

Plan działalności

Polskiej Organizacji Turystycznej

na rok 2021

CZEŚĆ A: Najważniejsze cele do realizacji w roku 2021

Lp.	Cel	Mierniki określające stopień realizacji celu		Najważniejsze zadania służące realizacji celu	Odniesienie do dokumentu o charakterze strategicznym
		Nazwa	Planowana wartość do osiągnięcia na koniec roku, którego dotyczy plan		
1	2	3	4	5	6
1.	Zwiększenie dostępu do informacji z zakresu turystyki konsumentom oraz branży turystycznej	Liczba odbiorców informacji z zakresu turystyki dostarczonej do konsumentów oraz branży turystycznej w danym roku do roku bazowego (w %)	105,3	1. Promowanie turystyki na rynku krajowym poprzez: - promowanie Polskich Marek Turystycznych, promowanie i certyfikowanie produktów turystycznych oraz laureatów konkursu EDEN Polska, - całokształt prac związanych z Polskim Bonem Turystycznym (umowa numer 3/COVID/2020), - wspieranie rozwoju produktów turystycznych, - działania z zakresu współpracy i komunikacji w sektorze turystyki, - współpraca z ROT, LOT i branżą turystyczną, - zarządzanie wiedzą, tj. gromadzenie i dystrybucję informacji dotyczących sektora turystyki, - wspieranie polskiej branży turystycznej poprzez realizację projektów promocyjnych, webinarów, szkoleń,	

8

				- prowadzenie kampanii ogólnopolskich i konkursów promocyjnych, - promowanie bezpiecznego wypoczynku, - promowanie turystyki wśród dzieci i młodzieży szkolnej. 2. Promowanie atrakcyjności turystycznej Polski za granicą realizowane poprzez: - prowadzenie projektów promocyjnych o charakterze produktowym i wizerunkowym w obszarze turystyki wypoczynkowej na 14 rynkach objętych działalnością Zagranicznych Ośrodków POT oraz w Czechach, na Słowacji, na Węgrzech, w Izraelu i ZEA, - prowadzenie działań w Internecie: kampanie tematyczne, konkursy, quizy, współpraca z influencerami, tworzenie landing page, mailingi, spoty produktowe, działania na portalu polska.travel, intensyfikacja komunikacji w kanałach social media, - prowadzenie działań PR, działań w mediach tradycyjnych, reklamę zewnętrzną, - organizację podróży studyjnych i prasowych, warsztatów turystycznych, polskich stoisk narodowych na targach turystycznych, imprez promocyjnych – w zależności od sytuacji epidemiologicznej, - realizację projektów promocyjnych z zakresu sektora MICE,
--	--	--	--	---

				- prowadzenie działań w ramach współpracy z Grupą Wyszehradzką V-4 oraz ETC, - publikację materiałów promocyjnych. 3. Utrzymanie i rozwój Polskiego Systemu Informacji Turystycznej poprzez: - realizację procesu certyfikacji Informacji Turystycznej za pomocą aplikacji internetowej, realizację konkursu na Najlepsze Centrum IT, wsparcie merytoryczne i eksperckie Punktów i Centrów IT, prace w ramach Forum Informacji Turystycznej, współpraca z MRPiT, MI i GDDKiA przy prowadzeniu prac nad turystycznym oznakowaniem drogowym, - utrzymanie i rozwijanie Narodowego Portalu Turystycznego polska.travel (dostępnego w 24 wersjach językowych) jako elementu Polskiego Systemu Informacji Turystycznej, - utrzymanie i działania promocyjne w mediach społecznościowych oraz inne kampanie internetowe, - utrzymanie i rozwój narzędzi PSIT: Repozytorium Informacji Turystycznej, Contact Center z Infolinią Turystyczną.
--	--	--	--	---

CZĘŚĆ B: Cele priorytetowe wynikające z budżetu państwa w układzie zadaniowym do realizacji w roku 2021

Lp.	Cel	Mierniki określające stopień realizacji celu		Podzadania budżetowe służące realizacji celu
		Nazwa	Planowana wartość do osiągnięcia na koniec roku, którego dotyczy plan	
1	2	3	4	5

CZĘŚĆ C: Inne cele przyjęte do realizacji w roku 2021

Lp.	Cel	Mierniki określające stopień realizacji celu ³⁾		Najważniejsze zadania służące realizacji celu ⁴⁾
		Nazwa	Planowana wartość do osiągnięcia na koniec roku, którego dotyczy plan	
1	2	3	4	5
1.				

25.01.2021 roku
data

.....
podpis ministra/kierownika jednostki

p.o. Dyrektora
Departamentu Strategii i Marketingu


Teresa Buczak