemény készítése	nem elszámolható
5	Sajtónyilvános események szervezése (NYITÓ) (ünnepélyes eseményekhez, pl. alapkövetétel, egyes beruházási fázisok befejezése, projektlátogatás, átadások, képzés zárása, stb.)	2019. augusztus	1	40 fő részvételével megtartott sajtónyilvános rendezvény szervezése - Catering: állófogadás, elektronikus meghívó, felszín: Hévíz Város Polgármesteri	157480
6	A beruházás helyszínén „B” típusú tájékoztató tábla elkészítése és elhelyezése	2019. augusztus		„B” típusú tájékoztató tábla, 3000x1500 mm méretű, legalább 5 mm vastagságú műanyagból, 4+0 színnel nyomva 1 db	50000
Média-megjelenés vásárlása a projekthez kapcsolódóan					
	Televíziós vagy rádiós spot				

7	Nyomtatott sajtó esetében PR cikk vagy hirdetés	2020. április	1	Médiamegjelenés vásárlása a projekthez kapcsolódóan Nyomtatott sajtó, 120x227mm, hátsó oldal, 4 megjelenés, Forrás magazin; szekesztési költség: nettó 5.000 Ft/alkalom	174744
	Online esetben				
	Közterület				
	egyéb				
8	Kommunikációs célra alkalmas fotódokumentáció készítése	2019. július - 2020. november	1	Kommunikációs célra alkalmas fotódokumentáci ó készítése - projekt megkezdése előtti állapotáról, a megvalósítás egyes fázisairól.	39370
9	Sajtónyilvános ünnepélyes projektátadó rendezvény szervezése (ZÁRÓ)	2020. december	1	80 fő részvételével megtartott sajtónyilvános ünnepélyes projektátadó rendezvény szervezése Catering: állófogadás, elektronikus	314961
10	Sajtóközlemény kiküldése a projekt zárásáról és a sajtómegjelenések összegyűjtése	2020. december	1	KTK útmutató előírásai szerint összeállított közlemény	nem elszámolható

11	Eredménykommunikációs információs anyagok, kiadványok készítése	2020. december	100	Több oldalas könyv előállítás költsége A4 formátumú, jellemzők: borító: 4+4 színnyomás, 170 g műnyomó, 2 oldali matt fólia, belív 4+4 színnyomás, 20 oldal, 110 g matt műnyomó; írkafűzés 1 hajtással,	236220
12	TÉRKÉPTÉR feltöltése a projekthez kapcsolódó tartalommal	2020. december (folyamatos a projekt megvalósítás)		TÉRKÉPTÉR töltése	nem elszámolható
13	A beruházás helyszínén „D” típusú emlékeztető tábla elkészítése és elhelyezése „B” v. „D”	2020. december	1	A beruházás helyszínén „D” típusú emlékeztető tábla elkészítése és elhelyezése Méret: 20,7 cm x 42,0 cm (A3) minimum 3 mm vastag műanyag 1 db	3622

1. Helyzetelemzés és startégiai célkitűzések (ajánlott)

A megvalósítandó európai uniós fejlesztés rövid bemutatása, és a várható eredmények felvázolása.

Hévíz abban a sajátos helyzetben van, hogy a gyógyhelyi profil meghatározásában két nagy szereplő is jelen van: Hévíz Város Önkormányzata (és háttérszervezetei) valamint az állami tulajdonban lévő Hévízgyógyfürdő és Szent András Reumakórház. Hévíz fő attrakciójának, a gyógytónak, az arra épülő gyógyfürdőnek kezelése, fejlesztése a Kórház feladatkörébe tartozik. A település fejlesztése pedig elsődlegesen az önkormányzat feladata.

Infrastrukturális feltételek tekintetében a legfontosabb, hogy a történelmi belváros akcióterületen tervezett fejlesztés segítségével történik meg a belvárosi gyalogos övezet kiterjesztése a Deák Ferenc tér és a Kölcsey utca irányába egy új városi főtér létrehozásával, amelyhez kapcsolódik új kulturális bemutató terek létrehozása, a nagyparkoló és a piac területének rekonstrukciója, városképet javító átfogó épületrekonstrukciók, térfalak és homlokzatok rehabilitálása. A belvárosi rehabilitáció 2010-ig sikerrel lezárult, de Hévíz ugyanakkor mind a mai

2. Kommunikációs célok meghatározása (kötelező)

A kommunikáció célja a projekt ismertségének és elfogadottságának növelése, illetve az európai uniós források

célkitűzéseinek, várható eredményeinek és azok hasznosulásának megismertetése,

- a projekt különböző szakaszaiban az érintett lakosság folyamatos tájékoztatása;
- a projekt ismertségének és elfogadottságának növelése;
- kommunikációs elemek használatával az európai uniós források átlátható felhasználásának biztosítása.

3. Célcsoportok – üzenetek meghatározása (kötelező)

Célcsoportok	Üzenetek
esben szenvedők és preventív kezelést igénylők, a természet	mozgásszervi megbetegedésben szenvedőknek – „a r
szágok egészségtudatos, elsősorban szellemileg leterhelt fiai és mentális rekreáció – „még az idős is megáll... az é	
rok és családostok gyermekekkel, aktív középkorúak és időadidő fiataloknak és fiatalosoknak – „a mozgás élménye	

4. Kommunikációs stratégia megalkotása (kötelező)

A kommunikációs célok megfogalmazása és a célcsoportok beazonosítását követően a célok elérése érdekében

<p>A belföldi piac trendjeit jól mutatja a 2016-os rendelkezésre álló KSH adatsor, melyből látszik mind a belföldről származó vendégszám növekedés, mind a szállásdíj bevétele. Továbbá a nem kereskedelmi, egyéb szálláshelyek továbbra is elsősorban a belföldi vendégek körében népszerűek. Olyan piacról beszélünk melynek megszólítása, gyors és hatékony vendégszám növekedéshez vezethet.</p> <p>A német piacról európai szinten lassú emelkedést tapasztalhatunk, mely hazánk beutazó turizmusára is várhatóan pozitív hatása lesz. Hévíz számára a németországi (és a német nyelvterületről érkező) turisták a külföldi vendégforgalom gerincét adják. A 2012 óta tapasztalható gyengébb piaci teljesítményt eredményes marketing akciókkal, újra stabil pályára lehet állítani. A németországi és német nyelvterületen való hangsúlyos jelenlét a piac megtartása, és stabilizálása miatt elengedhetetlen.</p>
--

6. Értékelés (ajánlott)

A kommunikációs tevékenységek megvalósítása után az egyes eszközök hatékonyságának értékelésére kerülhet sor.

Eszköz	Értékelési módszer
Kommunikációs terv	terv hatékonyságának a vizsgálata a kommunikációs terv
Honlap	Egyedi látogatók száma egy hónapban.
Sajtóközlemény projekt indításakor	kiküldött sajtóközlemény hány sajtó felületén jelent me

Az értékelés például a következő módszerekkel történhet:

Eszköz	Értékelési módszer
Sajtómunka	Sajtófigyelés keretében a megjelent sajtócikkek, tudósítások összegyűjtése (megjelenés szám, minősítésük elemzése stb.)
	Meghívottak – résztvevők aránya Személyes visszajelzések
Honlap	Egyedi látogatók száma egy hónapban

