

ΔΗΜΟΣ ΚΑΒΑΛΑΣ

Σύστημα Marketing της Πόλης της Καβάλας

Δράση 1: Σχέδιο Μάρκετινγκ

Παραδοτέο Π.3: Σχέδιο Υλοποίησης για το Μάρκετινγκ της Καβάλας

Απρίλιος 2026

ΑΝΑΔΟΧΟΣ ΕΡΓΟΥ

ΕΤΑμ α.ε.
εταιρεία συμβούλων

Περιεχόμενα

Εισαγωγή	3
Προϋπολογισμός υλοποίησης των επιμέρους σχεδίων μάρκετινγκ	7
Χρονοδιάγραμμα υλοποίησης των επιμέρους σχεδίων μάρκετινγκ	12
Επισκόπηση όλων των προτεινόμενων δράσεων μάρκετινγκ	15
Απαιτούμενοι πόροι	50

Εισαγωγή

Το πλαίσιο του σχεδίου υλοποίησης

Στο πλαίσιο του παρόντος έργου εκπονήθηκαν **δύο σχέδια μάρκετινγκ** ως τμήματα ενός συνολικότερου σχεδιασμού για να αποκτήσει η πόλη της Καβάλας ένα ολοκληρωμένο σύστημα μάρκετινγκ και εξωστρέφειας. Πρόκειται, συγκεκριμένα, για τα εξής σχέδια:

- Παραδοτέο Π.2: Σχέδιο Μάρκετινγκ για την Πόλη της Καβάλας
- Παραδοτέο Π.4: Επιμέρους Σχέδια Μάρκετινγκ ανά Τομέα

Το μεν παραδοτέο Π.2 αποτελεί ένα **γενικό σχέδιο μάρκετινγκ** που προσεγγίζει ενιαία την πόλη της Καβάλας, το δε παραδοτέο Π.4 προτείνει την καταλληλότερη προσέγγιση **δέκα τομέων κρίσιμων για την οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη** της πόλης:

- | | | |
|-----------------|------------------------|----------------|
| i. Τουρισμός | v. Συνέδρια | ix. Αθλητισμός |
| ii. Πολιτισμός | vi. Επιχειρηματικότητα | x. Εκπαίδευση |
| iii. Περιβάλλον | vii. Επενδύσεις | |
| iv. Γαστρονομία | viii. Ψυχαγωγία | |

Το πλαίσιο του σχεδίου υλοποίησης

Το παρόν παραδοτέο περιγράφει με ποιον τρόπο ο Δήμος Καβάλας μπορεί να υλοποιήσει τα δύο προαναφερθέντα σχέδια μάρκετινγκ (Π.2 και Π.4) προσδιορίζοντας αφενός θέματα οργάνωσης και χρονικού προγραμματισμού και αφετέρου τους απαιτούμενους πόρους. Κύριο ζητούμενο από ένα σχέδιο υλοποίησης είναι να είναι ρεαλιστικό, δηλ.:

- να αποφεύγονται μαξιμαλιστικές προσεγγίσεις, οι οποίες ξεπερνούν τις δυνατότητες ενός Δήμου
- να είναι αρκούντως ευέλικτο, ώστε να μπορεί να προσαρμοστεί στα πραγματικά δεδομένα της Καβάλας, όπως αυτά μεταβάλλονται στο χρόνο.

Ο ορίζοντας σχεδιασμού είναι κατ' αρχήν μία **τριετία**, χρόνος ικανός να ξεκινήσει η υλοποίηση των προτεινόμενων δράσεων και να φανούν τα πρώτα θετικά αποτελέσματα για την τοπική οικονομία και κοινωνία.

Το πλαίσιο του σχεδίου υλοποίησης

Αξίζει σε αυτό το σημείο να αναφερθεί ότι ο Δήμος Καβάλας είναι ένας από τους πιο δραστήριους Δήμους της Ελλάδας. Πολλά από τα θέματα που κάλυψε ο παρών σχεδιασμός μάρκετινγκ υπήρξαν αντικείμενα προηγούμενων πρωτοβουλιών του Δήμου και μέχρι πρόσφατα της δημοτικής επιχείρησης Δημωφέλεια, από τη Στρατηγική Βιώσιμης Αστικής Ανάπτυξης και το πρόγραμμα επιχειρηματικότητας «Kick It» μέχρι τη γαστρονομική καμπάνια «Tales of Taste». Αυτές οι πρωτοβουλίες είχαν μεγάλες διαφορές ως προς το βαθμό ωρίμανσης και τα αποτελέσματα που επέφεραν. Κάποιες έμειναν σε δοκιμαστικό ή πιλοτικό επίπεδο, ενώ την πλέον ώριμη δράση του Δήμου αποτελεί η τουριστική καμπάνια γύρω από το destination brand «Καβάλα – Η γαλάζια πόλη».

Στο πλαίσιο του παρόντος έργου έχουν ληφθεί υπόψιν τα διδάγματα από τις προηγηθείσες πρωτοβουλίες. Οι εδώ προτεινόμενες δράσεις έχουν **συμπληρωματικό χαρακτήρα** προς τις προηγούμενες ενέργειες του Δήμου και έχουν συμπεριληφθεί συνεκτιμώντας όχι μόνο τη χρησιμότητά τους στην επίτευξη των στόχων, αλλά επίσης το βαθμό στον οποίο αυτές μπορούν να υλοποιηθούν από το Δήμο.

Προϋπολογισμός υλοποίησης των επιμέρους σχεδίων μάρκετινγκ

ΣΚΕΠΤΙΚΟ

Στα δύο παραδοτέα Π.2 και Π.4 είχε παρατεθεί το εκτιμώμενο κόστος για όλες τις προτεινόμενες δράσεις. Εδώ θα παρατεθούν συγκεντρωτικά αυτά τα δεδομένα προκειμένου να υπάρξει μια συνολική εκτίμηση των κονδυλίων, τα οποία θα πρέπει να εξασφαλιστούν από πλευράς του Δήμου για την υλοποίηση των προτεινόμενων ενεργειών μάρκετινγκ.

Ο **προϋπολογισμός των δράσεων** είναι **ενδεικτικός** και προσφέρει έναν αρχικό προσανατολισμό ως προς την απαιτούμενη χρηματοδότηση. Το **τελικό κόστος αναμένεται να είναι σημαντικά πιο χαμηλό**, καθώς για κάποιες δαπάνες έχει συμπεριληφθεί στον προϋπολογισμό η δυνητικά μέγιστη τιμή τους.

Αφού παρθούν οι αποφάσεις για το ποιες από τις δράσεις επιθυμεί να υλοποιήσει ο Δήμος, θα γίνει η τελική τους κοστολόγηση. Επίσης **υπάρχουν δυνατότητες για σημαντική εξοικονόμηση πόρων** όπως λ.χ. με την ταυτόχρονη πραγματοποίηση των Βραβείων Δημιουργικότητας και Ποιότητας ή με την εκ παραλλήλου διενέργεια των δημοσιογραφικών επισκέψεων.

ΣΚΕΠΤΙΚΟ

Στον παρόντα προϋπολογισμό έχει συμπεριληφθεί **μόνο το κόστος των προτεινόμενων δράσεων και όχι οι δαπάνες μισθοδοσίας του απαιτούμενου προσωπικού ή άλλες λειτουργικές δαπάνες**. Όπως επισημάνθηκε στο Παραδοτέο Π.2, την υλοποίηση των σχεδίων μάρκετινγκ που προβλέπονται στο παρόν έργο αναμένεται να αναλάβει ο Αναπτυξιακός Οργανισμός Δήμου Καβάλας Α.Ε. ως διάδοχο σχήμα της Δημωφέλειας. Ο Αναπτυξιακός Οργανισμός αποτελεί τον de facto οργανισμό διαχείρισης και προβολής της Καβάλας (DMMO) και έχει όλες τις προϋποθέσεις να χειριστεί συνολικά τις δράσεις εξωστρέφειας του Δήμου συμπεριλαμβανομένου του παρόντος σχεδιασμού μάρκετινγκ.

Αναλόγως:

- εάν όντως αναλάβει ο Αναπτυξιακός Οργανισμός Δήμου Καβάλας Α.Ε. το μάρκετινγκ,
- εάν ήδη υπάρχει η απαιτούμενη στελέχωση ή εάν χρειαστεί να γίνουν προσλήψεις,

θα κριθεί εάν στον παρόντα προϋπολογισμό θα πρέπει να προστεθούν και κάποια από τα λειτουργικά έξοδα του Αναπτυξιακού Οργανισμού.

ΣΚΕΠΤΙΚΟ

Συγκεκριμένα, στο Παραδοτέο Π.2 είχε αναφερθεί ότι θα χρειαστεί να απασχοληθούν τα εξής τέσσερα στελέχη, προκειμένου η υλοποίηση όλων των σχεδίων μάρκετινγκ θα γίνει με τον απαιτούμενο επαγγελματισμό:

- Στέλεχος 1: Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης (ελληνικά, αγγλικά)
- Στέλεχος 2: Υπεύθυνος Οπτικοακουστικών Μέσων
- Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων, Φορέων και ΜΜΕ
- Στέλεχος 4: Στέλεχος Τουρισμού

Ανάλογα με τη στελέχωση και τον εξοπλισμό που ούτως ή άλλως έχει προβλεφθεί για τον Αναπτυξιακό Οργανισμό, θα κριθεί εάν θα απαιτηθεί πρόσθετο κονδύλι για την κάλυψη μισθοδοσίας και λοιπών λειτουργικών δαπανών.

Κατόπιν αυτών των διευκρινίσεων θα μπορέσει να γίνει η **οριστική κοστολόγηση** ως προς την υλοποίηση όλων των προτεινόμενων ενεργειών μάρκετινγκ.

Ενδεικτικός προϋπολογισμός για την αρχική τριετία

Δράσεις	Α' έτος	Β' έτος	Γ' έτος
Δ.0.1 Ανάπτυξη αφηγήματος και κειμενογράφηση	€ 1.000	€ 1.000	€ 1.000
Δ.0.2 Δημιουργία και διαχείριση οπτικοακουστικού υλικού	€ 46.000	€ 19.000	€ 19.000
Δ.0.3 Διαδικτυακή παρουσία και προβολή	€ 8.000	€ 2.000	€ 2.000
Δ.0.4 Ημερολόγιο εκδηλώσεων (Calendar of Events)	€ -	€ -	€ -
Δ.1.1 Διοργάνωση «Ακαδημία Δημιουργικότητας»	€ 21.000	€ 21.000	€ 21.000
Δ.1.2 Διοργάνωση «Βραβεία Δημιουργικότητας»	€ 30.000	€ 30.000	€ 30.000
Δ.1.3 Καμπάνια «Επενδύουμε στην Καβάλα»	€ 3.000	€ 3.000	€ 3.000
Δ.1.4 Δημοσιογραφικές επισκέψεις για θέματα δημιουργικότητας	€ 5.000	€ 5.000	€ 5.000
Δ.2.1 Διοργάνωση «Ακαδημία Ποιότητας»	€ 11.000	€ 11.000	€ 11.000
Δ.2.2 Διοργάνωση «Βραβεία Ποιότητας»	€ 30.000	€ 30.000	€ 30.000
Δ.2.3 Καμπάνια «Made in Kavala»	€ 5.000	€ 5.000	€ 5.000
Δ.2.4 Δημοσιογραφικές επισκέψεις για θέματα ποιότητας	€ 5.000	€ 5.000	€ 5.000
Δ.3.1 Πρόγραμμα επισκέψεων «Γνωρίζω την πόλη μου»	€ 5.000	€ 5.000	€ 5.000
Δ.3.2 Πρόγραμμα αναρτήσεων «Αξιζει να ζεις στην Καβάλα»	€ -	€ -	€ -
Δ.3.3 Πρόγραμμα αναρτήσεων «Αξιζει να δεις την Καβάλα»	€ -	€ -	€ -
Δ.3.4 Πρόγραμμα αναρτήσεων «Αξιζει να σπουδάσεις την Καβάλα»	€ -	€ -	€ -
Δ.3.5 Πρόσκληση προς φορείς για κοινωνικές δράσεις όλο το χρόνο	€ -	€ -	€ -
Δ.Τουρ.1 Ανάπτυξη νέων τουριστικών διαδρομών	€ -	€ -	€ -
Δ.Τουρ.2 Πρόγραμμα προβολής των «activity providers»	€ 7.000	€ 7.000	€ 7.000
Δ.Τουρ.3 Πρόγραμμα συνεργασίας «Γραμμή-Γραμμή» με αεροπορικές εταιρίες	€ 12.000	€ 12.000	€ 12.000
Δ.Πολ.1 Προσέγγιση ευρωπαϊκών tour operators για πολιτιστικά ταξίδια	€ 14.000	€ 14.000	€ 14.000
Δ.Πολ.2 Πρωτοβουλία «Καλλιτέχνης για μια ημέρα... ή για μια ζωή!»	€ -	€ -	€ -
Δ.Γαστρ.1 Απογραφή του γαστροτουριστικού χαρτοφυλακίου της Καβάλας	€ -	€ -	€ -
Δ.Γαστρ.2 Πρόγραμμα γαστρονομικού τουρισμού της Καβάλας	€ 4.000	€ 4.000	€ 4.000
Δ.Συν.1 Ολοκληρωμένη καταγραφή όλων των συνεδριακών και λοιπών χώρων	€ -	€ -	€ -
Δ.Συν.2 Κύκλος επαφών με γραφεία οργάνωσης συνεδρίων και fam trip	€ 5.000	€ 5.000	€ 5.000
Δ.Συν.3 Στήριξη μόνιμων συνεδρίων στην Καβάλα	€ 10.000	€ 10.000	€ 10.000
Δ.Συν.4 Προσέλκυση συνέδρων	€ -	€ -	€ -
Δ.Ψυχ.1 Πρωτοβουλία «Καλλιτέχνης για μια ημέρα... ή για μια ζωή!»	€ -	€ -	€ -
Δ.Εκπ.1 Σύσταση Μικτής Ομάδας Εργασίας Δήμου-Πανεπιστημίου	€ -	€ -	€ -
Δ.Εκπ.2 Προβολή Πανεπιστημίου στους μαθητές λυκείου της Καβάλας	€ -	€ -	€ -
Σύνολο	€ 222.000	€ 189.000	€ 189.000

Χρονοδιάγραμμα υλοποίησης των επιμέρους σχεδίων μάρκετινγκ

ΣΚΕΠΤΙΚΟ

Στον πίνακα της επόμενης σελίδας παρατίθεται το **ενδεικτικό χρονοδιάγραμμα υλοποίησης** καθεμιάς από τις δράσεις που περιέχονται αφενός στο γενικό σχέδιο μάρκετινγκ (Παραδοτέο Π.2) και αφετέρου στα δέκα τομεακά σχέδια μάρκετινγκ (Παραδοτέο Π.4). Συγκεκριμένα, σημειώνεται:

- ο προτεινόμενος μήνας έναρξης κάθε δράσης
- η διάρκεια υλοποίησης κάθε δράσης
- τυχόν επανάληψή κάποιων εκ των δράσεων.

Οι πραγματικοί χρόνοι υλοποίησης των επιμέρους δράσεων θα εξαρτηθούν (1) από την ταχύτητα που θα έχει ο Δήμος στη λήψη αποφάσεων και (2) από την εξασφάλιση των κονδυλίων που απαιτούνται για την έναρξη κάθε δράσης.

Ενδεικτικό χρονοδιάγραμμα υλοποίησης για το μάρκετινγκ της Καβάλας

[illegible]

Επισκόπηση όλων των προτεινόμενων δράσεων μάρκετινγκ

ΣΚΕΠΤΙΚΟ

Στο παρόν κεφάλαιο παρατίθενται όλες οι δράσεις που προτείνονται στα δύο σχέδια μάρκετινγκ του παρόντος έργου:

- Το γενικό σχέδιο μάρκετινγκ (Παραδοτέο Π.2),
- Τα δέκα τομεακά σχέδια μάρκετινγκ (Παραδοτέο Π.4).

Για κάθε δράση παρατίθενται μια σύντομη περιγραφή μαζί με τον απαιτούμενο προϋπολογισμό υλοποίησής της καθώς και τα τεχνικά χαρακτηριστικά της.

Οι πίνακες των δύο επόμενων σελίδων περιλαμβάνουν συνοπτικά τις προτεινόμενες δράσεις του γενικού σχεδίου μάρκετινγκ (Παραδοτέου Π.2) καθώς και των δέκα τομεακών σχεδίων μάρκετινγκ (Παραδοτέου Π.4) αντίστοιχα. Ακολουθεί η περιγραφή κάθε δράσης ξεχωριστά.

Επισκόπηση προτεινόμενων δράσεων για το μάρκετινγκ της πόλης της Καβάλας

Δημιουργία επικοινωνιακής υποδομής*	«Καβάλα – Πόλη Δημιουργική» (Στρατηγικός Στόχος 1)	«Καβάλα – Πόλη Ποιοτική» (Στρατηγικός Στόχος 2)	«Καβάλα – Πόλη Ανθρώπινη» (Στρατηγικός Στόχος 3)
Δ.0.1 Ανάπτυξη αφηγήματος και κειμενογράφηση	Δ.1.1 Διοργάνωση «Ακαδημία Δημιουργικότητας»	Δ.2.1 Διοργάνωση «Ακαδημία Ποιότητας»	Δ.3.1 Πρόγραμμα επισκέψεων «Γνωρίζω την πόλη μου»
Δ.0.2 Δημιουργία και διαχείριση οπτικο-ακουστικού υλικού	Δ.1.2 Διοργάνωση «Βραβεία Δημιουργικότητας»	Δ.2.2 Διοργάνωση «Βραβεία Ποιότητας»	Δ.3.2 Πρόγραμμα αναρτήσεων «Αξίζει να ζεις στην Καβάλα»
Δ.0.3 Διαδικτυακή παρουσία και προβολή	Δ.1.3 Καμπάνια «Επενδύουμε στην Καβάλα»	Δ.2.3 Καμπάνια «Made in Kavala»	Δ.3.3 Πρόγραμμα αναρτήσεων «Αξίζει να δεις την Καβάλα»
Δ.0.4 Ημερολόγιο εκδηλώσεων και εμπειριών	Δ.1.4 Δημοσιογραφικές επισκέψεις για θέματα δημιουργικότητας	Δ.2.4 Δημοσιογραφικές επισκέψεις για θέματα ποιότητας	Δ.3.4 Πρόγραμμα αναρτήσεων «Αξίζει να σπουδάσεις την Καβάλα»
			Δ.3.5 Πρόσκληση προς φορείς για κοινωνικές δράσεις όλο το χρόνο

* Η ανάπτυξη του place brand δεν περιλαμβάνεται στον ανωτέρω πίνακα με τις προτεινόμενες δράσεις, καθώς έχει ήδη προβλεφθεί η υλοποίησή του στο πλαίσιο του παρόντος έργου.

Επισκόπηση προτεινόμενων δράσεων για τα 10 τομεακά σχέδια μάρκετινγκ της Καβάλας

Τουρισμός	Πολιτισμός	Γαστρονομία	Συνέδρια
Δ.Τουρ.1 Ανάπτυξη νέων τουριστικών διαδρομών	Δ.Πολ.1 Προσέγγιση ευρωπαϊκών tour operators που προσφέρουν πολιτιστικά ταξίδια	Δ.Γαστρ.1 Απογραφή του γαστροτουριστικού χαρτοφυλακίου της Καβάλας	Δ.Συν.1 Ολοκληρωμένη καταγραφή όλων των συνεδριακών και λοιπών χώρων
Δ.Τουρ.2 Πρόγραμμα προβολής των «activity providers»	Δ.Πολ.2 Πρωτοβουλία «Καλλιτέχνης για μια ημέρα... ή για μια ζωή!»	Δ.Γαστρ.2 Πρόγραμμα γαστρονομικού τουρισμού της Καβάλας	Δ.Συν.2 Κύκλος επαφών με γραφεία οργάνωσης συνεδρίων και διενέργεια fam trip
Δ.Τουρ.3 Πρόγραμμα συνεργασίας «Γραμμή-Γραμμή» με αεροπορικές εταιρίες			Δ.Συν.3 Στήριξη μόνιμων συνεδρίων στην Καβάλα
			Δ.Συν.4 Προσέλκυση συνέδρων
Ψυχαγωγία		Εκπαίδευση	
Δ.Ψυχ.1 Πρωτοβουλία «Καλλιτέχνης για μια ημέρα... ή για μια ζωή!»		Δ.Εκπ.1 Σύσταση Μικτής Ομάδας Εργασίας Δήμου-Πανεπιστημίου για θέματα επικοινωνίας και προβολής	
		Δ.Εκπ.2 Προβολή Πανεπιστημίου στους μαθητές λυκείου της Καβάλας	

Επισκόπηση όλων των προτεινόμενων δράσεων μάρκετινγκ

Δ.0.1 Ανάπτυξη αφηγήματος και κειμενογράφηση			
Χρόνος έναρξης	1ος μήνας	Διάρκεια	εις το διηνεκές
Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους	ΓΣΣ.1 ΓΣΣ.2 ΓΣΣ.3	Κόστος	έως €1.000 ετησίως για λογισμικό editorial calendar (η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι)
Ποιος υλοποιεί	Στέλεχος 1: Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης (ελληνικά, αγγλικά)		
Περιγραφή	- Διασφάλιση σωστής εφαρμογής του αφηγήματος - Συγγραφή κειμένων στην ελληνική και αγγλική γλώσσα - Content curation, δηλ. αξιοποίηση κειμένων από τρίτους - Content seeding, δηλ. ευρεία διανομή του ως άνω υλικού του Δήμου		

Επισκόπηση όλων των προτεινόμενων δράσεων μάρκετινγκ

Δ.0.2 Δημιουργία και διαχείριση οπτικοακουστικού υλικού			
Χρόνος έναρξης	1ος μήνας	Διάρκεια	εις το διηνεκές
Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους	ΓΣΣ.1 ΓΣΣ.2 ΓΣΣ.3	Κόστος	• €15.000 για τη διενέργεια επαγγελματικής φωτογράφισης κατά το 1^ο έτος • €8.000 ετησίως για τη διενέργεια πρόσθετης επαγγελματικής φωτογράφισης από το 2^ο έτος και μετά • έως €30.000 για την παραγωγή του επίσημου βίντεο της καμπάνιας και 10 satellite videos κατά το 1^ο έτος • €10.000 ετησίως για πρόσθετα βίντεο από το 2^ο έτος και μετά • έως €1.000 ετησίως για χρήση λογισμικού επεξεργασίας φωτογραφιών και βίντεο και αρχειοθέτησης (η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι)
Ποιος υλοποιεί	• Στέλεχος 2: Υπεύθυνος Οπτικοακουστικών Μέσων		
Περιγραφή	• Συλλογή και αρχειοθέτηση φωτογραφικού υλικού του Δήμου και τρίτων • Διενέργεια επαγγελματικής φωτογράφισης από ανάδοχο • Διενέργεια συμπληρωματικής ερασιτεχνικής φωτογράφισης • Παραγωγή βίντεο από ανάδοχο		

Επισκόπηση όλων των προτεινόμενων δράσεων μάρκετινγκ

Δ.0.3 Διαδικτυακή παρουσία και προβολή			
Χρόνος έναρξης	3ος μήνας	Διάρκεια	εις το διηνεκές
Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους	ΓΣΣ.1 ΓΣΣ.2 ΓΣΣ.3	Κόστος	- έως €8.000 για την κατασκευή νέας ιστοσελίδας κατά το πρώτο έτος - έως €2.000 ετησίως για την τεχνική υποστήριξη της νέας ιστοσελίδας από το δεύτερο έτος και μετά (η μισθοδοσία των δύο στελεχών βαρύνει άλλο κονδύλι)
Ποιος υλοποιεί	- Στέλεχος 1: Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης (ελληνικά, αγγλικά) - Στέλεχος 2: Υπεύθυνος Οπτικοακουστικών Μέσων - Εξωτερικός συνεργάτης για κατασκευή και υποστήριξη ιστοσελίδας		
Περιγραφή	- Δημιουργία νέας ιστοσελίδας για τη νέα καμπάνια εξωστρέφειας - Εικαστικός επανασχεδιασμός των δύο υφιστάμενων ιστοσελίδων - Ενεργοποίηση και διαχείριση σελίδων στα κοινωνικά δίκτυα		

Επισκόπηση όλων των προτεινόμενων δράσεων μάρκετινγκ

Δ.0.4 Ημερολόγιο εκδηλώσεων και εμπειριών			
Χρόνος έναρξης	7ος μήνας	Διάρκεια	εις το διηνεκές
Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους	ΓΣΣ.1 ΓΣΣ.2 ΓΣΣ.3	Κόστος	• χωρίς πρόσθετο κόστος (η μισθοδοσία των δύο στελεχών βαρύνει άλλο κονδύλι)
Ποιος υλοποιεί	• Στέλεχος 1: Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης (ελληνικά, αγγλικά)		
Περιγραφή	• Καταγραφή όλων των εκδηλώσεων ευρύτερου ενδιαφέροντος • Καταγραφή όλων των εμπειριών στην πόλη, στη φύση και σε κοντινούς προορισμούς καθόλη τη διάρκεια του έτους • Αποτύπωση εποχικών προϊόντων και γεύσεων με βάση τις τέσσερις εποχές του έτους • Δημιουργία ευρετηρίου εκδηλώσεων και εμπειριών με τη μορφή ημερολογίου και λειτουργία αναζήτησης, ταξινόμησης και αυτόματης ειδοποίησης βάσει διαφορετικών κριτηρίων		

Επισκόπηση όλων των προτεινόμενων δράσεων μάρκετινγκ

Δ.1.1 Διοργάνωση «Ακαδημία Δημιουργικότητας»			
Χρόνος έναρξης	3ος μήνας	Διάρκεια	Επανάληψη κάθε χρόνο
Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους	ΓΣΣ.1	Κόστος	• έως €15.000 για αμοιβές και μετακινήσεις εισηγητών και συμβούλων • €3.000 για αμοιβή επιστημονικού διευθυντή • έως €3.000 για catering κατά τη διάρκεια της Ακαδημίας Καθώς ο Δήμος διαθέτει χώρους να φιλοξενήσουν την Ακαδημία, δεν έχει προβλεφθεί ενοίκιο αιθουσών (η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι)
Ποιος υλοποιεί	• Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων, Φορέων και ΜΜΕ • Επιστημονικός Διευθυντής της Ακαδημίας (εξωτερικός συνεργάτης) • Εισηγητές και σύμβουλοι (εξωτερικοί συνεργάτες)		
Περιγραφή	• Διενέργεια σεμιναρίων • Διενέργεια εργαστηρίων (workshops) • Εξατομικευμένη συμβουλευτική υποστήριξη (mentoring)		

Επισκόπηση όλων των προτεινόμενων δράσεων μάρκετινγκ

Δ.1.2 Διοργάνωση «Βραβεία Δημιουργικότητας»			
Χρόνος έναρξης	8ος μήνας	Διάρκεια	Επανάληψη κάθε χρόνο
Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους	ΓΣΣ.1	Κόστος	- έως €5.000 ανάλογα με τον τελικό αριθμό των βραβευθέντων για το σχεδιασμό και την κατασκευή των βραβείων (αγαλματίδιο ή κάτι παραπλήσιο) - έως €20.000 για κόστος διοργάνωσης της τελετής (με ενοικίαση αίθουσας και εξοπλισμού, catering κοκ.) €5.000 αμοιβή project manager (εφόσον υπάρξει τελετή) (η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι)
Ποιος υλοποιεί	- Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων και Φορέων - Project Manager για διοργάνωση βραβείων (εξωτερικός συνεργάτης) - Μέλη κριτικής επιτροπής (άμισθοι εξωτερικοί συνεργάτες)		
Περιγραφή	- Πρόσκληση υποβολής υποψηφιοτήτων σε διάφορες κατηγορίες - Αξιολόγηση υποψηφιοτήτων από κριτική επιτροπή - Τελετή βράβευσης παρουσία των μέσων ενημέρωσης		

Επισκόπηση όλων των προτεινόμενων δράσεων μάρκετινγκ

Δ.1.3 Καμπάνια «Επενδύουμε στην Καβάλα»			
Χρόνος έναρξης	5ος μήνας	Διάρκεια	εις το διηνεκές
Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους	ΓΣΣ.1	Κόστος	• έως €3.000 για Google adwords (η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι)
Ποιος υλοποιεί	• Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων, Φορέων και ΜΜΕ		
Περιγραφή	• Εντοπισμός επενδυτικών ευκαιριών στην Καβάλα και αξιολόγηση αυτών ως προς το βαθμό ωρίμανσης • Ετοιμασία κατάλληλης περιγραφής και ανάρτηση στην ιστοσελίδα • Διανομή σχετικού τεύχους με απευθείας αποστολή και μέσω αναρτήσεων στο LinkedIn • Αποστολή σχετικών δελτίων τύπου στα οικονομικά ΜΜΕ • Στοχευμένα Google adwords		

Επισκόπηση όλων των προτεινόμενων δράσεων μάρκετινγκ

Δ.1.4 Δημοσιογραφικές επισκέψεις για θέματα δημιουργικότητας			
Χρόνος έναρξης	8ος μήνας	Διάρκεια	Επανάληψη κάθε χρόνο
Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους	ΓΣΣ.1	Κόστος	• έως €5.000 για φιλοξενία δημοσιογράφων (η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι)
Ποιος υλοποιεί	• Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων και Φορέων		
Περιγραφή	• Πρόσκληση δημοσιογράφων και influencers να επισκεφτούν την Καβάλα και να ετοιμάσουν άρθρα ή εκπομπές για τα τοπικά προϊόντα και την επιχειρηματικότητα της πόλης • Διενέργεια μεμονωμένων δημοσιογραφικών επισκέψεων βάσει προγράμματος που θα ετοιμάσει ο Δήμος • Διενέργεια ομαδικών δημοσιογραφικών επισκέψεων βάσει προγράμματος που θα ετοιμάσει ο Δήμος		

Επισκόπηση όλων των προτεινόμενων δράσεων μάρκετινγκ

Δ.2.1 Διοργάνωση «Ακαδημία Ποιότητας»			
Χρόνος έναρξης	3ος μήνας	Διάρκεια	Επανάληψη κάθε χρόνο
Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους	ΓΣΣ.2	Κόστος	• έως €8.000 για αμοιβές και μετακινήσεις εισηγητών και συμβούλων • €1.500 για αμοιβή επιστημονικού διευθυντή • έως €1.500 για catering κατά τη διάρκεια της Ακαδημίας Καθώς ο Δήμος διαθέτει χώρους να φιλοξενήσουν την Ακαδημία, δεν έχει προβλεφθεί ενοίκιο αιθουσών (η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι)
Ποιος υλοποιεί	• Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων, Φορέων και ΜΜΕ • Επιστημονικός Διευθυντής της Ακαδημίας (εξωτερικός συνεργάτης) • Εισηγητές και σύμβουλοι (εξωτερικοί συνεργάτες)		
Περιγραφή	• Διενέργεια σεμιναρίων • Διενέργεια εργαστηρίων (workshops) • Εξατομικευμένη συμβουλευτική υποστήριξη (mentoring)		

Επισκόπηση όλων των προτεινόμενων δράσεων μάρκετινγκ

Δ.2.2 Διοργάνωση «Βραβεία Ποιότητας»			
Χρόνος έναρξης	8ος μήνας	Διάρκεια	Επανάληψη κάθε χρόνο
Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους	ΓΣΣ.2	Κόστος	- έως €5.000 ανάλογα με τον τελικό αριθμό των βραβευθέντων για το σχεδιασμό και την κατασκευή των βραβείων (αγαλματίδιο ή κάτι παραπλήσιο) - έως €20.000 για κόστος διοργάνωσης της τελετής (με ενοικίαση αίθουσας και εξοπλισμού, catering κοκ.) €5.000 αμοιβή project manager (εφόσον υπάρξει τελετή) (η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι)
Ποιος υλοποιεί	- Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων και Φορέων - Project Manager για διοργάνωση βραβείων (εξωτερικός συνεργάτης) - Μέλη κριτικής επιτροπής (άμισθοι εξωτερικοί συνεργάτες)		
Περιγραφή	- Πρόσκληση υποβολής υποψηφιοτήτων σε διάφορες κατηγορίες - Αξιολόγηση υποψηφιοτήτων - Τελετή βράβευσης παρουσία των μέσων ενημέρωσης		

Επισκόπηση όλων των προτεινόμενων δράσεων μάρκετινγκ

Δ.2.3 Καμπάνια «Made in Kavala»			
Χρόνος έναρξης	4ος μήνας	Διάρκεια	εις το διηνεκές
Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους	ΓΣΣ.2	Κόστος	• έως €5.000 για διαδικτυακή διαφήμιση (η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι)
Ποιος υλοποιεί	• Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων, Φορέων και ΜΜΕ		
Περιγραφή	• Καθορισμός ποιοτικών προδιαγραφών και δωρεάν παροχών μάρκετινγκ για όσα προϊόντα φέρουν το σήμα «Made in Kavala» (προσωρινή ονομασία) • Διαβούλευση με τοπικούς παραγωγούς και το Επιμελητήριο για να διαπιστωθεί το ενδιαφέρον υιοθέτησης του σήματος «Made in Kavala» • Δημοσιοποίηση του νέου σήματος «Made in Kavala» και προβολή των προϊόντων που το φέρουν μέσα από δελτία τύπου, εμπορικές εκθέσεις, παρουσιάσεις και μια μικρή διαδικτυακή διαφημιστική καμπάνια		

Επισκόπηση όλων των προτεινόμενων δράσεων μάρκετινγκ

Δ.2.4 Δημοσιογραφικές επισκέψεις για θέματα ποιότητας			
Χρόνος έναρξης	8ος μήνας	Διάρκεια	Επανάληψη κάθε χρόνο
Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους	ΓΣΣ.2	Κόστος	• έως €5.000 για φιλοξενία δημοσιογράφων (η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι)
Ποιος υλοποιεί	• Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων και Φορέων		
Περιγραφή	• Πρόσκληση δημοσιογράφων και influencers να επισκεφτούν την Καβάλα και να ετοιμάσουν άρθρα ή εκπομπές για τα τοπικά προϊόντα και την επιχειρηματικότητα της πόλης • Διενέργεια μεμονωμένων δημοσιογραφικών επισκέψεων βάσει προγράμματος που θα ετοιμάσει ο Δήμος • Διενέργεια ομαδικών δημοσιογραφικών επισκέψεων βάσει προγράμματος που θα ετοιμάσει ο Δήμος		

Επισκόπηση όλων των προτεινόμενων δράσεων μάρκετινγκ

Δ.3.1 Πρόγραμμα επισκέψεων «Γνωρίζω την πόλη μου»			
Χρόνος έναρξης	5ος μήνας	Διάρκεια	εις το διηνεκές
Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους	ΓΣΣ.3	Κόστος	- έως €5.000 ετησίως για διάφορα έξοδα (αμοιβές ξεναγών, ενοικίαση πούλμαν κοκ.) (η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι)
Ποιος υλοποιεί	• Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων, Φορέων και ΜΜΕ		
Περιγραφή	- Ετοιμασία ετήσιου προγράμματος επισκέψεων εντός και εκτός πόλης - Εξεύρεση ειδικών για την ξενάγηση - Διευθέτηση πρακτικών οργανωτικών θεμάτων - Επικοινωνία και προβολή των επισκέψεων με τη σύνταξη δελτίων τύπου και αναρτήσεων για τα κοινωνικά δίκτυα		

Επισκόπηση όλων των προτεινόμενων δράσεων μάρκετινγκ

Δ.3.2 Πρόγραμμα αναρτήσεων «Αξίζει να ζεις στην Καβάλα»

Χρόνος έναρξης	3ος μήνας	Διάρκεια	εις το διηνεκές
Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους	ΓΣΣ.3	Κόστος	• €0 (οι σχετικές δαπάνες έχουν ήδη προϋπολογιστεί σε άλλες δράσεις) (η μισθοδοσία των δύο στελεχών βαρύνει άλλο κονδύλι)
Ποιος υλοποιεί	• Στέλεχος 1: Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης (ελληνικά, αγγλικά) • Στέλεχος 2: Υπεύθυνος Οπτικοακουστικών Μέσων • Guest editors (εξωτερικοί άμισθοι συνεργάτες)		
Περιγραφή	• Πρόγραμμα τακτικών αναρτήσεων στα κοινωνικά δίκτυα βάσει προκαθορισμένης θεματολογίας		

Επισκόπηση όλων των προτεινόμενων δράσεων μάρκετινγκ

Δ.3.3 Πρόγραμμα αναρτήσεων «Αξίζει να δεις την Καβάλα»			
Χρόνος έναρξης	3ος μήνας	Διάρκεια	εις το διηνεκές
Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους	ΓΣΣ.3	Κόστος	• €0 (οι σχετικές δαπάνες έχουν ήδη προϋπολογιστεί σε άλλες δράσεις) (η μισθοδοσία των δύο στελεχών βαρύνει άλλο κονδύλι)
Ποιος υλοποιεί	• Στέλεχος 1: Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης (ελληνικά, αγγλικά) • Στέλεχος 2: Υπεύθυνος Οπτικοακουστικών Μέσων		
Περιγραφή	• Πρόγραμμα τακτικών αναρτήσεων στα κοινωνικά δίκτυα βάσει προκαθορισμένης θεματολογίας		

Επισκόπηση όλων των προτεινόμενων δράσεων μάρκετινγκ

Δ.3.4 Πρόγραμμα αναρτήσεων «Αξίζει να σπουδάσεις την Καβάλα»			
Χρόνος έναρξης	3ος μήνας	Διάρκεια	εις το διηνεκές
Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους	ΓΣΣ.3	Κόστος	• €0 (οι σχετικές δαπάνες έχουν ήδη προϋπολογιστεί σε άλλες δράσεις) (η μισθοδοσία των δύο στελεχών βαρύνει άλλο κονδύλι)
Ποιος υλοποιεί	• Στέλεχος 1: Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης (ελληνικά, αγγλικά) • Στέλεχος 2: Υπεύθυνος Οπτικοακουστικών Μέσων • Guest editors (εξωτερικοί άμισθοι συνεργάτες)		
Περιγραφή	• Πρόγραμμα τακτικών αναρτήσεων στα κοινωνικά δίκτυα βάσει προκαθορισμένης θεματολογίας		

Επισκόπηση όλων των προτεινόμενων δράσεων μάρκετινγκ

Δ.3.5 Πρόσκληση προς φορείς για κοινωνικές δράσεις όλο το χρόνο			
Χρόνος έναρξης	1ος μήνας	Διάρκεια	εις το διηνεκές
Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους	ΓΣΣ.3	Κόστος	• €0 (η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι)
Ποιος υλοποιεί	• Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων και Φορέων		
Περιγραφή	• Κύκλος επαφών τόσο με τις εμπλεκόμενες υπηρεσίες του Δήμου όσο και με άλλους φορείς του δημοσίου, του ιδιωτικού τομέα και της κοινωνίας των πολιτών		

Επισκόπηση όλων των προτεινόμενων δράσεων μάρκετινγκ

Δ.Τουρ.1 Ανάπτυξη νέων τουριστικών διαδρομών			
Χρόνος έναρξης	3ος μήνας	Διάρκεια	3 μήνες
Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους	ΣΣ-Τουρ.1 ΣΣ-Τουρ.2 ΣΣ-Τουρ.3	Κόστος	• €0 (η μισθοδοσία των στελεχών βαρύνει άλλο κονδύλι)
Ποιος υλοποιεί	- Στέλεχος 1: Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης (ελληνικά, αγγλικά) - Στέλεχος 2: Υπεύθυνος Οπτικοακουστικών Μέσων - Στέλεχος 4: Στέλεχος Τουρισμού		
Περιγραφή	- Ετοιμασία νέων θεματικών τουριστικών διαδρομών στην Καβάλα κατόπιν διενέργειας σχετικής έρευνας στην πόλη - Αποτύπωση των διαδρομών σε χάρτη και αναλυτική περιγραφή τους - Προβολή των νέων διαδρομών μέσα από τα διαδικτυακά εργαλεία του Δήμου (ιστοσελίδα, κοινωνικά δίκτυα, blogposts κοκ.) - Αρχική επαφή με πάροχο που προσφέρει τεχνολογία ακουστικής ξενάγησης για το κόστος προσφοράς επιλεγμένων ακουστικών ξεναγήσεων, οι οποίες μπορούν να προσφερθούν στους επισκέπτες της πόλης δωρεάν μέσω smartphone		

Επισκόπηση όλων των προτεινόμενων δράσεων μάρκετινγκ

Δ.Τουρ.2 Πρόγραμμα προβολής των «activity providers»			
Χρόνος έναρξης	7ος μήνας	Διάρκεια	εις το διηνεκές
Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους	ΣΣ-Τουρ.1 ΣΣ-Τουρ.2 ΣΣ-Τουρ.3	Κόστος	• €4.000 για την ετήσια εκδήλωση • €3.000 για το ετήσιο σεμινάριο (η μισθοδοσία των στελεχών βαρύνει άλλο κονδύλι)
Ποιος υλοποιεί	• Στέλεχος 1: Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης (ελληνικά, αγγλικά) • Στέλεχος 4: Στέλεχος Τουρισμού • Εξωτερικός συνεργάτης για τη διοργάνωση της εκδήλωσης • Εξωτερικοί συνεργάτες για τη διοργάνωση του σεμιναρίου		
Περιγραφή	• Διοργάνωση ετήσιας εκδήλωσης για παρουσίαση των παρεχόμενων δραστηριοτήτων • Ένταξη των νομίμως λειτουργούντων activity providers στην τουριστική ιστοσελίδα και στο επίσημο αφήγημα της Καβάλας και διενέργεια αναρτήσεων στα social media του Δήμου με παρουσίαση καθεμιάς από αυτές τις επιχειρήσεις • Διοργάνωση ετήσιου σεμιναρίου και προγράμματος συμβουλευτικής υποστήριξης (mentoring) για activity providers με αντικείμενο την ποιότητα των υπηρεσιών και το μάρκετινγκ		

Επισκόπηση όλων των προτεινόμενων δράσεων μάρκετινγκ

Δ.Τουρ.3 Πρόγραμμα συνεργασίας «Γραμμή-Γραμμή» με αεροπορικές εταιρίες			
Χρόνος έναρξης	7ος μήνας	Διάρκεια	εις το διηνεκές
Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους	ΣΣ-Τουρ.1	Κόστος	• €2.000 ετήσιο κονδύλι φιλοξενίας • €5.000 ετήσιο κονδύλιο για workshops • €5.000 ετήσιο κονδύλι για δημοσίευση άρθρων στα inflight magazines (η μισθοδοσία των στελεχών βαρύνει άλλο κονδύλι)
Ποιος υλοποιεί	• Στέλεχος 4: Στέλεχος Τουρισμού		
Περιγραφή	• Προσωπικές επαφές με στελέχη αεροπορικών εταιριών • Διοργάνωση press trips και fam trips • Διοργάνωση ενός workshop ή roadshow • Φιλοξενία ταξιδιωτικών άρθρων για την Καβάλα στα περιοδικά των συνεργαζόμενων αεροπορικών εταιριών (in-flight magazines)		

Επισκόπηση όλων των προτεινόμενων δράσεων μάρκετινγκ

Δ.Πολ.1 Προσέγγιση ευρωπαϊκών tour operators που προσφέρουν πολιτιστικά ταξίδια			
Χρόνος έναρξης	10ος μήνας	Διάρκεια	εις το διηνεκές
Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους	ΓΣΣ.1 ΓΣΣ.3	Κόστος	• €8.000 ετήσιο κονδύλι εκθέσεων • €6.000 ετήσιο κονδύλι φιλοξενίας (η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι)
Ποιος υλοποιεί	• Στέλεχος 4: Στέλεχος Τουρισμού		
Περιγραφή	• Ετοιμασία αναλυτικής παρουσίασης για τον πολιτιστικό τουρισμό στην Καβάλα • Αρχική εξ αποστάσεως επαφή (μέσω email ή τηλεδιάσκεψης) • Συναντήσεις σε τουριστικές εκθέσεις • Διοργάνωση fam trips για επιλεγμένους tour operators • Τακτική αποστολή newsletter		

Επισκόπηση όλων των προτεινόμενων δράσεων μάρκετινγκ

Δ.Πολ.2 Πρωτοβουλία «Καλλιτέχνης για μια ημέρα... ή για μια ζωή!»			
Χρόνος έναρξης	13ος μήνας	Διάρκεια	εις το διηνεκές
Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους	ΓΣΣ.3	Κόστος	• €0 (η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι)
Ποιος υλοποιεί	• Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων, Φορέων και ΜΜΕ		
Περιγραφή	• Επαφές με τους πολιτιστικούς οργανισμούς και τους τοπικούς συλλόγους της Καβάλας να οργανώσουν τουλάχιστον από μία συμμετοχική πολιτιστική δράση ετησίως • Πλήρης επικοινωνιακή στήριξη και ευρεία διαδικτυακή προβολή αυτών των δράσεων		

Επισκόπηση όλων των προτεινόμενων δράσεων μάρκετινγκ

Δ.Γαστρ.1 Απογραφή του γαστροτουριστικού χαρτοφυλακίου της Καβάλας			
Χρόνος έναρξης	7ος μήνας	Διάρκεια	εις το διηνεκές (συνεχής επικαιροποίηση)
Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους	ΓΣΣ.1 ΓΣΣ.3 ΣΣ-Γαστρ.1	Κόστος	• €0 (η μισθοδοσία των στελεχών βαρύνει άλλο κονδύλι)
Ποιος υλοποιεί	- Στέλεχος 1: Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης (ελληνικά, αγγλικά) - Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων, Φορέων και ΜΜΕ - Στέλεχος 4: Στέλεχος Τουρισμού		
Περιγραφή	- Καταγραφή όλων των γαστρονομικών πόρων και εμπειριών της Καβάλας σύμφωνα με το μοντέλο του γαστροτουριστικού χαρτοφυλακίου - Ένταξη όλων αυτών των προϊόντων – και των επιχειρήσεων που τα δημιουργούν – στο νέο αφήγημα για την πόλη της Καβάλας και αξιοποίησή τους ιδίως για την προβολή στα κοινωνικά δίκτυα		

Επισκόπηση όλων των προτεινόμενων δράσεων μάρκετινγκ

Δ.Γαστρ.2 Πρόγραμμα γαστρονομικού τουρισμού της Καβάλας			
Χρόνος έναρξης	10ος μήνας	Διάρκεια	εις το διηνεκές (συνεχής επικαιροποίηση)
Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους	ΓΣΣ.1 ΓΣΣ.2 ΓΣΣ.3 ΣΣ-Γαστρ.1	Κόστος	- έως €4.000 ετησίως για διαδικτυακή διαφήμιση (η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι)
Ποιος υλοποιεί	- Στέλεχος 1: Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης (ελληνικά, αγγλικά) - Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων, Φορέων και ΜΜΕ - Στέλεχος 4: Στέλεχος Τουρισμού - Ενδεχόμενη συμμετοχή στελεχών του Επιμελητηρίου		
Περιγραφή	- Πρόσκληση προς τις ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις να δηλώσουν συμμετοχή - Αξιολόγηση των υποψηφίων ως προς την εκπλήρωση των κριτηρίων - Χορήγηση του γαστρονομικού brand προς χρήση από τις επιλεγείσες επιχειρήσεις - Συστηματική προβολή όλων των επιλεγεισών επιχειρήσεων από το Δήμο και ένταξή τους στο νέο αφήγημα για την πόλη της Καβάλας		

Επισκόπηση όλων των προτεινόμενων δράσεων μάρκετινγκ

Δ.Συν.1 Ολοκληρωμένη καταγραφή όλων των συνεδριακών και λοιπών χώρων			
Χρόνος έναρξης	1ος μήνας	Διάρκεια	1 μήνας
Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους	ΣΣ-Συν.1	Κόστος	• €0 (η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι)
Ποιος υλοποιεί	• Στέλεχος 4: Στέλεχος Τουρισμού		
Περιγραφή	• Καταγραφή όλων των διαθέσιμων συνεδριακών χώρων καθώς και των χωρών που μπορούν να φιλοξενήσουν εκδηλώσεις άλλης μορφής • Καταχώρηση της αναλυτικής περιγραφής κάθε χώρου μαζί με το αντίστοιχο φωτογραφικό υλικό		

Επισκόπηση όλων των προτεινόμενων δράσεων μάρκετινγκ

Δ.Συν.2 Κύκλος επαφών με γραφεία οργάνωσης συνεδρίων και διενέργεια fam trip			
Χρόνος έναρξης	4ος μήνας	Διάρκεια	εις το διηνεκές
Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους	ΣΣ-Συν.1	Κόστος	έως €5.000 για φιλοξενία οργανωτών συνεδρίων (η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι)
Ποιος υλοποιεί	Στέλεχος 4: Στέλεχος Τουρισμού		
Περιγραφή	- Αποστολή συνεδριακού οδηγού της Καβάλας (βλ. δράση Δ.Συν.1) σε γραφεία οργάνωσης συνεδρίων - Οργάνωση ταξιδιού εξοικείωσης (fam trip) για στελέχη των γραφείων οργάνωσης συνεδρίων		

Επισκόπηση όλων των προτεινόμενων δράσεων μάρκετινγκ

Δ.Συν.3 Στήριξη μόνιμων συνεδρίων στην Καβάλα			
Χρόνος έναρξης	4ος μήνας	Διάρκεια	εις το διηνεκές
Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους	ΣΣ-Συν.1	Κόστος	έως €10.000 για επιδότηση και στήριξη συνεδρίων (η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι)
Ποιος υλοποιεί	- Στέλεχος 4: Στέλεχος Τουρισμού - Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων, Φορέων και ΜΜΕ		
Περιγραφή	- Πρόσκληση εκδήλωσης ενδιαφέροντος προς φορείς ή επιχειρήσεις που ενδιαφέρονται να διοργανώσουν σε μόνιμη βάση το ετήσιο συνέδριό τους στην Καβάλα - Αξιολόγηση προτάσεων και στήριξη των επιλεγμένων προτάσεων χρηματικά και με άλλους τρόπους - Διαχρονική παρακολούθηση της εξέλιξης για όλα τα συνέδρια που έχει στηρίξει ο Δήμος		

Επισκόπηση όλων των προτεινόμενων δράσεων μάρκετινγκ

Δ.Συν.4 Προσέλκυση συνέδρων			
Χρόνος έναρξης	10ος μήνας	Διάρκεια	εις το διηνεκές
Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους	ΣΣ-Συν.1	Κόστος	• €0 (η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι)
Ποιος υλοποιεί	- Στέλεχος 1: Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης (ελληνικά, αγγλικά) - Στέλεχος 4: Στέλεχος Τουρισμού		
Περιγραφή	- Ενθάρρυνση των οργανωτών συνεδρίων να επικοινωνούν και να ενημερώνουν την ομάδα μάρκετινγκ του Δήμου για επερχόμενα συνέδρια - Διάθεση ελκυστικού περιεχομένου για την προβολή της Καβάλας ως του επόμενου τόπου φιλοξενίας του συνεδρίου		

Επισκόπηση όλων των προτεινόμενων δράσεων μάρκετινγκ

Δ.Ψυχ.1 Πρωτοβουλία «Καλλιτέχνης για μια ημέρα... ή για μια ζωή!»			
Χρόνος έναρξης	13ος μήνας	Διάρκεια	εις το διηνεκές
Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους	ΓΣΣ.3	Κόστος	• €0 (η μισθοδοσία του στελέχους βαρύνει άλλο κονδύλι)
Ποιος υλοποιεί	• Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων, Φορέων και ΜΜΕ		
Περιγραφή	• Επαφές με τους πολιτιστικούς οργανισμούς και τους τοπικούς συλλόγους της Καβάλας να οργανώσουν τουλάχιστον από μία συμμετοχική πολιτιστική δράση ετησίως • Πλήρης επικοινωνιακή στήριξη και ευρεία διαδικτυακή προβολή αυτών των δράσεων		

Επισκόπηση όλων των προτεινόμενων δράσεων μάρκετινγκ

Δ.Εκπ.1 Σύσταση Μικτής Ομάδας Εργασίας Δήμου-Πανεπιστημίου για θέματα επικοινωνίας και προβολής			
Χρόνος έναρξης	4ος μήνας	Διάρκεια	με ετήσια ανανέωση θητείας
Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους	ΓΣΣ.1 ΓΣΣ.3 ΣΣ-Εκπ.1 ΣΣ-Εκπ.2	Κόστος	• €0 (η μισθοδοσία των δύο στελεχών βαρύνει άλλο κονδύλι)
Ποιος υλοποιεί	- Στέλεχος 1: Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης (ελληνικά, αγγλικά) - Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων, Φορέων και ΜΜΕ - Μέλη της πανεπιστημιακής κοινότητας		
Περιγραφή	- Συνεχής ανταλλαγή θεματολογίας και έτοιμου περιεχομένου (κείμενα, φωτογραφίες, βίντεο) προς αξιοποίηση στα κοινωνικά δίκτυα και σε newsletter - Ετήσια συνάντηση εργασίας με διευρυμένη σύνθεση για προσδιορισμό πεδίων συνεργασίας		

Επισκόπηση όλων των προτεινόμενων δράσεων μάρκετινγκ

Δ.Εκπ.2 Προβολή Πανεπιστημίου στους μαθητές λυκείου της Καβάλας			
Χρόνος έναρξης	10ος μήνας	Διάρκεια	με ετήσια επανάληψη
Αντιστοιχία με Στρατηγικούς Στόχους	ΓΣΣ.1 ΓΣΣ.3 ΣΣ-Εκπ.2	Κόστος	• €0 (η μισθοδοσία των δύο στελεχών βαρύνει άλλο κονδύλι)
Ποιος υλοποιεί	• Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων, Φορέων και ΜΜΕ • Μέλη της πανεπιστημιακής κοινότητας • Διευθυντές λυκείων της Καβάλας		
Περιγραφή	• Σειρά αναρτήσεων για τις προσφερόμενες σπουδές, τα επιμέρους επιστημονικά πεδία και τις επαγγελματικές προοπτικές • Τακτική αποστολή newsletters • Ετήσια ανοικτή εκδήλωση με μαθητές και εκπροσώπους της πανεπιστημιακής κοινότητας		

Απαιτούμενοι πόροι

ΣΚΕΠΤΙΚΟ

Για την άμεση και επιτυχή υλοποίηση των προαναφερθεισών δράσεων, θα απαιτηθούν οι ακόλουθοι πόροι

- Ανθρώπινοι πόροι,
- Εξοπλισμός.

Στις επόμενες σελίδες παρατίθενται πιο αναλυτικά οι δύο αυτές κατηγορίες πόρων.

Στελέχωση

Προκειμένου να υλοποιηθεί με επαγγελματισμό ο εδώ περιγραφόμενος σχεδιασμός μάρκετινγκ για την πόλη της Καβάλας, θα απαιτηθεί η απασχόληση της κατάλληλης στελεχιακής ομάδας. Με την υλοποίηση ιδανικά θα ασχοληθούν τα εξής τέσσερα στελέχη:

- Στέλεχος 1: Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης (ελληνικά, αγγλικά)
- Στέλεχος 2: Υπεύθυνος Οπτικοακουστικών Μέσων
- Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων, Φορέων και ΜΜΕ
- Στέλεχος 4: Στέλεχος Τουρισμού

Στη συνέχεια περιγράφεται ο ρόλος κάθε στελέχους. Ανάλογα με την οργανωτική δομή και τη λοιπή στελέχωση του Αναπτυξιακού Οργανισμού, θα επιλεγεί το καταλληλότερο άτομο ως επικεφαλής της ως άνω ομάδας μάρκετινγκ.

Στέλεχος 1: Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης

Επιθυμητά προσόντα	• Στρατηγική αντίληψη και σκέψη • Εμπειρία στη σύνταξη βιωματικών κειμένων (π.χ. ταξιδιωτικό ρεπορτάζ) • Επαγγελματική κειμενογράφηση στην ελληνική και αγγλική γλώσσα • Ικανότητα διενέργειας έρευνας για ποικίλα θέματα
Αντικείμενο εργασίας και αρμοδιότητες	• Θεματοφύλακας του νέου εμπλουτισμένου αφηγήματος για την Καβάλα • Συνεχής έρευνα για νέα ελκυστικά θέματα για την Καβάλα • Διαχείριση του ημερολογίου σύνταξης κειμένων (editorial calendar) • Σύνταξη όλων των κειμένων που προβλέπονται στο παρόν έργο για την ιστοσελίδα, τα κοινωνικά δίκτυα, blogposts, newsletter κ.ά. • Αναζήτηση έτοιμων κειμένων για την Καβάλα και λήψη άδειας αναδημοσίευσης • Επιμέλεια κειμένων από τρίτους • Αρχαιοθέτηση κειμένων
Δράσεις που υλοποιεί	• Δ.0.1 Ανάπτυξη αφηγήματος και κειμενογράφηση • Δ.0.3 Διαδικτυακή παρουσία και προβολή • Δ.0.4 Ημερολόγιο εκδηλώσεων και εμπειριών • Δ.3.2 Πρόγραμμα αναρτήσεων «Αξίζει να ζεις στην Καβάλα» • Δ.3.3 Πρόγραμμα αναρτήσεων «Αξίζει να δεις την Καβάλα» • Δ.3.4 Πρόγραμμα αναρτήσεων «Αξίζει να σπουδάζεις την Καβάλα»

Στέλεχος 1: Κειμενογράφος/Αρχισυντάκτης

Δράσεις που υλοποιεί (συνέχεια)

- Δ.Τουρ.1 Ανάπτυξη νέων τουριστικών διαδρομών
- Δ.Τουρ.2 Πρόγραμμα προβολής των «activity providers»
- Δ.Γαστρ.1 Απογραφή του γαστροτουριστικού χαρτοφυλακίου της Καβάλας
- Δ.Γαστρ.2 Πρόγραμμα γαστρονομικού τουρισμού της Καβάλας
- Δ.Συν.4 Προσέλκυση συνέδρων
- Δ.Εκπ.1 Σύσταση Μικτής Ομάδας Εργασίας Δήμου-Πανεπιστημίου για θέματα επικοινωνίας και προβολής

Στέλεχος 2: Υπεύθυνος Οπτικοακουστικών Μέσων

Επιθυμητά προσόντα	• Οργανωτικός χαρακτήρας • Άριστη αντίληψη των απαιτήσεων του online marketing • Τεχνολογικές δεξιότητες για την ευχερή χρήση λογισμικού σχετιζόμενου με το online marketing • Ικανότητα διενέργειας έρευνας για ποικίλα θέματα
Αντικείμενο εργασίας και αρμοδιότητες	• Διαχείριση ιστοσελίδας • Διαχείριση σελίδων στα κοινωνικά δίκτυα • Αρχαιοθέτηση και διαχείριση οπτικοακουστικών μέσων με χρήση tags • Φωτογράφιση και βιντεοσκόπηση • Επεξεργασία φωτογραφιών και βίντεο • Τεχνικός χειρισμός του newsletter • Παρακολούθηση και αξιοποίηση όλων των διαθέσιμων analytics (Google analytics, social media analytics κοκ.)
Δράσεις που υλοποιεί	• Δ.0.2 Δημιουργία και διαχείριση οπτικοακουστικού υλικού • Δ.0.3 Διαδικτυακή παρουσία και προβολή • Δ.3.2 Πρόγραμμα αναρτήσεων «Αξίζει να ζεις στην Καβάλα» • Δ.3.3 Πρόγραμμα αναρτήσεων «Αξίζει να δεις την Καβάλα» • Δ.3.4 Πρόγραμμα αναρτήσεων «Αξίζει να σπουδάζεις την Καβάλα» • Δ.Τουρ.1 Ανάπτυξη νέων τουριστικών διαδρομών

Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων, Φορέων και ΜΜΕ

Επιθυμητά προσόντα	• Οργανωτικός χαρακτήρας • Άριστη γνώση της Καβάλας και των φορέων της πόλης • Ευχέρεια στο γραπτό και προφορικό λόγο στην ελληνική και αγγλική γλώσσα • Επικοινωνιακές δεξιότητες
Αντικείμενο εργασίας και αρμοδιότητες	• Συμμετοχή στην οργάνωση των κάτωθι διοργανώσεων • Συντονισμός όλων όσων εμπλέκονται στις κάτωθι διοργανώσεις • Σύνταξη κειμένων και συνεισφορά στη συνολική κειμενογράφηση • Λειτουργία του γραφείου τύπου (σύνταξη και διανομή δελτίων τύπου στην ελληνική και αγγλική γλώσσα, επαφές με ελληνικά και διεθνή ΜΜΕ και influencers)
Δράσεις που υλοποιεί	• Δ.1.1 Διοργάνωση «Ακαδημία Δημιουργικότητας» • Δ.1.2 Διοργάνωση «Βραβεία Δημιουργικότητας» • Δ.1.3 Καμπάνια «Επενδύουμε στην Καβάλα» • Δ.1.4 Δημοσιογραφικές επισκέψεις για θέματα δημιουργικότητας • Δ.2.1 Διοργάνωση «Ακαδημία Ποιότητας» • Δ.2.2 Διοργάνωση «Βραβεία Ποιότητας» • Δ.2.3 Καμπάνια «Made in Kavala» • Δ.2.4 Δημοσιογραφικές επισκέψεις για θέματα ποιότητας • Δ.3.1 Πρόγραμμα επισκέψεων «Γνωρίζω την πόλη μου» • Δ.3.5 Πρόσκληση προς φορείς για κοινωνικές δράσεις όλο το χρόνο

Στέλεχος 3: Συντονιστής Τοπικών Επιχειρήσεων, Φορέων και ΜΜΕ

Δράσεις που υλοποιεί (συνέχεια)

- Δ.Πολ.2 Πρωτοβουλία «Καλλιτέχνης για μια ημέρα... ή για μια ζωή!»
- Δ.Γαστρ.1 Απογραφή του γαστροτουριστικού χαρτοφυλακίου της Καβάλας
- Δ.Γαστρ.2 Πρόγραμμα γαστρονομικού τουρισμού της Καβάλας
- Δ.Συν.3 Στήριξη μόνιμων συνεδρίων στην Καβάλα
- Δ.Ψυχ.1 Πρωτοβουλία «Καλλιτέχνης για μια ημέρα... ή για μια ζωή!»
- Δ.Εκπ.1 Σύσταση Μικτής Ομάδας Εργασίας Δήμου-Πανεπιστημίου για θέματα επικοινωνίας και προβολής
- Δ.Εκπ.2 Προβολή Πανεπιστημίου στους μαθητές λυκείου της Καβάλας

Στέλεχος 4: Στέλεχος Τουρισμού

Επιθυμητά προσόντα	• Οργανωτικός χαρακτήρας • Άριστη γνώση της Καβάλας και των φορέων της πόλης • Ευχέρεια στο γραπτό και προφορικό λόγο στην ελληνική και αγγλική γλώσσα • Επικοινωνιακές δεξιότητες
Αντικείμενο εργασίας και αρμοδιότητες	• Προγραμματισμός της τουριστικής προβολής • Διενέργεια έρευνας για τα τουριστικά προϊόντα της Καβάλας και περιγραφή αυτών • Επαφές με τις τουριστικές επιχειρήσεις της Καβάλας • Συντονισμός δράσεων με τους γειτονικούς Δήμους, την Περιφέρεια και τον ΕΟΤ • Επαφές με την εγχώρια και διεθνή τουριστική αγορά (δηλ. με τουριστικά γραφεία, tour operators, γραφεία εισερχόμενου τουρισμού, γραφεία οργάνωσης συνεδρίων, γραφεία οργάνωσης γάμων, αεροπορικές εταιρίες και εταιρίες κρουαζιέρων) • Διενέργεια επαφών και παρουσιάσεων σε B2B συναντήσεις όπως λ.χ. σε εκθέσεις, workshops, roadshows και σε κάθε άλλη εκδήλωση • Σύνταξη κειμένων και συνεισφορά στη συνολική κειμενογράφηση
Δράσεις που υλοποιεί	• Δ.Τουρ.1 Ανάπτυξη νέων τουριστικών διαδρομών • Δ.Τουρ.2 Πρόγραμμα προβολής των «activity providers» • Δ.Τουρ.3 Πρόγραμμα συνεργασίας «Γραμμή-Γραμμή» με αεροπορικές εταιρίες • Δ.Πολ.1 Προσέγγιση ευρωπαϊκών tour operators που προσφέρουν πολιτιστικά ταξίδια

Στέλεχος 4: Στέλεχος Τουρισμού

Δράσεις που υλοποιεί (συνέχεια)

- Δ.Γαστρ.1 Απογραφή του γαστροτουριστικού χαρτοφυλακίου της Καβάλας
- Δ.Γαστρ.2 Πρόγραμμα γαστρονομικού τουρισμού της Καβάλας
- Δ.Συν.1 Ολοκληρωμένη καταγραφή όλων των συνεδριακών και λοιπών χώρων
- Δ.Συν.2 Κύκλος επαφών με γραφεία οργάνωσης συνεδρίων και διενέργεια fam trip
- Δ.Συν.3 Στήριξη μόνιμων συνεδρίων στην Καβάλα
- Δ.Συν.4 Προσέλκυση συνέδρων

Εξοπλισμός

Για τη δουλειά των τεσσάρων στελεχών μάρκετινγκ θα απαιτηθεί ο εξής εξοπλισμός:

- Laptop και docking station με μεγάλη οθόνη για όλα τα στελέχη
- Επιτραπέζιος υπολογιστής με μεγάλο σκληρό δίσκο και μηχανισμό αυτόματου backup για το Στέλεχος 2 (Υπεύθυνος Οπτικοακουστικών Μέσων)
- Κάμερα υψηλών προδιαγραφών για φωτογράφιση και βιντεοσκόπηση
- Tablet για παρουσιάσεις
- Απαιτούμενο λογισμικό (αρχειοθέτηση φωτογραφιών και βίντεο, επεξεργασία φωτογραφιών και βίντεο, editorial calendar, mass mailing software)

Ο παραπάνω εξοπλισμός δεν βαρύνει το κονδύλι μάρκετινγκ και έτσι δεν έχει συνυπολογιστεί στον ανωτέρω προϋπολογισμό.