

„Kształtowanie wartości i postaw, czyli... promocja pośrednia przedsiębiorstwa wodociągowo-kanalizacyjnego”

Gdańsk, 13 października 2017

Przemysław Lipski, kierownik Biura Zarządu
„Wodociągi Słupsk” sp. z o.o.



TYDZIEŃ Z WODĄ - 20-25 MARCA 2017

13-17 marca (akcje pilotujące):

- materiał redakcyjny w „Głosie Pomorza” w wydaniu weekendowym - zapowiedź „Tygodnia z Wodą” + konkurs czytelniczy z nagrodami (piątek)
- zapowiedzi w Radiu Słupsk (miejskie - słupskie - wydanie Radia Koszalin)
- publikacja na nowej stronie Spółki: www.slupskawoda.pl

20 marca - poniedziałek
(Dobry poniedziałek na dobry Tydzień z Wodą!):

- na wszystkich, którzy przyszli do Biura Obsługi Klienta „Wodociągów Słupsk” przy ul. Elizy Orzeszkowej 1 w Słupsku czekały upominki (m.in. dzbanek na wodę) oraz ulotki promujące picie wody prosto z kranu. Każdy został też poproszony o wypełnienie krótkiej ankiety na temat picia wody wodociągowej.
- pracownicy Spółki spotkali się z uczniami wytypowanych wcześniej 3 szkół - z dwoma klasami ze Słupska i 1 z Kobylnicy. Spotkanie pod hasłem: Dlaczego warto pić wodę prosto z kranu i dlaczego należy ją oszczędzać? W programie m.in. doświadczenia, zabawy, nagrody.
- „Wodny okrągły stół” (konferencja o charakterze zamkniętym zorganizowana przez Prezesa Zarządu Spółki w siedzibie przedsiębiorstwa).

TYDZIEŃ Z WODĄ - 20-25 MARCA 2017

21 marca - wtorek
(Woda w eterze):

- „Słupski Tramwaj” - Radio Słupsk/Radio Koszalin w Stacji Uzdatniania Wody przy ul. Bohaterów Westerplatte w Słupsku (godz. 9:00-12:00). W programie m.in. rozmowy z pracownikami Spółki oraz konkurs z nagrodami dla radiostuchaczy.

22 marca - środa
(Dziś Światowy
Dzień Wody!):

- rozstrzygnięcie konkursu na selfie pn. „H₂O i ja, czyli wodne selfie” - ogłoszonego tydzień wcześniej.
- wywieszenie na Ratuszu banera z okazji Światowego Dnia Wody.

23 marca - czwartek
(„Teraz Woda!”):

- finał XIV edycji konkursu ekologicznego „Teraz Woda” dla uczniów szkół ponadgimnazjalnych w Centrum Edukacji Ekologicznej na terenie Oczyszczalni Ścieków w Słupsku (impreza o charakterze zamkniętym).

TYDZIEŃ Z WODĄ - 20-25 MARCA 2017

24 marca - piątek
(Odbierz telefon, zgarnij nagrody!):

- o każdej pełnej godzinie od 9 do 13 pracownik Spółki dzwonił do wylosowanego mieszkańca regionu słupskiego, który wcześniej przesłał numer telefonu na podanego e-maila. Telefon należało odebrać wskazanym hasłem: „Pijmy wodę prosto z kranu!”. Zgłoszeń można było dokonywać przez tydzień poprzedzający konkurs. Każdy z laureatów otrzymał nagrody.

25 marca - sobota
(Łyk zimnej wody dla ochłody!):

- w godz. 12-15 zaprosiliśmy na stoisko firmowe w markecie OBI. Każda osoba, która spróbowała wody prosto z kranu, otrzymała dzbanek na wodę.
- FOTO DAY w Oczyszczalni Ścieków - impreza dla amatorów fotografii organizowana przez „Głos Pomorza” i przy wsparciu „Wodociągów Słupsk”. Ogłoszenie wyników na stronie www.gp24.pl oraz w „Głosie Pomorza”.

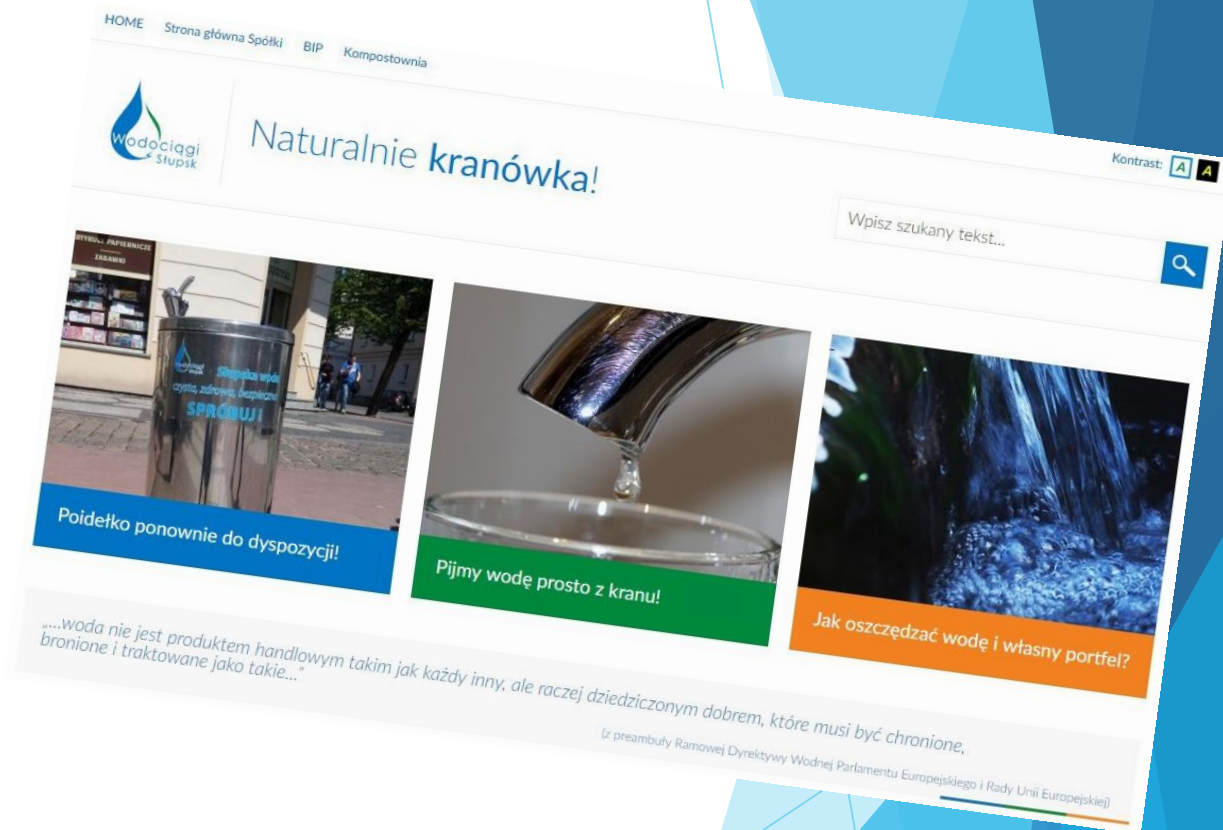


**PROMOCYJNA
BOMBA -
MOTYW
PRZEWODNI -
film z udziałem
Prezydenta
Słupska Roberta
Biedronia**

[\(zobacz film\)](#)

KANAŁY KOMUNIKACJI

- ▶ własne strony internetowe, w tym nowo stworzona: www.slupskawoda.pl - jako podstawowa platforma informacyjna
- ▶ strony internetowe innych spółek miejskich i Ratusza
- ▶ media społecznościowe
- ▶ patroni medialni
- ▶ plakaty w szkołach i w autobusach
- ▶ pracownicy Spółki
- ▶ każdy sposób jest dobry...



Zintegrowana edukacja ekologiczna

- ✓ nieformalne ciało koordynowane przez Urząd Miejski (powstanie - luty 2017)
- ✓ planowania i działanie w myśl zasady: *wspólnie można więcej, lepiej i taniej*
- ✓ podmioty uczestniczące: Przedsiębiorstwo Gospodarki Komunalnej sp. z o.o., Miejski Zakład Komunikacji sp. z o.o., Przedsiębiorstwo Gospodarki Mieszkaniowej sp. z o.o., Słupskie Towarzystwo Budownictwa Społecznego sp. z o.o., „Wodociągi Słupsk” sp. z o.o., Miejska Biblioteka Publiczna w Słupsku wraz z filiami, Urząd Miejski - Wydział Gospodarki Komunalnej i Ochrony Środowiska
- ✓ całoroczny kalendarz imprez: styczeń-luty - „Edukacja globalna”, marzec - „Woda”, kwiecień - „Ziemia”, maj - „Surowce”, czerwiec - „Energia odnawialna”, wrzesień - „Mobilność”, październik - „Zwierzęta”, listopad i grudzień - „Powietrze i energia”.



Słupsk

PATRONAT MEDIALNY - COŚ ZA COŚ

„Dziennikarzowi nie wolno prowadzić ukrytej działalności reklamowej wiążącej się z uzyskaniem korzyści majątkowej bądź osobistej od osoby lub jednostki organizacyjnej zainteresowanej reklamą.”

*/art. 12. ust. 2 Ustawy z dnia 26 stycznia 1984 r.
Prawo prasowe - Dz.U. 1984 nr 5 poz. 24 ze zm./*

„Zadaniem dziennikarzy jest przekazywanie rzetelnych i bezstronnych informacji oraz różnorodnych opinii, a także umożliwianie udziału w debacie publicznej (...)”.

„Dziennikarzowi nie wolno zajmować się akwizycją oraz brać udział w reklamie i public relations - wyjątkiem mogą być jedynie akcje społeczne i charytatywne; materiały redakcyjne muszą być czytelnie oddzielone od materiałów reklamowych i promocyjnych.”

(V - Konflikt interesów)

/Kodeks etyki dziennikarskiej Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich/

- ▶ Redakcja a dział reklamy
- ▶ Za co płacimy?
- ▶ Patronat: tak czy nie? **TAK!!!**

ROZCZAROWANIA, ZASKOCZENIA, BŁĘDY

1

NAJWIĘKSZE ROZCZAROWANIE:

- konkurs na selfie
- mały oddźwięk wśród młodzieży

2

NAJWIĘKSZE ZASKOCZENIE:

Ponad 100 tys.
wyświetleń filmu na
Facebooku w ciągu kilku
dni.

3

PODSTAWOWE BŁĘDY:

- za krótko promowana strona www
- słaba znajomość oczekiwań i motywacji młodzieży
- niewystarczająca informacja skierowana do pracowników

PROMOCJA A KOMUNIKAT

Działania promocyjne, które nie docierają do docelowej grupy odbiorców są w rzeczywistości marnotrawstwem sił pomysłodawców (pracowników) oraz wyrzucaniem pieniędzy przedsiębiorstwa (odbiorców usług) w błoto.

Cały wysiłek związany ze skutecznym komunikatem spoczywa na przedsiębiorstwie wod.-kan.

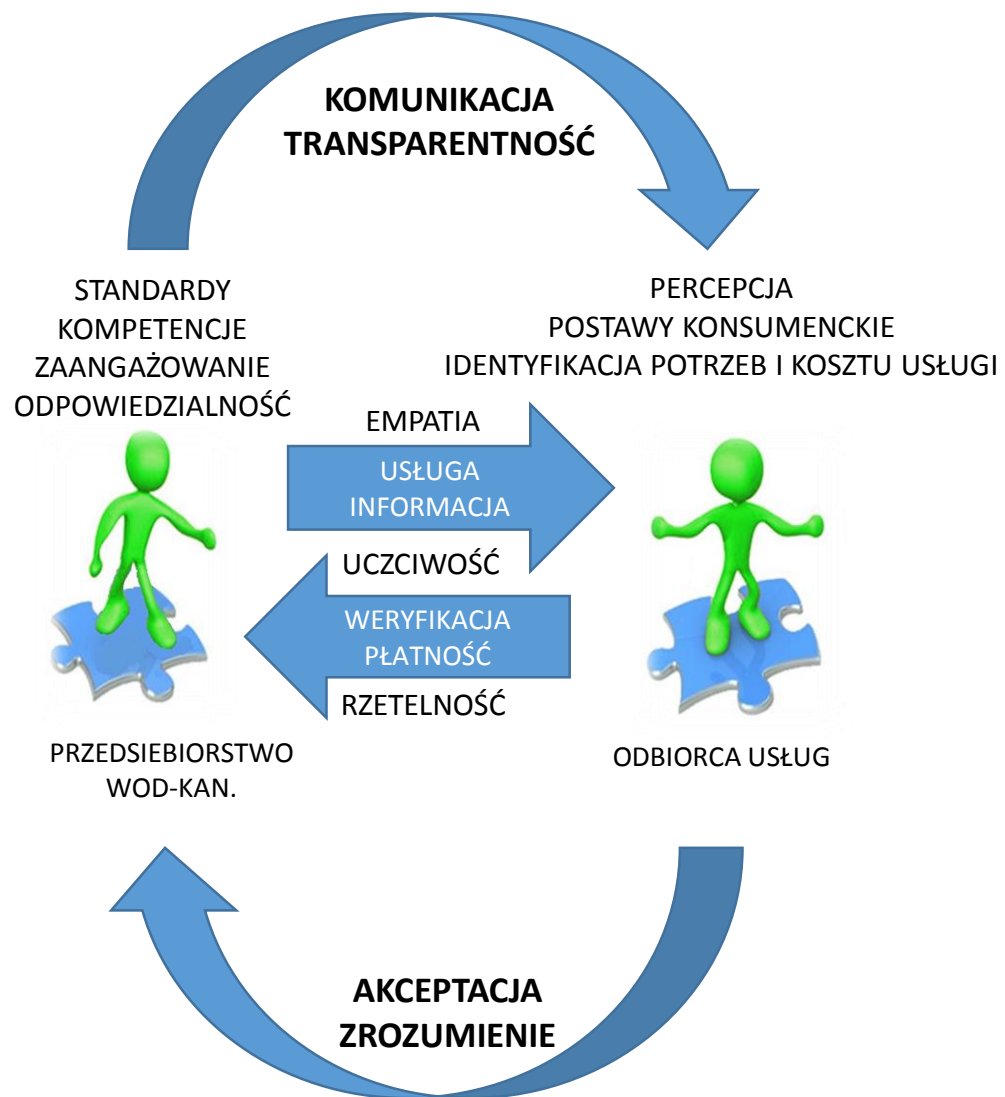
WODA A PRODUKT KOMERCYJNY

„Woda nie jest produktem handlowym takim jak każdy inny, ale raczej dziedzictwem, które musi być chronione, bronię i traktowane jako takie”.

Dyrektywa 2000/60/WE
Parlamentu Europejskiego i
Rady z dnia
23 października 2000 r.
ustanawiająca ramy
wspólnotowego działania w
dziedzinie polityki wodnej
(Ramowa Dyrektywa Wodna)

ODBIORCA USŁUG JEST NAJWAŻNIEJSZYM INTERESARIUSZEM*

Budowanie relacji oparte na wartościach i zrozumieniu



Przedsiębiorstwo wod.-kan. działa w obszarze monopolu naturalnego, co powoduje, że powinniśmy tworzyć system weryfikacji uwierzytelniający nasze działania, szczególnie w zakresie ponoszonych kosztów i ich alokacji, wskaźników efektywności oraz zamierzeń inwestycyjnych i ich celów i skutków, również w kontekście zrównoważonego rozwoju.

Przedsiębiorstwo nie sprzedaje wody !!! Sprzedaje usługi zapewniając: bezpieczeństwo, rozwój gospodarczy i komfort życia mieszkańców. Tempo rozwoju powinno być dostosowane do potrzeb i możliwości podstawowej grupy odbiorców jakim są odbiorcy indywidualni.

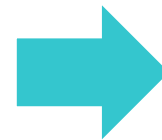
Wiele relacji wymaga symetrii i zaangażowania po obu stronach. Zrozumienie funkcjonowania i finansowania usług wodociągowo-pozwala na lepszą komunikację i weryfikację oraz oszczędza czas, pieniądze i złe emocje.

* Wykorzystano slajd autorstwa Andrzeja Wójtowicza – Prezesa Zarządu „Wodociągi Słupsk” sp. z o.o.

PROMOCJA POŚREDNIA

REKLAMA

PROMOCJA



PROMOCJA POŚREDNIA:

- przedsiębiorstwo wod.-kan. - monopol naturalny
- zakorzeniona roszczeniowa postawa odbiorcy usług
- naturalna niechęć do nachalnej reklamy
- smaczna, zdrowa woda, akceptowalna społecznie taryfa = dobre postrzeganie przedsiębiorstwa wod.-kan.
- wyrabianie nawyków i postaw korzystnych dla obydwu stron - wzajemne zrozumienie, tonowanie emocji, relacje partnerskie
- kształtowanie opinii typu: MOJA FIRMA
- komfort dla przedsiębiorstwa - nie oczekujemy na błyskawiczny efekt



**DZIĘKUJĘ
ZA
UWAGĘ!**