

Lublin, dn. 11 października 2008r.

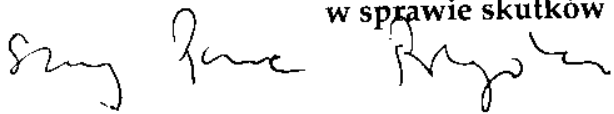
Michał Widomski
Radny Miasta Lublin

Pan dr inż. Adam Wasilewski
Prezydent Miasta Lublin

Urząd Miasta Lublin Biuro Obsługi Mieszkańców	
Dnia	2008 -10- 13
L. Dz. zał.

INTERPELACJA

w sprawie skutków kampanii promujących miasto



Z dużym zaniepokojeniem przyjąłem informację, iż Urząd Miasta nie zamierza za pomocą badań zweryfikować skutków kampanii promocyjnych prowadzonych w roku 2008. Badania takie są konieczne dla otrzymania odpowiedzi czy miejskie pieniądze zostały wydane w sposób skuteczny, ale także by ewentualnych błędów nie popełniać w przyszłości. Wspierając kampanię miasta, a także wskazując na celowość wydatków promocyjnych pozostawałem w przekonaniu, iż kampania promocyjna zostanie przeprowadzona od początku do końca profesjonalnie, co zakłada weryfikację stopnia realizacji celów. Najlepszym sposobem na weryfikację stopnia ich realizacji jest sprawdzenie poziomu uzyskania zakładanych wskaźników opisujących cele często za pomocą badań marketingowych.

Ponieważ jak zrozumiałem niemożliwe jest przeprowadzenie badań ze względu na braki środków, którego to poglądu wobec ponad 3 mln zł przeznaczonych na promocję miasta nie podzielam, proszę Pana Prezydenta o przekazanie następujących danych:

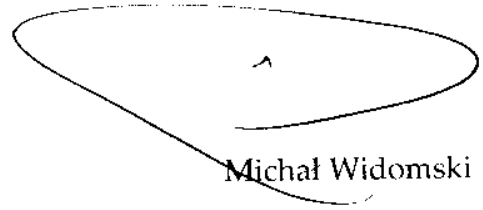
- Liczby studentów studiów stacjonarnych rozpoczynających studia na lubelskich uczelniach w latach 2005 – 2008;
- Liczby studentów studiów niestacjonarnych rozpoczynających studia na lubelskich

uczelniah w latach 2005 – 2008;

- Liczby turystów odwiedzających Lublin w okresie od stycznia do sierpnia w latach 2005 – 2008.

Sądzę, że analiza tych danych będzie świetną i bezkosztową odpowiedzią na pytanie o skuteczność kampanii skierowanej do studentów (Kampania „Bądź wolny studiuj w Lublinie”) i turystów. Mam nadzieję, że analiza ta pozwoli na zaplanowanie optymalnego budżetu promocyjnego i ewentualną modyfikację (wzmocnienie bądź zmianę) przekazu marketingowego.

2 dni



Michał Widomski