

Szám: 1-65/2021.

K I V O N A T

***a Tolna Megyei Önkormányzat Közgyűlése
2021. június 25-i soros ülésének jegyzőkönyvéből***

A Tolna Megyei Önkormányzat Közgyűlésének 38/2021. (VI. 25.) közgyűlési határozata a Tolna Megyei Önkormányzat 2021. évi marketing tervének elfogadásáról

A Tolna Megyei Önkormányzat Közgyűlése a 2021. évi marketing tervet – a határozat mellékletét képező tartalommal – elfogadja.

Felelős: Fehérvári Tamás, a Közgyűlés elnöke

Határidő: folyamatos

k.m.f.

***Fehérvári Tamás sk.
a Közgyűlés elnöke***

***Losoncziné dr. Baranyai Eszter sk.
megyei főjegyző***

A kivonat hitelélül:

*dr. Ritter Beáta
Szekszárd, 2021. július 7.*

A Tolna Megyei Önkormányzat
MARKETING TERVE
a „Tolna109 koncepció” tükrében
2021

Vezetői összefoglaló

A „Tolna109 koncepció” tükrében megszületett, adott önkormányzati ciklusra szóló dokumentumok jelentik a kiindulópontot minden esztendőre vonatkozó tervezés során. A megyei önkormányzat 2021. évre szóló marketing terve is a Tolna Megyei Közgyűlés által elfogadott marketing stratégia sarkalatos pontjain nyugszik. A 2021. év tekintetében is elmondhatjuk, hogy egy világméretű járvánnyal való küzdelem közepette, a kihívásoknak való megfelelés igényével, és az aktualitások illetve a gyakorlatiasság jegyében igyekszünk tervezni és cselekedni egyaránt. Jelen marketing- és kommunikációs terv – tekintettel a tavalyi évvel való markáns hasonlóságokra – magában hordozza nem csupán a stratégia kulcselemeit, hanem a korábbi tervezés egyes hívószavait is. Ennek megfelelően, 2021-ben szintén a stratégiában foglalt célok, célcsoportok és szituációk relevánsak. Ugyanakkor a célkitűzések elérésében használt eszközök némileg változtak, melyet a következő oldalak részleteznek.

2021. I. féléve

- visszatekintés -

A járványügyi korlátozások ugyan visszavetették a megyei önkormányzat és a megszólítani kívánt célcsoportok találkozásának lehetőségeit, ugyanakkor a személyes találkozásokon, a közvetlen párbeszéden, vagy éppen a rendezvényeken túl is volt lehetőség reprezentációra, kapcsolattartásra és a megye népszerűsítésére. Az online kommunikációs csatornák és marketingeszközök ugyanúgy rendelkezésre álltak az elmúlt időszakban.

Vegyük sorra, milyen konkrét akciók, s azok milyen – stratégiai – céllal történtek az elmúlt fél évben, figyelembe véve a kommunikációs és marketing eszközöket, illetve célcsoportokat.

TÉMA:	TOP – TERÜLET- ÉS TELEPÜLÉSFEJLESZTÉSI OPERATÍV PROGRAM
Akció:	<i>Fejlesztési dokumentumok társadalmasítása</i>
Cél:	A megyei önkormányzat fejlesztő munkájának megismertetése
Célcsoport:	Tolna megye lakosai
Eszköz:	Nyilvánosság: sajtó, közösségi média, honlap
Akció:	<i>Településlátogatás</i>
Cél:	Élő kapcsolat fenntartása, igények és inputok gyűjtése
Célcsoport:	Települési önkormányzatok
Eszköz:	Személyes párbeszéd; nyilvánosság: sajtó, közösségi média, honlap

Akción:	Beruházások átadó eseményei, projektnyitó rendezvények
Cél:	Megyeegyarapító tevékenység konkretizálása
Célcsoport:	Helyi- illetve specifikus közösségek, Tolna megye lakosai
Eszköz:	Rendezvények; nyilvánosság: sajtó, közösségi média, honlap
TÉMA:	ÉRTÉKEK
Akción:	Értékvetélkedő
Cél:	„Értéktör megye” attitűd erősítése, kapcsolatteremtés a célcsoporttal, értéktörző misszió kiteljesítése
Célcsoport:	Fiatal korosztály
Eszköz:	Rendezvény/Online rendezvény; nyilvánosság: sajtó, közösségi média, honlap
Akción:	Értéktári ülések, döntések
Cél:	„Értéktör megye” attitűd erősítése, értékek népszerűsítése, értéktör mozgalom bővítése
Célcsoport:	Tolna megye lakosai, helyi értéktár bizottságok
Eszköz:	Nyilvánosság: sajtó, közösségi média, honlap
Akción:	Térségi oktató filmek
Cél:	„Értéktör megye” attitűd erősítése, értékek népszerűsítése, értéktör mozgalom bővítése
Célcsoport:	Fiatal korosztály, Tolna megyei lakosok
Eszköz:	Nyilvánosság: sajtó, közösségi média, honlap
Akción:	Mobilos túraútvonal applikáció
Cél:	„Értéktör megye” attitűd erősítése, turisztikai vonzerő növelése, trendkövetés
Célcsoport:	Turisták, fiatal korosztály, Tolna megyei lakosok
Eszköz:	Telefonos alkalmazás; nyilvánosság: sajtó, közösségi média, honlap
Akción:	Online társasjáték Hargita és Tolna megye értékei kapcsán
Cél:	„Értéktör megye” attitűd erősítése, testvérkapcsolat erősítése, trendkövetés
Célcsoport:	Fiatal korosztály, Tolna és Hargita megye lakosai
Eszköz:	Online társasjáték; nyilvánosság: sajtó, közösségi média, honlap
TÉMA:	EFOP PROJEKT - „Tolna Megyei felzárkózás-politikai együttműködések a helyi esélyegyenlőségi programokhoz kapcsolódóan”
Akción:	Elhivatottak – Fogytékosokat segítő szervezetek és személyek bemutatása
Cél:	Érzékenyítés, összetartozás érzésének erősítése, figyelemfelhívás
Célcsoport:	Tolna megyei lakosok
Eszköz:	Riportfilmek; nyilvánosság: sajtó, közösségi média, honlap; egyedi logó, kreatív poszt
Akción:	Roma példaképek – roma nemzetiség példás tagjainak bemutatása
Cél:	Érzékenyítés, összetartozás érzésének erősítése, figyelemfelhívás
Célcsoport:	Tolna megyei lakosok
Eszköz:	Riportfilmek; nyilvánosság: sajtó, közösségi média, honlap; egyedi logó,

	kreatív poszt
Akció:	Nagycsaládos élet – Tolna megyei nagycsaládok bemutatása
Cél:	Család, mint érték reprezentálása
Célcsoport:	Családosok, fiatal párok, Tolna megyei lakosok
Eszköz:	Riportfilmek; nyilvánosság: sajtó, közösségi média, honlap; egyedi logó, kreatív poszt
TÉMA:	HARGITA MEGYEI TESTVÉRKAPCSOLAT
Akció:	Online workshop hargitai és magyarországi vállalkozásoknak
Cél:	Határokon átnyúló gazdaságfejlesztés, vállalkozások támogatása
Célcsoport:	Vállalkozások
Eszköz:	Online workshop; nyilvánosság: sajtó, közösségi média, honlap
Akció:	Trianon 101. évfordulója
Cél:	Testvérvárat kapcsolat erősítése, nemzeti/megyei öntudat erősítése
Célcsoport:	Tolna és Hargita megyei lakosok, határokon túl élő magyarok
Eszköz:	Kreatív poszt, közös versmondás; nyilvánosság: sajtó, közösségi média, honlap
TÉMA:	KORONAVÍRUS
Akció:	Koronavírus miatt árván maradt gyermekek segítése
Cél:	Jó ügyek felkarolása, hátrányos helyzetbe került fiatalok támogatása, példamutatás, szolidaritás
Célcsoport:	„Covid-árvák”, Tolna megyei lakosok
Eszköz:	Nyilvánosság: sajtó, közösségi média, honlap
Akció:	Oltási munkacsoportban való részvétel/közérdekű tájékoztatás
Cél:	Közös ügyek támogatása
Célcsoport:	Tolna megyei lakosok, érintett csoportok
Eszköz:	Nyilvánosság: sajtó, közösségi média, honlap
TÉMA:	JELES NAPOKRA VALÓ FIGYELEMFELHÍVÁS
Akció:	Ünnepnapok jelzése
Cél:	Nemzeti öntudat erősítése
Célcsoport:	Tolna megyei lakosok
Eszköz:	Közösségi média: facebook, instagram; kreatív posztok
Akció:	A megye büszkeségeire (történelmi személyiségekre) való megemlékezés
Cél:	Megyei öntudat és büszkeség érzésének erősítése, példamutatás
Célcsoport:	Tolna megyei lakosok
Eszköz:	Közösségi média: facebook, instagram; kreatív posztok
TÉMA:	CIVILEK-CIVILSÉG
Akció:	Civil és mecénás díjátadó ünnepség
Cél:	Civil szegmens támogatása, figyelemfelhívás, példamutatás
Célcsoport:	Civil szervezetek, mecénások, Tolna megyei lakosok
Eszköz:	Díjátadó ünnepség; riportfilmek; nyilvánosság: sajtó, közösségi média, honlap

Akció:	Adó 1+1% felajánlás ösztönzése
Cél:	Civil szegmens támogatása, figyelemfelhívás, példamutatás
Célcsoport:	Tolna megyei lakosok
Eszköz:	Imázs/riportfilm, nyilvánosság: sajtó, közösségi média, honlap
TÉMA:	GASZTROMEGLYE
Akció:	Gasztromegye című online főzőműsor
Cél:	Gasztro- és helyi értékek népszerűsítése, turizmus ösztönzése, megyei öntudat erősítése
Célcsoport:	Helyi közösségek, nemzetiségi közösségek, Tolna megyei lakosok, önkormányzatok
Eszköz:	Videók, video spotok, kreatív posztok, egyedi logó, nyereményátadó esemény, nyilvánosság: sajtó, közösségi média, honlap

Mint ahogy a táblázat szemlélteti: a megyei önkormányzat kötelező és önkéntes feladatvégzés tekintetében is tartalmaz félévet tudhat maga mögött. A megvalósult akciók minden esetben hozzájárultak a marketing stratégiában vázolt célkitűzések eléréséhez. A célcsoportok javarészt lefedik azokat a közösségeket, amelyek a megyében jelen vannak, s az önkormányzat tevékenysége kapcsán közvetlenül vagy közvetetten érintettek. A célok szinte minden esetben stratégiai léptékű mérföldkövek, melyek egymást követve tartalmaz és eredményes éveket hagynak maguk mögött, ha a visszatekintés és számvetés időszerűvé válik.

A 2020. évre szóló tervezés tartalmazta azon fejezeteket, melyek vázolták és részletezték a Tolna Megyei Önkormányzat

- önképét és vízióját (a tradicionális szereptől kezdve, az útkeresésen át egészen a fejlesztő megye koncepciójáig),
- elérni kívánt célcsoportjait (az egyéntől kezdve, a közösségeken át, a települési önkormányzatokig),
- követendő és kerülendő gyakorlatait (a szomszédmegyék példáin keresztül),
- kvázi „termékszerű” sajátosságait (erősségek és gyengeségek, illetve kockázatok és lehetőségek),
- célkitűzéseit (a ciklus program, más néven a Tolna109 koncepció beteljesítését, azaz a közösségek egységének megteremtését), valamint azok eléréséhez szükséges
- eszköztárat, csatornákat és erőforrásokat.

Tekintettel arra, hogy a [megyei önkormányzat honlapján](#) elérhető a Tolna Megyei Közgyűlés 2020. június 26-i ülésén elfogadott, 2020. évre szóló marketing terve, s abban részletesen kifejtésre került fent sorolt pontok mindegyike, ám azok közül csupán egy pont érdemes az aktualizálásra, ezért jelen terv következő fejezete kizárólag a legutóbbi pontról – eszköztár, csatornák és erőforrások – szól.

2021. II. féléve

- előre tekintés -

Csatornák, eszköztár, erőforrások

A 2021. év első felében történt kommunikációs- és marketingtevékenység konkrétumai előrevetítik további szándékainkat a folytatásra érdemes akciók tekintetében. Nézzük meg elsőként, milyen lehetőségeink vannak a kommunikációra és a megye népszerűsítésére, amennyiben a sajtókapcsolatokat vesszük alapul:

<i>Médium típusa</i>	<i>Csatorna</i>	<i>Helyszín/lefedettség</i>	<i>Időpont/gyakoriság</i>	<i>Megjelenés formája</i>	<i>Téma</i>
Fizetett megjelenések:					
Televízió	Tolnatáj TV	Megyei	Havonta négy alkalom	Híradó, Itthon Tolnában, Értékeink ill. Kerekasztal műsor	Aktualitások
Nyomtatott újság, online hírportál	Tolnai Népújság/TEOL.hu	Megyei	Havi egy alkalommal online képgaléria	Cikk, kép	Aktualitások
Nem fizetett megjelenések:					
Rádió	Rádió Antritt	Szekszárd	Eseti	Stúdióbeszélgetés, telefonos interjú	Aktualitások
Rádió	Rádió 1 – Ozone FM	Szekszárd	Eseti	Stúdióbeszélgetés, telefonos interjú	Aktualitások
Rádió	Paks FM	Paks	Eseti	Online cikk, stúdióbeszélgetés, telefonos interjú	Aktualitások
Rádió	Tamási Rádió	Tamási	Eseti	Online cikk, stúdióbeszélgetés, telefonos interjú	Aktualitások
Televízió	Bonyhád TV	Bonyhád	Eseti	TV és internetes közvetítés	Aktualitások
Televízió	TelePaks TV	Paks	Eseti	TV, Youtube csatorna	Aktualitások
Televízió	Pixel TV	Szekszárd	Eseti	Online cikk	Aktualitások
Nyomtatott újság,	Paksi Hírnök	Paks	Eseti	Online, nyomtatott cikk	Aktualitások

online hírportál					
Nyomtatott újság	Szekszárdi Vasárnap	Szekszárd	Eseti	Cikk	Aktualitások
Nyomtatott újság	Tolnai Extra	Megyei	Eseti	Cikk	Aktualitások
Online hírportál	Madeinszekszard.hu	Szekszárd	Eseti	Online cikk	Aktualitások
Nyomtatott újság	Tolnai Hírlap	Tolna	Eseti	Cikk	Aktualitások
Online hírportál	MTI	Országos	Eseti	Online cikk	Aktualitások
Nyomtatott újság	Tamási Táj	Tamási	Eseti	Cikk	Aktualitások

A média közvetítő segítségével túl egyéb eszközök is rendelkezésre állnak, ha közvetlenül kívánjuk elérni célcsoportjainkat. A Tolna Megyei Önkormányzat egyirányú kommunikációs eszköze a **honlap** (www.tolnamegye.hu), amelyen képi, video illetve szöveges tartalmak jeleníthetők meg. A folyamatos fejlődés miatt azonban időszerűvé vált a honlap korszerűsítése, mellyel többek között a mobiltelefonon történő optimális megjelenés is elérhető.

A kétirányú kommunikáció lehetőségének érdekében, valamint a trendek követése okán működteti a Tolna Megyei Önkormányzat **facebook**, valamint **instagram** oldalait, melyeken keresztül a célcsoportok javarésze megtalálható. Az oldalak mellett **youtube** csatorna is funkcionál, amelyen különböző lejátszási listákba (Nagycsaládos élet, Roma példaképek, oktató filmek, kitüntetetti riportok stb.) csoportosítottuk tartalmainkat.

Az online térben való jelenlét annál is inkább fontos, hogy a pandémia időszakában felértékelődnek ezen közösségi médiafelületek.

Az alábbiakban csupán néhány konkrét eszközt szemléltetünk, melyek az online térben is használatosak:



NAGYCSALÁDOS ÉLET: logó és logóval ellátott kreatív poszt; facebook és instagram kompatibilis. A példás nagycsaládokat bemutató videók minden szombaton jelennek meg, így azt megelőzően ún. beharangozó bejegyzés kerül fel a közösségi médiába.



ELHIVATOTTAK ÉS ROMA PÉLDAKÉPEK: beharangozó, egyben motivációs kreatív posztok, egyedi logókkal ellátva. A riportfilmek közzététele következesen kéthetente történt.



GASZTROMEGLYE: logó és logóval ellátott kreatív poszt, amelyen szintén szerepel a megyei önkormányzat ciklusprogramjára utaló Tolna109 logó, valamint a megyellogó.



JELES NAPOK: Tolna megye szülöttjére, valamint nemzeti ünnepre emlékeztető kreatív posztok.

Ahogy az első félév kapcsán, úgy szemléltetjük az alábbiakban az év hátralévő részét illető akciókat, feltüntetve a várható rendezvényeket is:

2021. II. félév	
TÉMA:	TOP – TERÜLET- ÉS TELEPÜLÉSFEJLESZTÉSI OPERATÍV PROGRAM
Akció:	Településlátogatás – II. kör
Cél:	Élő kapcsolat fenntartása, igények és inputok gyűjtése, egység szimbolikus kifejezése
Célcsoport:	Települési önkormányzatok
Eszköz:	Személyes párbeszéd; nyilvánosság: sajtó, közösségi média, honlap; Tolna109 koncepció brosúra/plakát
Akció:	Beruházások átadó eseményei, projektnyitó rendezvények
Cél:	Megyeegyarapító tevékenység konkretizálása
Célcsoport:	Helyi- illetve specifikus közösségek, Tolna megye lakosai
Eszköz:	Rendezvények; nyilvánosság: sajtó, közösségi média, honlap
TÉMA:	ÉRTÉKEK
Akció:	Értéktári ülések, döntések
Cél:	„Értékkör megye” attitűd erősítése, értékek népszerűsítése, értékör mozgalom bővítése
Célcsoport:	Tolna megye lakosai, helyi értéktár bizottságok
Eszköz:	Nyilvánosság: sajtó, közösségi média, honlap
Akció:	Mobilos túraútvonal applikáció – „Tolna megye közepe” túra
Cél:	„Értékkör megye” attitűd erősítése, turisztikai vonzerő növelése, trendkövetés
Célcsoport:	Turisták, fiatal korosztály, Tolna megyei lakosok
Eszköz:	Rendezvény; telefonos alkalmazás; nyilvánosság: sajtó, közösségi média, honlap

Akció:	Vár a megye – Tolna Megyei Értékek Napja
Cél:	„Értékeir megye” attitűd erősítése, értékek népszerűsítése, települések egységbe hívása, megyei öntudat erősítése
Célcsoport:	Települési önkormányzatok, partnerszervezetek, értéktár bizottságok
Eszköz:	Rendezvény, nyilvánosság: sajtó, közösségi média, honlap
Akció:	„Kincses Tolna Megye kiállítás” című pályázat - Agrárminisztérium 2020
Cél:	„Értékeir megye” attitűd erősítése, értékek népszerűsítése, művészetek támogatása
Célcsoport:	Művészetkedvelők, Tolna megyei lakosok, turisták, értéktár bizottságok
Eszköz:	Rendezvény, kiállítási elemek, nyilvánosság: sajtó, közösségi média, honlap
TÉMA:	EFOP PROJEKTEK- „Tolna Megyei felzárkózás-politikai együttműködések a helyi esélyegyenlőségi programokhoz kapcsolódóan”
Akció:	Nagycsaládok élet – Tolna megyei nagycsaládok bemutatása
Cél:	Család, mint érték reprezentálása
Célcsoport:	Családok, fiatal párok, Tolna megyei lakosok
Eszköz:	Riportfilmek; nyilvánosság: sajtó, közösségi média, honlap; egyedi logó, kreatív poszt
TÉMA:	„KEF-EK TÁMOGATÁSA TOLNA MEGYÉBEN” CÍMŰ PÁLYÁZAT – EMMI
Akció:	Kábítószerügyi Egyeztető Fórumok
Cél:	Megyei koordinációs feladatok elvégzése, megyei jó ügyek támogatása
Célcsoport:	Tolna megyei lakosok, érintett csoportok, partnerszervezetek
Eszköz:	Rendezvény, nyilvánosság: sajtó, közösségi média, honlap
TÉMA:	KISTELEPÜLÉSEK KULTURÁLIS ESEMÉNYEINEK TÁMOGATÁSA PÁLYÁZAT-EMMI
Akció:	Kistelepülések kulturális eseményeinek támogatása: Regöly, Váralja, Harc, Kajdacs, Csikóstóttós, Gyöng és Nagymányok
Cél:	Megyei jelenlét, összetartozás érzésének erősítése, helyi-megyei kapcsolódás kifejezése, megyei öntudat erősítése, kultúra támogatása
Célcsoport:	Helyi közösségek, települési önkormányzatok, kulturális szegmens szereplői, Tolna megyei lakosok
Eszköz:	Rendezvények, nyilvánosság: sajtó, közösségi média, honlap
TÉMA:	HARGITA MEGYEI TESTVÉRKAPCSOLAT
Akció:	Vár a megye – Tolna Megyei Értékek Napja – delegáció fogadása
Cél:	Testvércapcsolat erősítése, ágazatokat érintő gazdaságfejlesztés
Célcsoport:	Vállalkozások, ágazati szereplők
Eszköz:	Online workshop; nyilvánosság: sajtó, közösségi média, honlap
Eszköz:	Study visit/kerekasztal, konferenciabeszélgetés; nyilvánosság: sajtó, közösségi média, honlap
TÉMA:	KORONAVÍRUS
Akció:	Közérdekű tájékoztatás
Cél:	Közös ügyek támogatása
Célcsoport:	Tolna megyei lakosok, érintett csoportok
Eszköz:	Nyilvánosság: sajtó, közösségi média, honlap
TÉMA:	JELES NAPOKRA VALÓ FIGYELEMFELHÍVÁS
Akció:	Ünnepnapok jelzése
Cél:	Nemzeti öntudat erősítése

Célcsoport:	Tolna megyei lakosok
Eszköz:	Közösségi média: facebook, instagram; kreatív posztok
Akció:	A megye büszkeségeire (történelmi személyiségekre) való megemlékezés
Cél:	Megyei öntudat és büszkeség érzésének erősítése, példamutatás
Célcsoport:	Tolna megyei lakosok
Eszköz:	Közösségi média: facebook, instagram; kreatív posztok
TÉMA:	CIVILEK-CIVILSÉG
Akció:	Kampány – Az Év Tolna Megyei Civil Szervezet díj felhívás kapcsán
Cél:	Civil szegmens támogatása, figyelemfelhívás, példamutatás
Célcsoport:	Civil szervezetek, mecénások, Tolna megyei lakosok
Eszköz:	Nyilvánosság: sajtó, közösségi média, honlap
TÉMA:	MEGYENAPI ÜNNEPI KÖZGYŰLÉS
Akció:	Megyenapi ünnepség és kitüntető díjak átadása
Cél:	Összetartozás erősítése, megyei öntudat erősítése, példamutatás,
Célcsoport:	Települési önkormányzatok, megyei szervezetek
Eszköz:	RendezvényNyilvánosság: sajtó, közösségi média, honlap; riportfilmek;
TÉMA:	GASZTROMEGLYE
Akció:	Gasztromegye című online főzőműsor
Cél:	Gasztro- és helyi értékek népszerűsítése, turizmus ösztönzése, megyei öntudat erősítése
Célcsoport:	Helyi közösségek, nemzetiségi közösségek, Tolna megyei lakosok, önkormányzatok
Eszköz:	Videók, video spotok, kreatív posztok, egyedi logó, nyereményátadó esemény, nyilvánosság: sajtó, közösségi média, honlap; gasztro- és érték kiadvány

Erőforrások

A vonatkozó források előteremtése pályázati illetve saját erőből történik, a lehetőséghez mérten. Amennyiben egyéb mód (támogatás, szponzorálás) adódik a célok megvalósításának érdekében, azokkal a megye élni kíván.