ЗВОРНИК
1410

Маркетинг план
за
2024. годину

Зворник, фебруар 2024. године

I УВОД

Град Зворник је препознао важност стварања повољног пословног окружења за привлачење страних и домаћих инвеститора.

Маркетинг (комуникациони) план за 2024. годину обезбјеђује системски приступ промоцији Зворника као отвореног и пословног града на води који спаја традицију и нове вриједности и пружа једнаке могућности за свакога[1].

Циљ овог плана је промоција инвестиционих потенцијала и привлачење домаћих и страних инвеститора кроз стварање повољних услова за развој постојећих и оснивање нових привредних субјеката који отварају одржива радна мјеста[2].

Овај план доприноси:
- Промоцији инвестиционих потенцијала и предности улагања у град Зворник,
- Позиционирању града Зворника као атрактивне локације за домаће и стране инвеститоре и
- Пружању ефикасне и брзе услуге инвеститорима у свим фазама пословања.

За развој плана коришћени су следећи документи:
- Стратегија интегрисаног развоја града Зворник за период 2018-2027. година,
- План капиталних инвестиција града Зворник за период 2023-2025. година и
- Маркетинг план за период јул 2020. – децембар 2021. година.
- Маркетинг план за јануар – децембар 2022. године.
- Маркетинг план и Извјештај за јануар - децембар 2023. године

II РАЗУМИЈЕВАЊЕ КОМУНИКАЦИОНИХ ПОТРЕБА

У претходном периоду урађено је много тога на иницијалном промовисању инвестиционих потенцијала града, али је установљено да је неопходно исту подићи на виши ниво и пратити модернизацију комуникационих канала. У том контексту предузети су следећи кораци:

- у Кабинету градоначелника је направљен је план за повећање броја извршилаца који ће се бавити промоцијом и информисањем потенцијалних инвеститора.
- активно ради самостални Одсјек за управљање развојем и међународну сарадњу,
- интернет страница Града Зворника са посебним одјељком за инвеститоре биљежи константни пораст пратилаца, као и количине документације потребне за будуће инвеститоре,
- редовно се ажурирају промотивни материјали: видео презентација за инвеститоре (српски/енглески), power point презентација за инвеститоре (српски/енглески), летак о инвестиционим могућностима (српски/енглески), водич за добијање локацијских услова, грађевинске дозволе и употребне дозволе (српски), водич за регистрацију привредног друштва са ограниченом одговорношћу (српски/енглески), водич за регистрацију предузетничке дјелатности (српски),
- редован рад Привредног савјета и Савјета за образовање и запошљавање који служе као платформа за континуиран јавно-приватни дијалог.
- успостављен Дан отворених врата за предузетнике и привреднике на мјесечном нивоу.

III КОМУНИКАЦИОНИ ИЗАЗОВИ

Као комуникациони изазови могу се навести:
- развој понуде за инвеститоре,
- недовољан ниво знања и вјештина у области комуникација и привлачења инвеститора,

---

[1] Визија развоја, Стратегија интегрисаног развоја града Зворник за период 2018-2027. година
[2] Стратешки циљ 1, Стратегија интегрисаног развоја града Зворник за период 2018-2027. година

- недостатак разумијевања важности модерног дизајна и савремених метода комуницирања како би се оставио позитиван утисак на потенцијалне инвеститоре,
- недовољно изграђен имиџ града као погодне локације за инвестирање у БиХ, региону и Европи,
- недовољна промоција успјешних страних и домаћих привредника у медијима,
- недовољна промоција позитивних пракси јавне управе у домаћим, регионалним и страним медијима.

IV КОМУНИКАЦИОНИ ЦИЉЕВИ

Комуникациони циљеви овог плана су информисање потенцијалних домаћих и страних инвеститора, међународних организација, привредних комора у БиХ и иностранству, као и представника медија о предностима улагања у град Зворник.

1. Квалитативни циљеви

- препознатљивост града Зворника као погодне локације за инвестирање,
- побољшање имиџа града Зворника код инвеститора и привредника,
- боља информисаност шире јавности о потенцијалима и погодностима улагања.

2. Квантитативни циљеви

- повећана заинтересованост инвеститора (домаћих и страних) за улагање у Зворник за 20%,
- повећан број привредних друштава за 10,
- повећан број предузетника за 10,
- повећан број запослених за 10%,
- маскимална искоришћеност Пословне зоне Јадар,
- објава минимално 100 чланака у дневним новинама, специјализованим магазинима у земљи и иностранству, интернет порталима,
- минимално 10 ТВ и радио интервјуа за домаће, регионалне и међународне медије,
- повећана посјећеност интернет странице за 40%.
- отворен профил Одсјека за ЛЕР на друштвеним мрежама
- осигурана барем једна нова елекетронска услуга за привреднике

3. Кључне поруке према инвеститорима

- повољна геостратешка позиција,
- повољни услови пословања,
- олакшице за производни сектор,
- дуга традиција индустријске производње,
- развијена прерађивачка (метална, прехрамбена, грађевинска, дрвна, текстилна, обућарска) индустрија,
- извозно орјентисане компаније,
- развијена мала и средња предузећа,
- потенцијал за развој пољопривредне производње,
- квалификована радна снага која се може ангажовати по конкуретним цијенама,
- пословне зоне прилагођене потребама производње,
- ефикасна градска администрација,
- урађена просторно-планска документација,
- стимулативна пореска политика на нивоу Републике Српске и БиХ.

V ЦИЉНЕ ГРУПЕ

1. Инвеститори - страни и домаћи

- инвеститори из металопрерађивачког, прехрамебног, грађевинског, дрвопрерађивачког, пољопривредног, текстилног, туристичког, саобраћајног и ИТ сектора,
- средње и велике компаније које имају потребу за ширењем производње и стратешким повезивањем,

- мултинационалне компаније које већ послују у сусједним државама (Хрватска, Србија, Словенија),
- инвеститори из дијаспоре, земаља региона и Европске уније.

2. **Дипломатска представништва и међународне организације**
- стране амбасаде - дипломатске мисије и економска одјељења при страним амбасадама,
- привредне коморе - Аустријски пословни клуб при Аустријској амбасади, Њемачка трговачка комора, Британски пословни клуб, Вијеће страних инвеститора БиХ, Америчка трговачка комора БиХ, Привредна комора Шведске и Норвешке и др,
- међународне установе и организације (УСАИД, ЕБРД, ЕУ, СДЦ, УНДП, ОЕБС, Свјетска банка/ИФЦ, ГИЗ, Сида),
- дипломатска представништва БиХ у иностранству.

3. **Јавни сектор**
- ФИПА, ДЕИ, Министарство за избјегла и расељена лица (дијаспора)
- Влада Републике Српске, Министарство привреде и предузетништва,
- Инвестиционо развојна банка Републике Српске,
- Привредна комора Републике Српске.

4. **Медији**
- домаћи медији,
- регионални медији,
- међународни медији.

5. **Шира јавност**

Табела 1. Преглед циљних група, њихов приоритет, шта требају знати, комуникацијски канали

Циљна група	Приоритет	Шта требају знати	Комуникациони канали
Инвеститори - страни и домаћи	Висок	Погодности улагања (све предности)	промотивни материјали, Web портал, Youtube, радио/ТВ/штампа, Привредни савјет, састанци, иницијативе
Дипломатска представништва и међународне организације	Висок	Погодности улагања (све предности)	промотивни материјали, Web портал, Youtube, радио/ТВ/штампа, Привредни савјет, Сајмови/Манифестације, састанци, иницијативе
Јавни сектор	Средњи	Остварени напредак у домену привреде	директна комуникација, ромотивни материјали, Web портал, Youtube, радио/ТВ/штампа
Медији	Висок	Погодности улагања (све предности)	промотивни материјали, Web портал, Youtube, радио/ТВ/штампа, Привредни савјет, дружења са представницима медија, саопштења за јавност
Шира јавност	Средњи	Остварени напредак у домену привреде	Web портал, радио/ТВ/штампа

VI АЛАТИ КОМУНИКАЦИЈЕ И АКТИВНОСТИ

Град Зворник користи разноврсне материјале за промоцију привредних активности и потенцијала на различитим догађајима као што су сједнице Привредног савјета, сајмови и манифестације (Прилогу 1), те у комуникацији са медијима, на друштвеним мрежама и слично.

1. **Промотивни/едукативни материјали:**
   - летак,
   - водич,
   - презентација,
   - извјештај
   - видео прилози.

2. **Догађаји:**
   - сједнице Привредног савјета,
   - сајмови и манифестације,
   - промотивни догађаји у сарадњи са партнерима,
   - дружење са привредницима,
   - други формални догађаји.

3. **Односи са медијима:**
   - конференција за медије (адрема, инфо пакети за медије),
   - саопштења за медије,
   - успјешне приче о привредницима,
   - сусрети са новинарима,
   - ТВ и радио гостовања.

4. **Остало:**
   - интернет (web) страница,
   - посјета фирмама,
   - друштвене мреже.

VII ПЛАН И МЕХАНИЗМИ КОМУНИКАЦИЈСКИХ САДРЖАЈА ЈАНУАР 2024 - ДЕЦЕМБАР 2024.

У табели испод су представљени план и механизми комуникацијских садржаја у периоду јануар 2024 - децембар 2024. године.

Табела 2. План и механизми комуникацијских садржаја у периоду јануар 2024-децембар 2024.

Циљ	Алати	Циљна група	Механизми дистрибуције	Носилац активности	Период реализације
Промоција инвестиционих потенцијала града Зворника према циљним групама	Одржавање сједница Привредног савјета	Привредници, академска заједница, представници органа јавне управе	Директан позив члановима Привредног савјета	Одјељење за привреду и друштвене дјелатности, Одсјек за управљање развојем и међународну сарадњу	Четири пута годишње
	Израда и редовно одржавање интернет странице	Инвеститори, дипломатска представништва и међународне организације, медији, шира јавност	Интернет страница	Одсјек за управљање развојем и међународну сарадњу и Кабинет градоначелника	Континуирано
	Израда, ажурирање и дистрибуција промотивних материјала	Инвеститори, дипломатска представништва и међународне организације, јавни сектор, медији, шира јавност	Интернет страница, е-маил, сајмови и манифестације, директне посјете	Одсјек за управљање развојем и међународну сарадњу и Кабинет градоначелника	Континуирано
	Организовање посјета и учешће на сајмовима и манифестацијама	Инвеститори, дипломатска представништва и међународне организације, медији, шира јавност	Интернет страница, директна комуникација, саопштење за јавност	Одјељење за привреду и друштвене дјелатности, Одсјек за управљање развојем и међународну сарадњу, Кабинет градоначелника, администратор странице	У складу са календаром сајмова и манифестација у земљи и региону
	Конференције и саопштења за медије	Медији, шира јавност	Директна комуникација, е-маил, телефон	Одјељење за привреду и друштвене дјелатности, Одсјек за управљање развојем и међународну сарадњу, Кабинет градоначелника	Континуирано

Број:02-055-1-17/2024

Датум:22.02.2024.

ГРАДОНАЧЕЛНИК

Бојан Ивановић

Прилог 1. План промоције привреде и привредних потенцијала Зворника на сајмовима и манифестацијама

Р.б.	Сајам/манифестација	Вријеме и мјесто одржавања	Потребни ресурси	Носилац активности
1.	Међународни сајам туризма	фебруар, Београд	Промотивни материјали ТОГЗ, промо материјали туристичких дјелатника са подручја града, закуп штанда	Туристичка организација града Зворник
2.	Сајам завичаја 2024	фебруар, Нови сад	Промотивни материјали ТОГЗ, промо материјали туристичких дјелатника са подручја града, закуп штанда	Кабинет градоначелника, Туристичка организација града Зворник, Одјељење за привреду и друштвене дјелатности, Одсјек за локални економски развој
3.	Сајам туризма Бања Лука 2024	март, Бања Лука	Промотивни материјали ТОГЗ, промо материјали туристичких дјелатника са подручја града, закуп штанда	Туристичка организација града Зворник
4.	Сарајево бизнис форум СБФ 2024	мај, Сарајево	Промотивни материјал, путни трошкови	Градоначелник, Кабинет градоначелника
5.	Јахорина економски форум	мај, Пале-Јахорина	Промотивни материјал, путни трошкови	Градоначелник, Кабинет градоначелника
6.	Међународни сајам грађевине	јул, Београд	Промотивни материјал, путни трошкови	Одјељење за просторно уређење и Одсјек за управљање развојем и међународну сарадњу
7.	Сајам пољопривреде	септембар, Нови Сад	Промотивни материјал, путни трошкови	Одјељење за привреду и друштвене дјелатности и Одсјек за управљање развојем и међународну сарадњу
8.	Интерагро 2024, међународни пољопривредни сајам и изложба стоке	септембар, Бијељина	Путни трошкови	Одјељење за привреду и друштвене дјелатности
9.	Дани Српске у Србији	септембар, Република Србија	Промотивни материјал, путни трошкови	Одјељење за привреду и друштвене дјелатности, ТОГЗ,
10.	Јесењи сајам	новембар, Бања Лука	Путни трошкови, промотивни материјал	Одјељење за привреду и друштвене дјелатности, ТОГЗ, Одсјек за ЛЕР
11.	Сајам енергетске ефикасности	новембар, Сарајево	Путни трошкови, промотивни материјал	Одсјек за ЛЕР
12.	8. Међународни форум о сарадњи	новембар, Република Србија	Путни трошкови, промотивни материјал	Одсјек за управљање развојем и међ. сарадњу