

Trženje mesta Jesenice



Stadtentwicklung

Marketing

Regionalwirtschaft

Einzelhandel

Wirtschaftsförderung

Citymanagement

Immobilien

Organisationsberatung

Kultur

Tourismus

Prvi osnutek koncepta

Avtor mag. Roland Murauer, CIMA Austria

November 2014





I Strategija trženja mesta

II organizacijski model trženja mesta



Strategija trženja mesta



- Osnovati srednje in dolgoročne izboljšave v (centru) mesta Jesenice
- Definirati jasno pozicioniranje mesta
- Osnutek konkretnih ukrepov in projektov
- Osnovati načrt dela za morebitno enoto mestnega marketinga (TCM) na Jesenicah



člani TCM projektne ekipe

Pozitivni okvirni pogoji

- staro mestno jedro
- dolga tradicija proizvodnje jekla in železa
- multikulturno in večinacionalno mesto
- lahka dostopnost
- turistično zelo privlačna okolica
- odlična infrastruktura (socialna, športna, kulturna)
- dolga športna tradicija
- dobra infrastruktura za starejše prebivalce
- dobra infrastruktura za izobraževanje



Profesionalna ocena s strani CIME

Pozitivni dejavniki

- geografska lokacija – povezava med Južno in Severno Evropo
- odličen potencial za turiste in popotnike, ki so “pred vrati”
- dober dostop do (centra) mesta
- mesto je vse bolj prepoznavno kot “športno mesto”
- možnost uporabe starih industrijskih prostorov za nov namen
- zadovoljiva količina trgovin na drobno
- železarska dediščina
- velika prizadevanja za predstavljanje kulturne dediščine
- obkroženost z naravo
- dobro zasnovani parki in zelene površine

Negativni dejavniki

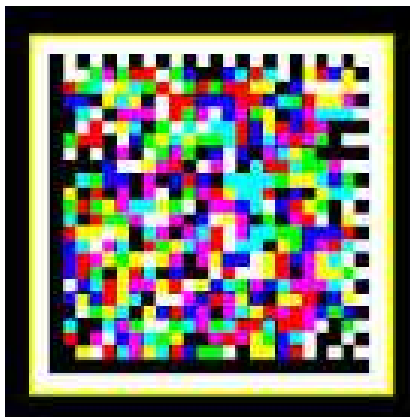
- premalo kvalitetnih trgovin in kulinarične ponudbe
- so skoraj nepomembna turistična lokacija
- nadpovprečno veliko praznih stavb z umazanimi fasadami
- zanemarjene stavbe v centru mesta
- potencial za izboljšanje teksture/površine cest in poti
- ni ofenzivnega marketinga mesta
- slabo sodelovanje med mestnimi podjetniki/podjetji
- ni konsistentne, dolgoročne razvojne strategije



**Jesenice,
multikulturalna vrata
v Slovenijo**

S sledečimi “estetskimi” oznakami:

multikulturalno
gostoljubno
živahno in udobno
družbeno uravnoteženo



multikulturno

- ponosno predstavljanje mestne multikulturne sestave
- spodbujanje ohranjanja in predstavljanja kulturne tradicije različnih etničnih skupin in vključevanje v kulturno življenje mesta

gostoljubno

- postati zelo gostoljubno mesto za obiskovalce
- ustvariti gostoljubne/prijetne namestitve in dobro vzdušje

Živahno in udobno

- poudarek na živahnem mestnem jedru z visoko kvaliteto tako za naselitev kot tudi za krajše bivanje širokega spektra različnih ciljnih skupin (prebivalcev mesta, obiskovalcev iz regije Alpe-Jadran, investitorjev, najemodajalcev, ...)

Družbeno uravnoteženo

- mesto za vse generacije (za stare in mlade)



- Na dolgi rok je takšno pozicioniranje lahko uspešno izvedeno le, če bo vzpostavljen in izpolnjen sistem vrednot, oziroma še bolje, če bodo te vrednote “živeli” nosilci mesta (politiki, mestna uprava, podjetniki, lastniki nepremičnin, prebivalci)

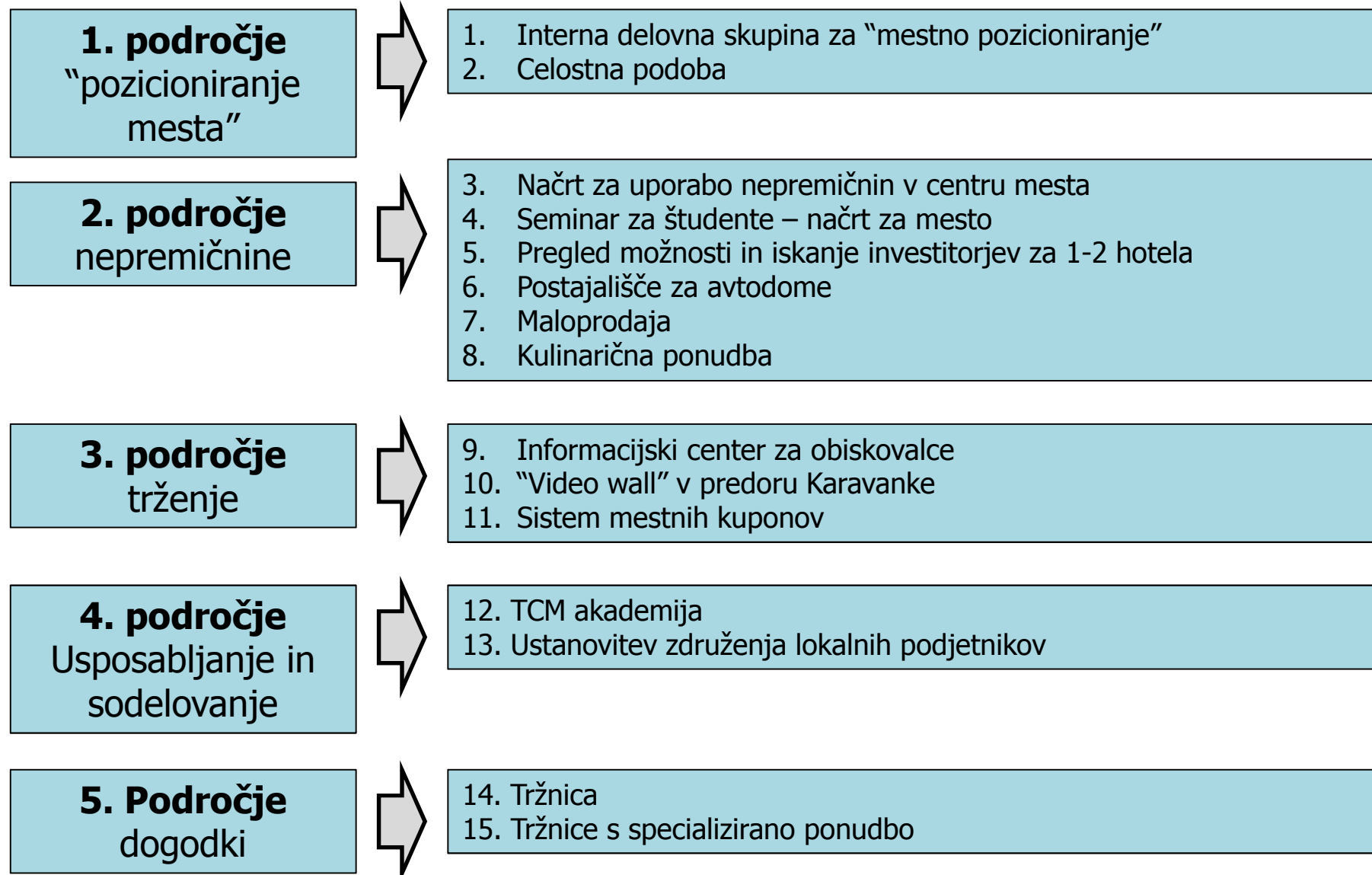
- Sledeče “vrednote” so nujne za pozicioniranje “multikulturnega mesta:”
 - povezanost lokalnih politikov, podjetij, lastnikov nepremičnin in prebivalcev
 - osredotočeno in postopno izvajanje pozicioniranja
 - Izvedba inovativnih dejavnosti in projektov
 - usmerjenost v kvaliteto in kvalitetne storitve mestnih podjetnikov

CIMA dodaja, da mora biti predlagano pozicioniranje javnosti predstavljeno z **jasno** in **koherentno** marketinško kampanjo.

Glavne smernice za razvoj mesta

1. Kvaliteten "izbor" kulinarčne ponudbe in trgovin
2. Povečati promocijo Jesenic kot pomembne gorenjske nakupovalne destinacije
3. Ustvariti ustrezne nastanitvene zmožljivosti
4. Ustvariti dobro sodelovanje med občino in podjetniki
5. Gospodarska dinamizacija strukture nepremičnin v centru mesta
6. Pozicionirati Jesenice kot mesto za krajši izlet za turiste, ki potujejo po avtocesti A2
7. Krepiti predstavljanje kulturne "industrije" - dediščine v južnih avstrijskih in severnoitalijanskih regijah

Pregled – “lighthouse” projekti za Jesenice



1. področje: pozicioniranje mesta



projekt 01 „Interna delovna skupina za “mestno pozicioniranje”

- Opis projekta

Ustanovitev interne delovne skupine (10-12 oseb, in sicer iz politike, mestne uprave, vodilnih podjetij, kulturnih društev, itd.), ki določi osnovne predpostavke za jasni “urbani branding” (multikulturna vrata v Slovenijo).

Glavna zadolžitev skupine je, da poskrbi za jasne smernice za oglaševanje želenega pozicioniranja.

- Začetna in izvedbena odgovornost

Mesto Jesenice

- Trajanje projekta

2-4 mesece

1. področje: pozicioniranje mesta



- Prvi koraki izvedbe

- Oblikovanje delovne skupine
- Prvi pogovori o predlaganem pozicioniranju
- Razvoj/dodelava "pod-projektov" posameznega sektorja
- Definiranje pogojev za oglaševanje pozicioniranja mesta in pod-projektov

- stroški

Ni stroškov

1. področje: pozicioniranje mesta



projekt 02 „celostna podoba“

▪ Opis projekta

Glede na rezultate projekta 01 bi morala biti oblikovana celostna podoba mesta, ki naj temelji na sledečem:

- jasna marketinška kampanja
- logotip
- slogan in primerne oblike slogana za vse pomembne gospodarske in druge sektorje v mestu
- sistem barvnih kod
- CD-priročnik
- enoten izgled oglasov, plakatov, itd.

▪ Začetna in izvedbena odgovornost

Mesto Jesenice

▪ Trajanje projekta

4-6 mesecev

1. področje: pozicioniranje mesta



▪ Prvi koraki izvedbe

- Iskanje in izbira primerne oglaševalske agencije
- Natančna navodila za agencijo
- Oblikovanje nove tržne linije
- Postopna izvedba

▪ stroški

Oblikovanje celostne podobe bo stalo približno 8.000 – 10.000 € (brez konkretnih orodij za izvedbo).



Projekt 03 „načrt za uporabo nepremičnin v centru mesta “

- Opis projekta

Oblikovati načrt za uporabo nepremičnin v mestnem jedru s sledečimi glavnimi elementi:

- strokovna ocena uporabnosti obstoječih nepremičnin
- določitev nepremičnin, ki imajo potencial za optimizacijo
- snovanje 3-4 glavnih projektov
- aktivno svetovanje zainteresiranim lastnikom nepremičnin o privlačnosti in drugačni namembnosti objektov

- Začetna in izvedbena odgovornost

Mesto Jesenice

- Trajanje projekta

1-2 leti

2. Področje “nepremičnine”



- Prvi koraki izvedbe

- Iskanje pomoči zunanjega svetovalca
- Natančna razmejitev preučevanega področja
- Obveščanje vseh lastnikov nepremičnin
- Začetek analize nepremičnin
- Vrednotenje rezultatov in izvedba

- stroški

Odvisno od obsežnosti načrta. Od 25.000 do 50.000 € za zunanje strokovnjake.



Projekt 04 „seminar za študente – načrt za mesto“

- Opis projekta

Pozvati Fakulteto za arhitekturo slovenske univerze (Ljubljana, Maribor) za izvedbo seminarja.

Cilj je, da se preko seminarских nalog študentov, dobi predloge in vizije za bodočo arhitekturno podobo Jesenic

- Začetna in izvedbena odgovornost

Mesto Jesenice

- Trajanje projekta

1 leto

2. Področje “nepremičnine”



- Prvi koraki izvedbe
 - Stopiti v kontakt s fakultetami
 - Pogovor s pristojnimi profesorji
 - Skupni sestanki
 - Izvedba s strani študentov
 - Nagrade in razstava najboljših izdelkov

- stroški

Za stroške “študentskega natečaja” so stroški med 3.000 in 5.000 € (nastanitev, nagrade, itd.)



Projekt 05 „študija izvedljivosti in iskanje investitorjev za 1-2 nova hotela.”

- Opis projekta

Zaradi pomanjkanja nastanitvenih možnosti na Jesenicah, CIMA predlaga, da se izvede študija izvedljivosti za 1-2 nova, različna tipa hotelov (npr. en cenejši “low budget” in en poslovni). Glede na možnosti se kasneje poišče investitorja in izvajalca.

Ključni elementi, na katere je treba biti pozoren pri izvedbi študije izvedljivosti, so:

- analiza ciljne skupine
- učinkovit koncept koncept
- analiza lokacije za izvedbo
- arhitekturni koncept
- analiza učinkovitosti

- Začetna in izvedbena odgovornost

Mesto Jesenice

2. Področje “nepremičnine”



- **Trajanje projekta**

- Pregled možnosti 5-7 mesecev
- Iskanje investitorjev pribl. 1-3 leta

- **Prvi koraki izvedbe**

- Vzpostavitev okvirnih pogojev za izvedbo projekta znotraj skupnosti
- Zagotovitev financiranja za izvedbo študije izvedljivosti
- Iskanje in izbira strokovnjakov s področja turizma
- Izvedba študije izvedljivosti
- Ovrednotenje rezultatov
- Začetek iskanja investitorjev

- **stroški**

Za izvedbo študije izvedljivosti projekta od 15.000 do 25.000 €.



Projekt 06 „Postajališče za avtodome“

- Opis projekta

Potovanja z avtodomom postajajo vse bolj priljubljena in prav zaradi tega bi bile Jesenice lahko zanimiva vmesna postaja za turiste iz Nemčije, Avstrije in Nizozemske, ki prečkajo Slovenijo, ko se odpravljajo proti jugu. Zato je vredno razmisliti o vzpostavitvi postajališča/kampa in potrebne infrastrukture (voda, elektrika, praznjenje kemičnih wc-jev, itd.) za avtodome, ki bi bilo blizu mesta.

- Začetna odgovornost

Mesto Jesenice

- Odgovornost za izvedbo

Zasebni investitor

2. področje “nepremičnine”



- Trajanje projekta

1-2 leti

- Prvi koraki izvedbe

- Analiza možnosti in konkurence
- Osnovni koncept primerne infrastrukture
- Iskanje prostora
- Iskanje primernih zasebnih izvajalcev
- Postopna izvedba s strani zasebnih izvajalcev

- stroški

Za morebitno analizo in osnovni koncept bi bil strošek okrog 10.000 do 15.000 € za zunanje strokovnjake.

Stroškov izvedbe se še ne da oceniti.

2. Področje “nepremičnine”



projekt 07 „maloprodaja“

- Opis projekta

Koncentracija različnih trgovin v mestnem središču s selektivnim iskanjem specializiranih trgovin, ki so

- državne ali mednarodne verižne trgovine
- trgovinska podjetja, ki so locirana v radiu 100 km (še posebej Avstrijska Koroška in Slovenija) in želijo vzpostaviti sistem verižne trgovine.



- Začetna in izvedbena odgovornost

Mesto Jesenice

- Trajanje projekta

4-6 mesecev

2. Področje “nepremičnine”



- Prvi koraki izvedbe

- Ovrednotenje primernih lokacij
- Pogovori z lokalnimi nepremičninskimi agenti
- Zasnova letaka za trženje prostora
- Ponovni pregled in izbira naslovov
- Neposredni kontakt preko pošte, v živo

- stroški

Poleg porabe časa bodo “trdi” stroški od 2.000 - 3.000 € (npr. letak, nakup naslovov, itd.)

2. Področje “nepremičnine”



projekt 08 „kulinarika“

- Opis projekta

Podobno kot pri maloprodaji bi morala biti v mestu tudi raznolika kulinarčna ponudba.

CIMA v prvem koraku predlaga osredotočenje na zanimive verižne restavracije, npr.:

- Coa Asian Feelgood (azijska wellness kuhinja)
- Vapiano (veriga hitre prehrane visokega razreda)
- Freshi (bio veriga hitre prehrane)
- ltd.

- Začetna in izvedbena odgovornost

Mesto Jesenice

- Trajanje projekta

4-6 mesecev

2. Področje “nepremičnine”



QUEENSWAY



RESTAURANTS

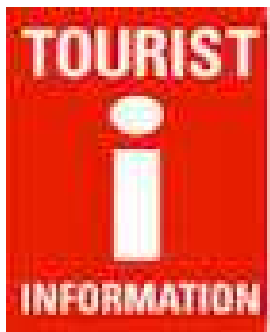


- Prvi koraki izvedbe

- Ponovni pregled podatkov o lokacijah
- Pogovori z lokalnimi nepremičninskimi agenti
- Oblikovane ciljnih izpostav za projekt
- Izbiranje določenega ponudnika

- stroški

Majhni “trdi” stroški (1.000 - 2.000 €), ampak velika poraba časa



projekt 09 „informatijski center za obiskovalce“

- Opis projekta

Glede na visoko stopnjo tranzita CIMA predlaga vzpostavitev “informatijske točke” na postajališču na avtocesti, takoj za predorom Karavanke.

Glavni cilj te “informatijske točke” (jasna in dobro zasnovana predstavitev zanimivih priložnosti za ogled v mestu; video wall; itd.) je pritegniti turiste, da bi se za krajši čas ustavili na Jesenicah.

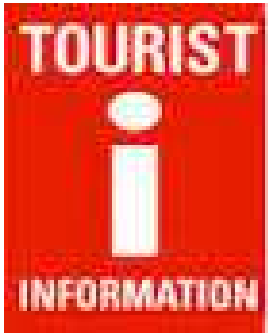
- Začetna in izvedbena odgovornost

Mesto Jesenice

- Trajanje projekta

6 - 8 mesecev

3. Področje „trženje“



- Prvi koraki izvedbe

- Vzpostavitev stika z Direkcijo RS za ceste
- Osnovno oblikovanje izgleda informacijskega centra
- zagotovitev financiranja
- izvedba

- stroški

Stroški zaenkrat ne morejo biti ocenjeni.

3. Področje „trženje“



projekt 10 „sistem mestnih kuponov“

- Opis projekta

Vzpostavitev lokalne “nakupovalne valute,” ki ne bo v uporabi samo pri nakupovanju pač pa tudi pri storitvah in obrtniških dejavnostih.

- Začetna odgovornost

Mesto Jesenice

- Začetna in izvedbena odgovornost

Mesto Jesenice skupaj z zainteresiranimi mestnimi podjetji

- Trajanje projekta

6 - 8 mesecev

3. Področje „trženje“



▪ Prvi koraki izvedbe

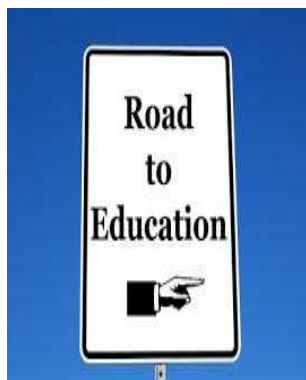
- Vzpostavitev delovne skupine, ki se bo ukvarjala s to temo
- Ocena podobnih sistemov v drugih mestih
- Določitev valute
- Koncept izdajanja, unovčevanja in kontrole valute
- Oblikovanje prvega primerka
- Oblikovanja koncepta trženja
- Zagotovitev financiranja oziroma če bo potrebno sofinanciranja in sodelovanja z lokalnim gospodarstvom
- Pošiljanje oziroma zbiranje obveznih pristopnih izjav podjetij
- Vzpostavitev sistema oziroma koncepta trženja mestnih kuponov
- Usposabljanje za zaposlene in podjetnike
- Vzpostavitev sistema

▪ stroški

Stroški so sestavljeni iz sledečih področij:

- Stroški izdelave “lokalne mestne valute”
- Stroški trženja v prvi fazi izvedbe

Glede na izbran sistem in stroške trženja, bodo stroški med 15.000 in 25.000 €.



projekt 11 „TCM akademija“

- Opis projekta

Vzpostavljanje možnosti za nadaljnje izobraževanje jeseniških podjetnikov in drugih oseb, ki se ukvarjajo s pomembnimi dejavnostmi za mesto, npr.:

- oblikovanje izložb
- dizajn trgovin
- trening za prodajalce
- barvni dizajn
-

Vsak od teh seminarjev naj bi trajal od 4 do 6 ur. CIMA predlaga, da se izvede 4 takšne dogodke v letu 2015.

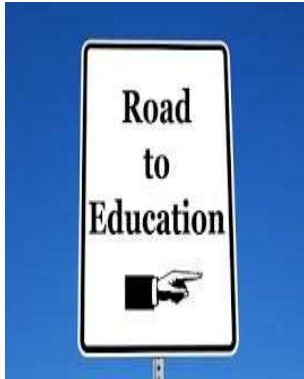
- Odgovornost za začetek

Mesto Jesenice

- Odgovornost za izvedbo

Mesto Jesenice skupaj z zainteresiranimi mestnimi podjetniki

4. Področje „usposabljanje in sodelovanje“



- Trajanje projekta

3 – 5 mesecev

- Prvi koraki izvedbe

- Analiza potrebe za takšna izobraževanja
- Razvijanje prvega programa na nadaljnja izobraževanja
- Iskanje primernih strokovnjakov
- Iskanje možnega sofinanciranja preko Evropskih socialnih skladov
- poslati program vsem podjetjem

- stroški

Ocena stroškov za 4 dogodke je od 3.500 do 4.000 €.



projekt 12 „ustanovitev združenja podjetnikov“

- Opis projekta

Bistveni pogoj za uspešno in sodelovalno trženje mesta temelji na pripadnosti lokalnih podjetnikov in združevanju njihovih interesov.

Prav zaradi tega CIMA predlaga ustanovitev združenja zainteresiranih lokalnih podjetnikov, ki bi skupaj z občino sodelovalo pri izvajanju različnih dejavnosti trženja mesta.

- Odgovornost za začetek

Mesto Jesenice

- Odgovornost za izvedbo

Zainteresirani mestni podjetniki

4. Področje „usposabljanje in sodelovanje“



- **Trajanje projekta**

3 – 5 mesecev

- **Prvi koraki izvedbe**

- Oblikovanje manjše delovne skupine, ki jo sestavljajo mestni podjetniki
- Osnovanje statuta ali okvirnih pogojev za združenje
- Neposreden nagovor podjetnikov k pristopu
- Ustanovitev lokalnega združenja podjetnikov

- **stroški**

Ni stroškov



projekt 13 „tržnica“

- Opis projekta

Vzpostavitev tržnice v centru Jesenic. Zadoščati mora naslednjim pogojem:

- 1x tedensko
- enotna oblika stojnic
- kmetje iz okolice
- profesionalno vzdrževanje in podpora tržnice

- Začetna odgovornost

Mesto Jesenice

- Odgovornost za izvedbo

Mesto Jesenice skupaj z zainteresiranimi lokalnimi in regionalnimi kmečkimi združenji

5. Področje „dogodki“



- **Trajanje projekta**

8 – 12 mesecev

- **Prvi koraki izvedbe**

- Oblikovanje občinske delovne skupine
- Ocena tržnic v primerljivih mestih
- Iskanje partnerjev in zunanjih strokovnjakov
- Oblikovanje koncepta “tržnica”
- Neposreden nagovor lokalnih in regionalnih kmetov in izvedba informativnih dogodkov
- Postopna izvedba

- **stroški**

Stroški variirajo glede na velikost tržnice, 10.000 to 20.000 €.





projekt 14 „tržnice s specializirano ponudbo“

▪ Opis projekta

Poleg tedenske tržnice bi morali občasno organizirati tudi posebne dogodke, tržnice s specializirano ponudbo (npr. 1x v vsakem četrletju).



Primeri možnih tržnic s specializirano ponudbo:

- „cheap Johnny“ („poceni Janez“) tržnica (poceni izdelki iz prejšnjih sezon)
- tržnica knjig
- tržnica starin in odsluženih predmetov
- ponudba posebne hrane (npr.: toskanska tržnica, hamburška ribja tržnica, itd.)
-



▪ Začetna in izvedbena odgovornost

Mesto Jesenice

5. Področje „dogodki“



- Trajanje projekta

1 leto

- prvi koraki izvedbe

- Ocena podobnih tržnic v primerljivih mestih
- Povabiti strokovnjake, da ocenijo ključne pogoje
- Priprava natančnega koncepta, ki vsebuje tudi stroške in način financiranja
- Iskanje potencialnega upravljavca tržnice ali strokovnjaka s tega področja
- Začetek izvedbe



- stroški

Za pripravo bi potrebovali okrog 6.000 do 10.000 €.

Ostali stroški temeljijo na modelu izvedbe in obsegu tržnice.

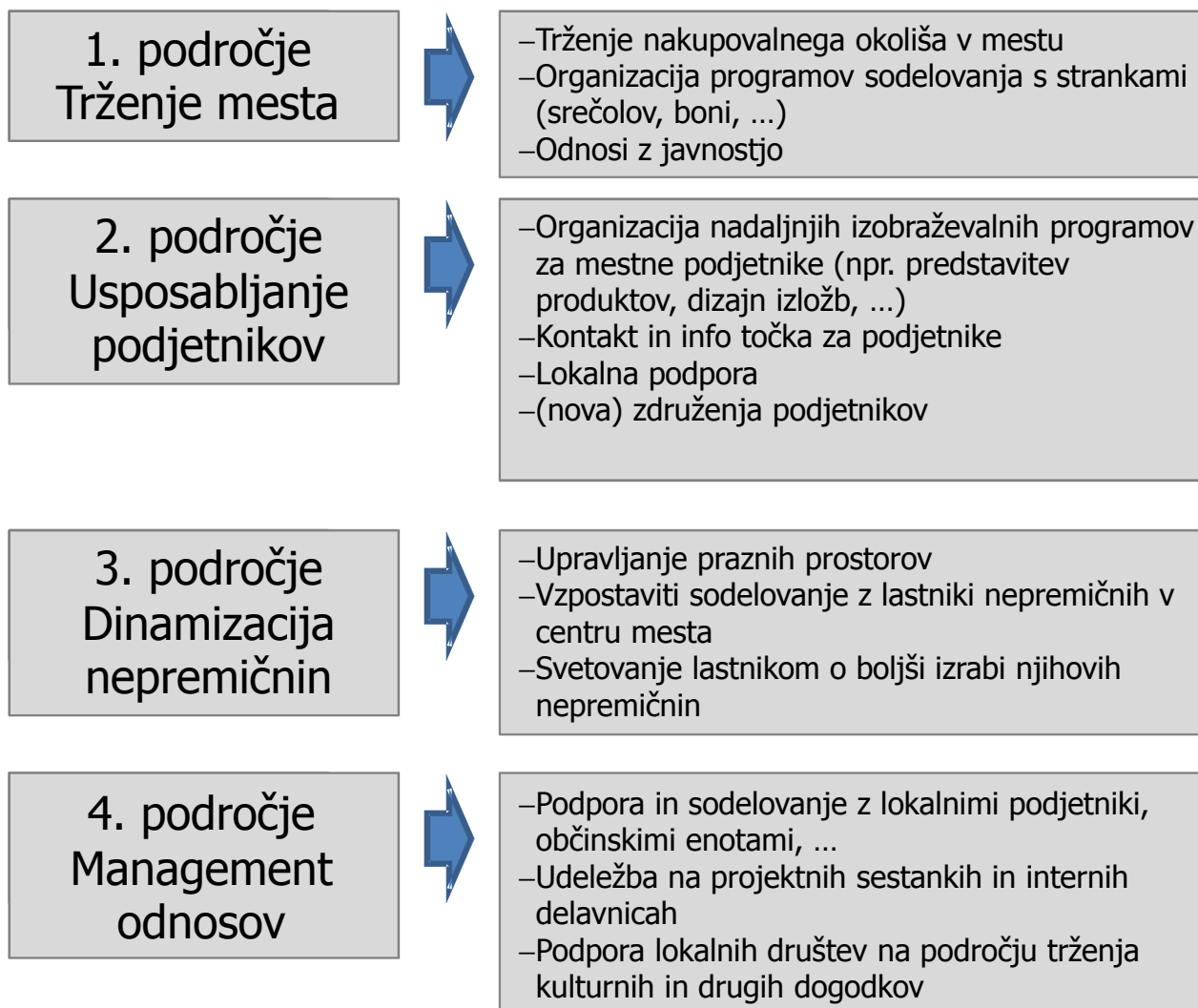




Organizacijski model trženja mesta

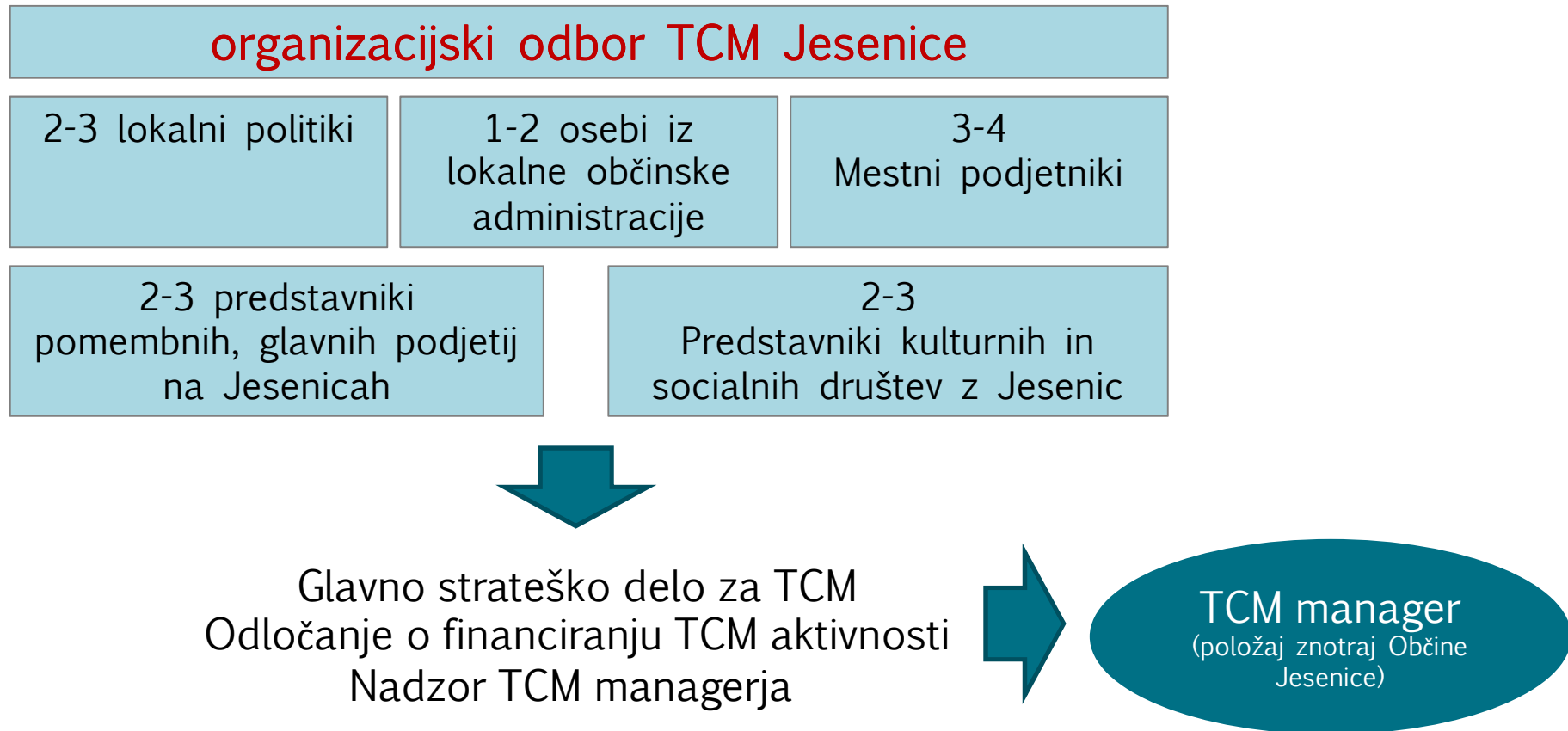


- Zelo dobro sodelovanje med jeseniško občino in lokalnimi podjetniki
- konsistenten organizacijski model
- Jasne pristojnosti in delovna področja
- Postavitev ene osebe za TCM managerja
- Jasni cilji mestnih nosilcev (občina, podjetniki) za učinkovito in strateško delo TCM managerja.
- stalen nadzor dela TCM s strani mestnih nosilcev
- Zadosten proračun



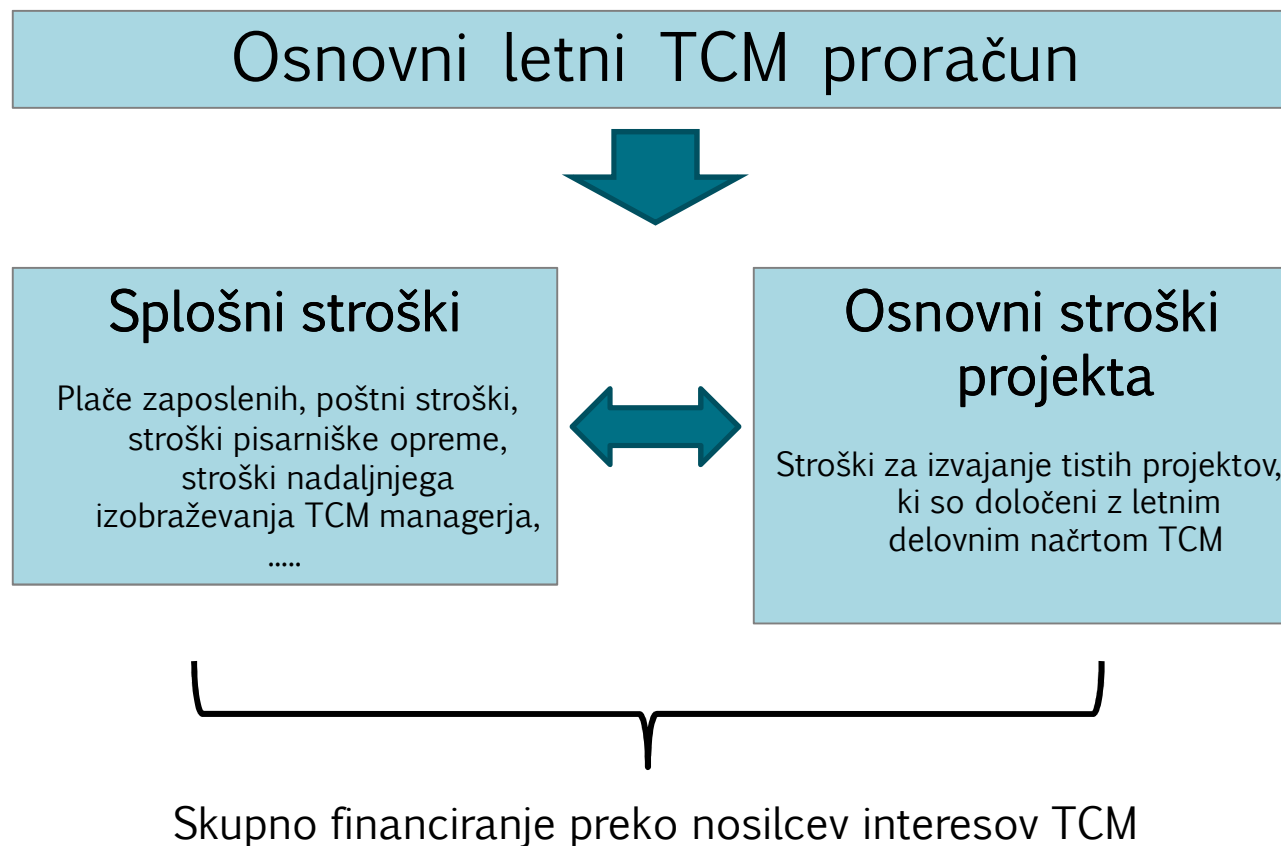
| | 1. leto | 2. leto | 3. leto |
|---|---------|---------|---------|
| polje 1 Trženje mesta | 40 % | 40 % | 50 % |
| polje 2 usposabljanje podjetnikov | 20 % | 10 % | 10 % |
| polje 3 dinamizacija nepremičnin | 25 % | 40 % | 30 % |
| polje 4 management odnosov | 15 % | 10 % | 10 % |

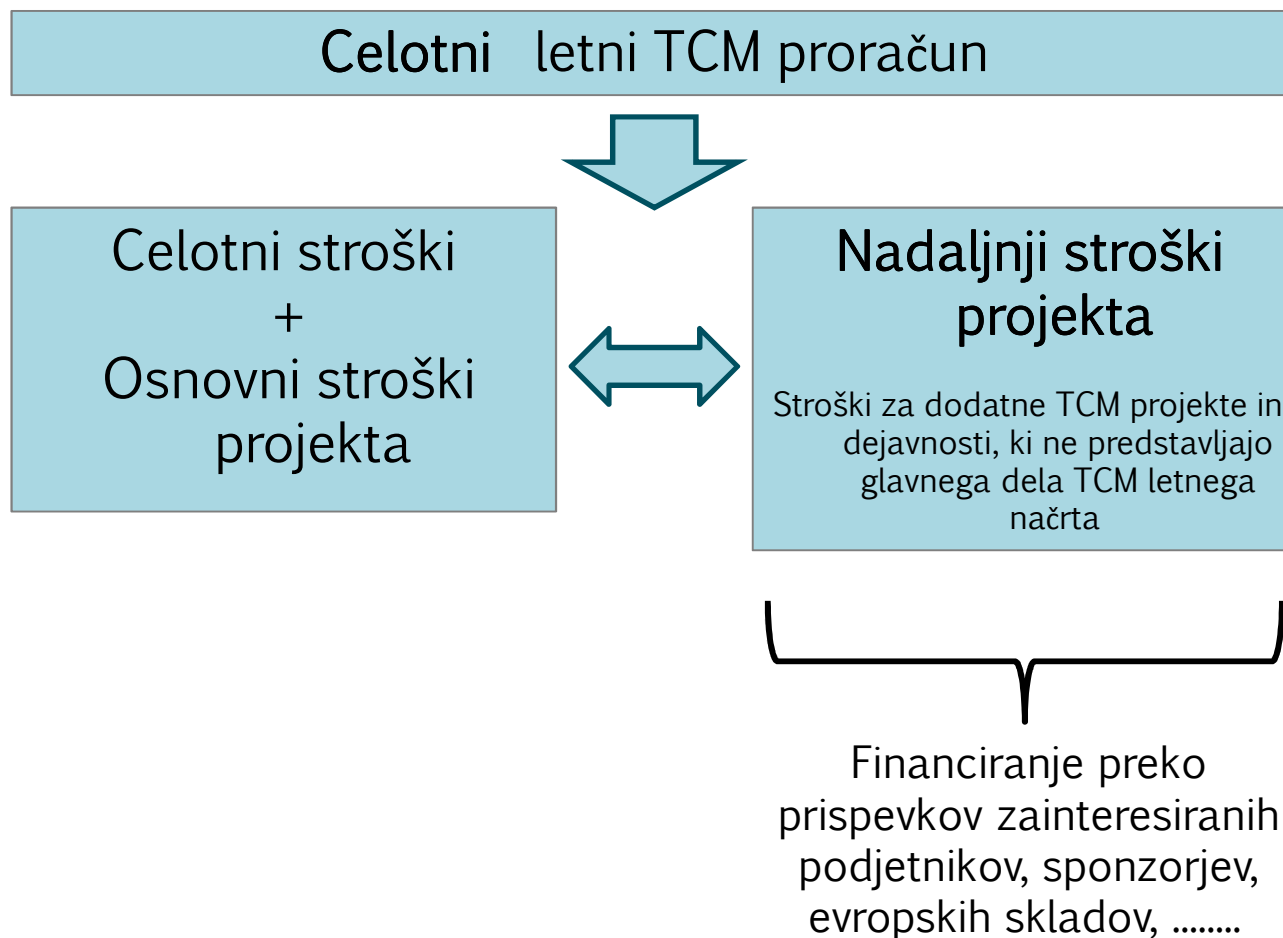
TCM struktura na Jesenicah





- TCM koordinacijski odbor naj bo “ohlapno” združenje (brez pravnega ozadja)
- Župan Jesenic naj bo predsednik TCM organizacijskega odbora
- Pomemben pogoj je ustanovitev združenja lokalnih podjetnikov/trgovcev
- Ključna naj bi bila večja industrijska podjetja, ki so zainteresirana za razvoj centra mesta
- V prvih dveh ali treh letih naj TCM manager dela znotraj oddelka občine, npr. na oddelku za gospodarstvo





TCM proračun za prva tri leta

| 1. Splošni stroški | 1. leto | 2. leto | 3. leto |
|--|----------------|----------------|----------------|
| 1.1. stroški zaposlenih - TCM Manager (osnova: 1.600 € neto/mesec) | 30.000 | 30.000 | 30.000 |
| 1.2. pisarniška oprema (računalnik, prenosni računalnik, pohištvo,) | 1.500 | 500 | 500 |
| 1.3. pisarniški stroški (telefon, poštne storitve, | 1.500 | 1.500 | 1.500 |
| 1.4. dodatni stroški (nadaljnje izobraževanje, potni stroški, | 3.000 | 3.000 | 3.000 |
| Celotni splošni stroški | 36.000 | 35.000 | 35.000 |
| 2. Osnovni stroški projekta | | | |
| 1. področje "trženje mesta" | 30.000 | 30.000 | 30.000 |
| 2. področje "usposabljanje podjetnikov" | 8.000 | 8.000 | 8.000 |
| 3. področje "dinamizacija nepremičnin" | 10.000 | 10.000 | 10.000 |
| 4. področje "management odnosov" | 3.000 | 3.000 | 3.000 |
| Celotni stroški projekta | 51.000 | 51.000 | 51.000 |
| Letni TCM proračun za Jesenice | 87.000 | 86.000 | 86.000 |

Predlagani finančni načrt:

1. leto

100 % od občine

2. leto

90 % od občine

10 % od lokalnih podjetnikov

3. leto

85 % od občine

15 % od lokalnih podjetnikov

Potrebne kompetence TCM managerja

- starost (več) kot 30 let
- Delovne izkušnje min. 4-5 let
- Osebnostna struktura
 - svobodomiseln, komunikativen, z dobrimi retoričnimi spretnostmi
 - Visoka motivacija
 - Lateralno razmišljanje in (samo)organizacijske sposobnosti
 - Pripravljenost za fleksibilno delo
- Znanje (osnovno) znanje o občinskih strukturah in izkušnje s projektним managementom
- Delovne izkušnje- (neobvezno)
 - turistični marketing/svetovanje
 - urbano ali regijsko načrtovanje
 - management nepremičnin
 - trženje lokacije
 - maloprodajni sektor



Odgovoren za vsebino:

Mag. Roland Murauer
Olga Fedik, MSc
Neža Dolžan

CIMA Austria
A-4910 Ried im Innkreis
Johannesgasse 8

telefon: 0043-7752-71117
Faks: 0043-7752-71117-17
email: cima@cima.co.at
Web: www.cima.co.at

November 2014