

ΛΑΡΙΣΑ  
ΑΝΟΙΚΤΗ  
ΠΟΛΗ

Εξειδικευμένο  
πακέτο προώθησης

OPEN PEOPLE  
OPEN LIFE  
ΑΝΘΡΩΠΟΙ  
ΖΩΗ



Εξειδικευμένο  
πακέτο προώθησης

OPEN PEOPLE  
OPEN LIFE  
ΑΝΘΡΩΠΟΙ  
ΖΩΗ

# Περιεχόμενα

<b>Εισαγωγή</b>	<b>1</b>
<b>Ανάλυση</b>	<b>3</b>
Προσδιορισμός των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών - δυναμικών του αγαθού	3
Διαστάσεις του αγαθού	4
Σύνδεση του αγαθού με την οικονομική ανάπτυξη της πόλης	5
<b>Σύνθεση</b>	<b>6</b>
Προτεινόμενο μίγμα προώθησης και υποστήριξης	6
Δυνητικές ομάδες - στόχοι και βασικές στρατηγικές	8
Προτεινόμενες δράσεις ανάπτυξης	10
Κοινές Δράσεις των 7 πακέτων	18
Στρατηγική διαχείριση πακέτου	22
<b>Συμπεράσματα</b>	<b>23</b>
<b>Χρονοδιαγράμματα &amp; Προϋπολογισμοί</b>	<b>25</b>

## Εικόνες

σελ.	περιγραφή	πηγή
2	Κεντρική Πλατεία, Λάρισα	Προσωπικό αρχείο Λάλου Γ.
5	Μύλος του Παπά, Λάρισα	Προσωπικό αρχείο Λάλου Γ.
7	Σταθμός ΟΣΕ, Λάρισα	Προσωπικό αρχείο Λάλου Γ.
9	Κεντρικό κτήριο Ιατρικής Σχολής Πανεπιστημίου Θεσσαλίας	Προσωπικό αρχείο Λάλου Γ.
11	ΤΕΙ Θεσσαλίας, Λάρισα	Προσωπικό αρχείο Λάλου Γ.
13	Καφές, Λάρισα	Προσωπικό αρχείο Λάλου Γ.
15	Μύλος του Παπά, Λάρισα	Προσωπικό αρχείο Λάλου Γ.
17	Πολυχώρος καφέ - εκθέσεων, Λάρισα	Προσωπικό αρχείο Λάλου Γ.
22	Στιγμιότυπο από συνεδρίαση	www.skai.gr
24	Καφέ - μπαρ, Λάρισα	Προσωπικό αρχείο Λάλου Γ.

## Διαγράμματα

21	Infographic: κοινές δράσεις 7 πακέτων	Ίδια επεξεργασία
----	---------------------------------------	------------------

## Εισαγωγή

Η Λάρισα είναι μια ζωντανή πόλη, με νεανικό ενεργό πληθυσμό και καινοτόμες, δημιουργικές ιδέες. Η κλίμακα της πόλης και η οργάνωση του κέντρου της διευκολύνουν τον επαγγελματία στην εργασία του, τον κάτοικο που θέλει να εξυπηρετηθεί από τις υπηρεσίες και το νέο που επιθυμεί να διασκεδάσει.

Τα παραπάνω στοιχεία συνθέτουν μια ελκυστική εικόνα πόλης για τα ελληνικά δεδομένα. Ο συντονισμός και η οργανωμένη προβολή αυτών των στοιχείων θα προβάλλουν την πόλη της Λάρισας ως μια πόλη με υψηλή ποιότητα ζωής.

Κύριος σκοπός του πακέτου Open People - Open Life είναι να αναδείξει τη Λάρισα ως ιδανική πόλη εργασίας και κατοικίας και να προσελκύσει νεανικό και δραστήριο πληθυσμό. Οι εξειδικευμένες δράσεις που θα προταθούν θα δώσουν ιδιαίτερη έμφαση στην προώθηση των ακόλουθων στόχων:

- ανάδειξη της πόλης ως πόλης ιδανικής για εργασία, γεγονός που ισχυροποιείται από την κεντρικότητα της θέσης της,
- προσέλκυση νέων επαγγελματιών, προσανατολισμένων στο δημιουργικό τομέα,
- καθιέρωση ως ζωντανής φοιτητικής πόλης, λόγω ύπαρξης τμημάτων ΤΕΙ και ΑΕΙ
- προβολή της Λάρισας ως πόλης διασκέδασης, και
- προβολή της τοπικής ταυτότητας της Λάρισας.



Πυρήνας του πακέτου είναι η ιδιαίτερη ατμόσφαιρα της πόλης σε επίπεδο διασκέδασης, νυχτερινής ζωής, νεανικού κοινού, πρωτοποριακών επιτυχημένων επιχειρήσεων και νέων ιδεών. Τα στοιχεία αυτά συμβάλλουν στην ανάπτυξη της πόλης ως ιδανικής για να ζεις και να εργαστείς.

## Ανάλυση

Ως κεντρικά σημεία εντοπίζονται οι ίδιοι οι κάτοικοι της πόλης, το είδος της διασκέδασης που προσφέρει, οι πολιτιστικές εκδηλώσεις, οι φοιτητές που ζουν στη Λάρισα. Κύριος σκοπός του πακέτου τίθεται η προβολή της πόλης ως ικανοποιητικής πόλης για κατοικία, εργασία, σπουδές και διασκέδαση με σκοπό να προσελκύσει το ανάλογο κοινό.

### Προσδιορισμός των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών - δυναμικών του αγαθού

Η Λάρισα μπορεί να υποστηρίξει το προφίλ μια ανοικτής πόλης στην προσέλκυση νεανικού κοινού, το προφίλ μιας πόλης υψηλής ποιότητας στις παροχές διασκέδασης και το προφίλ μιας πόλης ιδανικής για τους ρυθμούς της καθημερινής ζωής. Για να μπορέσουν να εδραιωθούν οι προαναφερθείσες εικόνες, απαιτείται η συντονισμένη και στρατηγική διαχείριση των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών της:

- οι νέες πρωτοποριακές επιχειρηματικές ιδέες,
- ο νεανικός πληθυσμός (κυρίως φοιτητές),
- η εικόνα του κέντρου της πόλης μετά από σειρά αστικών επεμβάσεων (πεζόδρομοι, πλατείες),
- η πληθώρα καταστημάτων καφέ και εστίασης, και η εικόνα



της Λάρισας ως «πόλης του καφέ», και

- η παρουσία ποικίλων πολιτιστικών δραστηριοτήτων.

### Διαστάσεις του αγαθού

Οι προτάσεις που σχετίζονται με το πακέτο Open People - Open Life συνδέονται με τα υπόλοιπα πακέτα αφού αποτελούν μέρος μιας ενιαίας στρατηγικής για την προώθηση της πόλης της Λάρισας.

Οι δράσεις που θα προταθούν έχουν ΑΜΕΣΗ συνάφεια και σχέση με τα πακέτα:

- *Open Tourism - Culture*: υπάρχουν συνέργειες σε επίπεδο στρατηγικής για συμπληρωματικές πολιτιστικές εκδηλώσεις / δραστηριότητες αλλά και για δημιουργία νέων ειδικών γεγονότων που θα ενισχύσουν την τουριστική κίνηση στη Λάρισα,
- *Open Education - Open Research*: οι δράσεις που προτείνονται αναφέρονται ξεκάθαρα στην προσέλκυση φοιτητικού κοινού με στόχο τις σπουδές στα Τμήματα που εδρεύουν στην πόλη και τη διαβίωση στη Λάρισα,
- *Open Business - Open Networks*: η προσέλκυση και η στόχευση ανάπτυξης δικτύου δημιουργικών επαγγελματιών αποτελεί πρωτοποριακή δράση για μια ελληνική πόλη μεσαίου μεγέθους. Η επίτευξη του στόχου έχει άμεση σχέση με την οργάνωση του πακέτου Open Business - Open Networks.

Εκτός από τις προαναφερθείσες άμεσες σχέσεις που παρατηρούνται σε σχέση με το πακέτο Open People - Open Life, υπάρχουν και πακέτα που παρουσιάζουν ΕΜΜΕΣΗ σχέση, όπως είναι το πακέτο *Open Care - Open Health* και το πακέτο *Open Sports*, που παραλαμβάνουν τα 'πλεονεκτήματα' από την επίτευξη των στόχων του παρόντος πακέτου.

### Σύνδεση του αγαθού με την οικονομική ανάπτυξη της πόλης

Η ιδιαίτερη ταυτότητα της Λάρισας στο επίπεδο της ποιότητας διασκέδασης και της καθημερινής ζωής συμβάλλει στην τοπική ανάπτυξη μέσω των ανάλογων δραστηριοτήτων. Η συγκέντρωση νεανικού πληθυσμού και οι νέες μορφές δημιουργικής επιχειρηματικότητας αναδεικνύονται σε ανάλογες πόλεις ως σημαντικοί παράγοντες τοπικής ανάπτυξης. Σε μια πόλη ιδανικού μεγέθους όπως η Λάρισα για την ανάπτυξη αυτών των δραστηριοτήτων, οι δράσεις οι οποίες παρουσιάζονται παρακάτω θα ενισχύσουν την οικονομική της ανάπτυξη.

Η προσπάθεια προσέλκυσης νεανικού φοιτητικού πληθυσμού έχει σαφή οικονομικά πλεονεκτήματα για την ανάπτυξη της πόλης. Επίσης, αύξηση στην κατανάλωση δημιουργούν και τα ειδικά γεγονότα που προτείνονται να διοργανωθούν. Παράλληλα, δημιουργείται ένα ιδιαίτερο κλίμα για τη συγκέντρωση νέων ανθρώπων, δημιουργικών επαγγελματιών, οι οποίοι με τη σειρά τους αναδεικνύουν τη δημιουργικότητα της πόλης σε επιχειρηματικό επίπεδο, με άμεσα αποτελέσματα στην επιχειρηματική ταυτότητα της Λάρισας, αναδεικνύοντάς την σε μια ελληνική πόλη μεσαίου μεγέθους με ιδιαίτερη δημιουργική ταυτότητα.



Στο παρόν κεφάλαιο παρουσιάζονται αναλυτικά τα μέσα προβολής, οι ομάδες στις οποίες απευθύνεται το συγκεκριμένο πακέτο και οι προτεινόμενες δράσεις ανάπτυξης που καθορίζουν το αποτέλεσμα του πακέτου.

## Σύνθεση

Το μίγμα προώθησης και υποστήριξης του Open People - Open Life προσδιορίζεται πάντα στο πλαίσιο της προτεινόμενης Συνεργατικής Στρατηγικής που αφορά συνολικά το Στρατηγικό Σχέδιο Μάρκετινγκ Λάρισας.

### Προτεινόμενο μίγμα προώθησης και υποστήριξης

Παρακάτω αναπτύσσονται τα μέσα που θα χρησιμοποιηθούν για την προβολή του συγκεκριμένου πακέτου.

#### 1 Διαδικτυακή προώθηση

- Δημιουργία ειδικής ιστοσελίδας 'σπουδάζω στη Λάρισα' με όλες τις πληροφορίες για τη φοιτητική ζωή στην πόλη. Παρουσία σε κοινωνικά δίκτυα.
- Δημιουργία ειδικής ιστοσελίδας 'ζω και εργάζομαι στη Λάρισα' με όλες τις πληροφορίες για την εγκατάσταση νέου επαγγελματία στην πόλη, τη δικτύωσή του και τη διασκέδαση στην πόλη.
- Διάχυση πληροφορίας μέσω ιστοσελίδων που ασχολούνται με τη νεανική κουλτούρα, τους φοιτητές, τον καφέ και τους νέους επαγγελματίες.

#### 2 Έντυπη διαφήμιση

- Δελτίο τύπου και πρόσκληση για το Σαββατοκύριακο υποδοχής εν δυνάμει φοιτητών σε όλα τα Λύκεια της Ελλάδας και το Υπουργείο Παιδείας.
- Προβολή των ειδικών γεγονότων στον τοπικό τύπο και σε επιλεγμένα έντυπα σχετικού ενδιαφέροντος πανελληνίας κυκλοφορίας.
- Δημιουργία και διανομή flyers, αφισετών, αφισών και χαρτών για τα προτεινόμενα ειδικά γεγονότα και τις επιμέρους δράσεις, όπου χρειάζεται.

#### 3 Δράσεις ιδιαίτερου περιεχομένου

- Συνεργασία με τα ξενοδοχεία της πόλης για τη δημιουργία ειδικών πακέτων φιλοξενίας για τα ειδικά γεγονότα (π.χ. εκπτώτικα πακέτα σε συνεργασία με τον Εμπορικό Σύλλογο).
- Συνεργασία με τους μεταφορικούς φορείς (ΟΣΕ, ΚΤΕΛ, ταξί, κ.λπ.) για τη σωστή πληροφόρηση των επισκεπτών.



## Δυνητικές ομάδες - στόχοι και βασικές στρατηγικές

Οι βασικές ομάδες στόχοι και οι βασικές στρατηγικές ανά ομάδα είναι οι εξής:

- **Νέοι φοιτητές, Τελειόφοιτοι μαθητές Λυκείου**

Η ομάδα αυτή αφορά στα Σαββατοκύριακα υποδοχής εν δυνάμει φοιτητών για την ξενάγηση στις υποδομές και τη γνωριμία με τη φοιτητική ζωή στην πόλη. Η πρόσκληση θα γίνει μέσω δελτίου τύπου προς όλα τα Λύκεια της χώρας και το Υπουργείο Παιδείας με ενημέρωση στην ιστοσελίδα της πόλης. Στην ιστοσελίδα προτείνεται να υπάρχει αφιέρωμα με τη φοιτητική ζωή στην πόλη, εμπειρίες φοιτητών κ.λπ.

- **Επαγγελματίες στο χώρο του καφέ**

Ενημέρωση για το ειδικό γεγονός μέσα από ιστοσελίδες που ειδικεύονται στον καφέ. Δημιουργία ιστοσελίδας για την ιστορία των καφέ στη Λάρισα, τη διασκέδαση στην πόλη, το ειδικό γεγονός 'Γιορτή του Καφέ' και παραγωγή εξειδικευμένου εντύπου. Διάχυση πληροφορίας μέσω του Mikel που προτείνεται να είναι βασικός υπεύθυνος διοργάνωσης.

- **Bloggers για τον καφέ**

- **Νέοι επαγγελματίες**

Δημιουργία ειδικής ιστοσελίδας 'εργάζομαι και ζω στη Λάρισα'. Παροχή όλων των απαραίτητων πληροφοριών. Επιλογή δημιουργικών επαγγελματιών Λάρισας. Δικτύωση με δημιουργικά δίκτυα σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη.

- **Κάτοικοι / επαγγελματίες της Λάρισας**

Ενημέρωση για τις δραστηριότητες μέσα από την ιστοσελίδα και το προωθητικό υλικό που θα διανέμεται στην πόλη

- **Δημιουργικές συλλογικότητες πόλης**

Κάλεσμα δημιουργικών συλλογικοτήτων και επαγγελματιών της πόλης για την οργάνωση ενός δικτύου με σκοπό την καλύτερη ένταξή τους, ανταλλαγή γνώσεων και συνεργασία.





## Προτεινόμενες δράσεις ανάπτυξης

Οι προτεινόμενες δράσεις του πακέτου Open People - Open Life αφορούν στις διαστάσεις της δομής του πακέτου όπως παρουσιάστηκε στο κεφάλαιο της Ανάλυσης. Συγκεκριμένα:

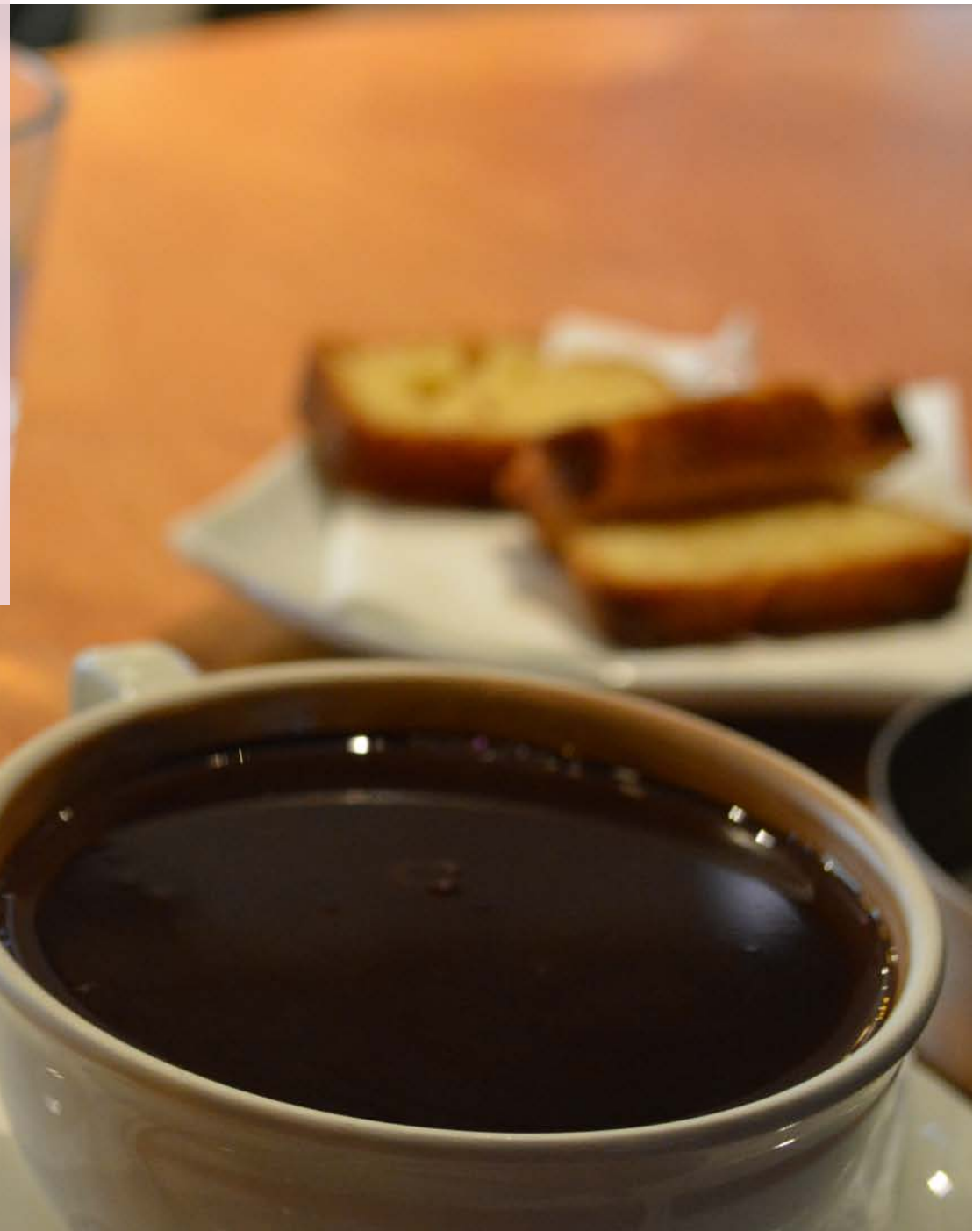
### 1. Σαββατοκύριακο υποδοχής (για 1 μήνα) εν δυνάμει φοιτητών στην πόλη:

- δημιουργία ειδικής ομάδας που να αποτελείται από εκπροσώπους του ΤΕΙ Θεσσαλίας, των Σχολών του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας και του Δήμου Λαρισαίων,
- παρουσίαση των Τμημάτων ΤΕΙ / ΑΕΙ, του προγράμματος σπουδών, των ερευνητικών ενδιαφερόντων και των επαγγελματικών προοπτικών,
- ξενάγηση στους χώρους εκπαίδευσης και τις εστίες, ενημέρωση για τις παροχές και τις υποδομές,
- ξενάγηση από ομάδα φοιτητών στη Λάρισα προκειμένου να γνωρίσουν τη φοιτητική ζωή της πόλης, και
- δημιουργία ειδικής ιστοσελίδας 'Σπουδάζω στη Λάρισα' με αφιερώματα στη φοιτητική ζωή, σημαντικές πληροφορίες για φοιτητές με έμφαση σε προσωπικές ιστορίες.



## 2. Διοργάνωση 'Coffee Days':

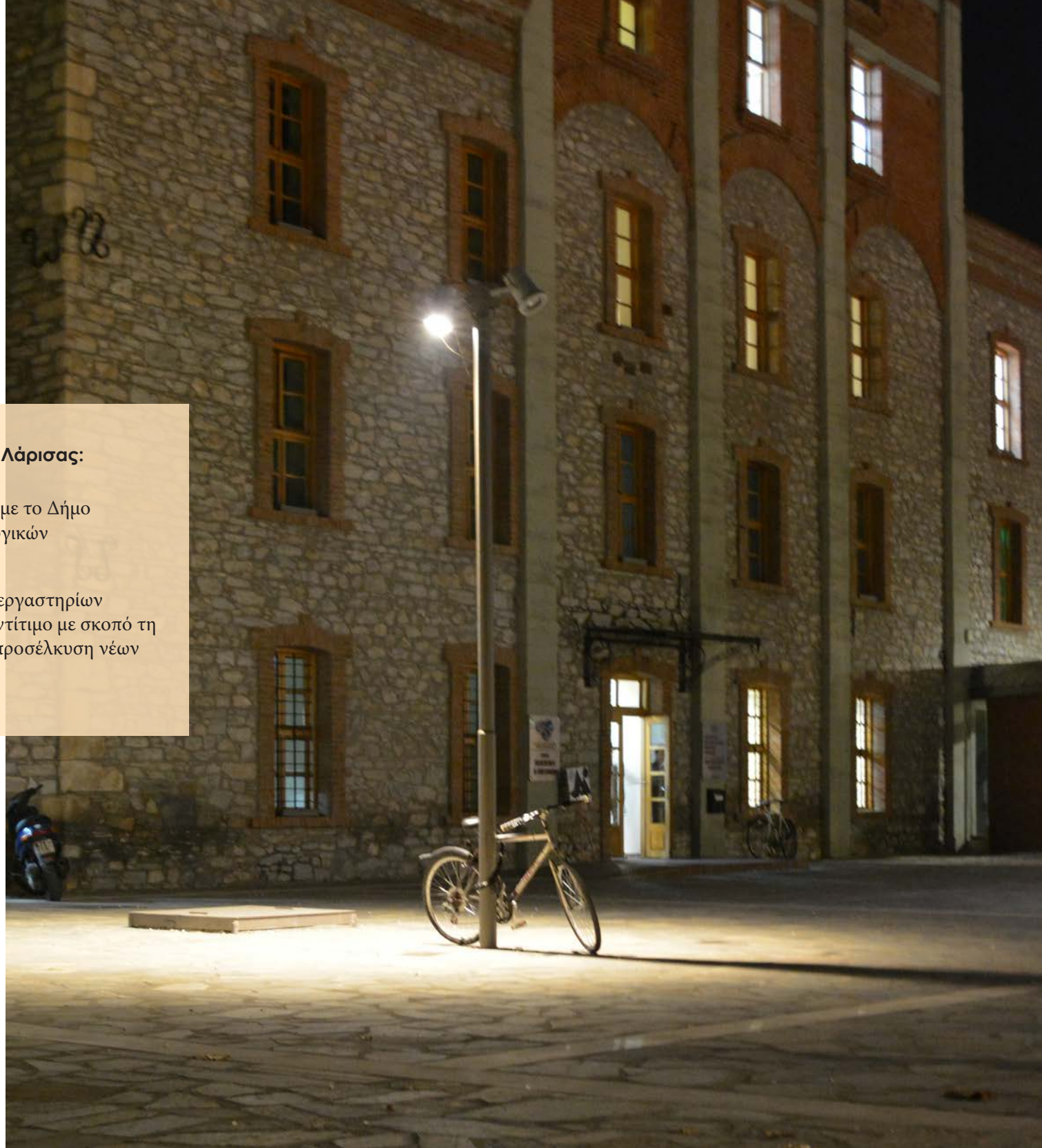
- διοργάνωση ειδικού γεγονότος 5ήμερης διάρκειας με κεντρικό θέμα τον καφέ και δημιουργία ειδικής ιστοσελίδας LarissaCoffeeDays.com,
- ειδικές προσφορές από τα καφέ της Λάρισας στην περίοδο του ειδικού γεγονότος,
- δημιουργία πανελλήνιου διαγωνισμού καφέ με κάλεσμα baristas από όλη την Ελλάδα,
- διοργάνωση εργαστηρίων καφέ, café - cocktails από διακεκριμένους baristas,
- δημιουργία ειδικής ιστοσελίδας για την ιστορία των καφέ της Λάρισας, τη διασκέδαση στην πόλη και το ειδικό γεγονός, και
- έκδοση και διάθεση ενημερωτικού εντύπου για την ιστορία των καφέ της Λάρισας σε συνδυασμό με το χαρακτήρα της διασκέδασης των Λαρισαίων.





### 3. Δίκτυο δημιουργικών επαγγελματιών Λάρισσας:

- δημιουργία πλατφόρμας σε συνεργασία με το Δήμο Λαρισαίων και δικτύωση των νέων δημιουργικών επαγγελματιών για την υποστήριξή τους,
- παροχή χώρων στο Μύλο του Παπά ως εργαστηρίων δημιουργικών επαγγελματιών σε χαμηλό αντίτιμο με σκοπό τη λειτουργία τους ως θερμοκοιτίδας και την προσέλκυση νέων επαγγελματιών.





#### 4. 'Youth Festival':

- διοργάνωση φεστιβάλ ποικίλων δραστηριοτήτων που να απευθύνεται στο νεανικό κοινό,
- 'άνοιγμα' των χώρων διασκέδασης της πόλης μέσω εκθέσεων, προβολής ταινιών, οργάνωσης bazaar, παρουσίασης μικρών θεατρικών παραστάσεων, διοργάνωσης μικρών συναυλιών από τις πολιτιστικές ομάδες της πόλης και νέους Λαρισαίους δημιουργούς, και
- συμμετοχή και παρουσίαση των δημιουργικών συλλογικοτήτων της πόλης.



## Κοινές Δράσεις των 7 πακέτων

Στην ενότητα αυτή περιγράφονται οι κοινές δράσεις όλων των πακέτων που αφορούν τόσο στη συνολική προβολή της πόλης στο πλαίσιο της κεντρικής ιδέας του παρόντος Σχεδίου Μάρκετινγκ και σύμφωνα με το γενικό σλόγκαν όσο και στην επιμέρους προβολή όλων των πακέτων και καθενός από αυτά.

Συγκεκριμένα, οι δράσεις αυτές περιλαμβάνουν:

- **Διαγωνισμό για το νέο λογότυπο και σλόγκαν της Λάρισας.** Το νέο λογότυπο θα συνοδεύει όλες τις επιμέρους δράσεις προβολής της πόλης σε όποιο πακέτο και αν εντάσσονται αυτές χαρακτηρίζοντας την παρουσία του δήμου στο διαδίκτυο, τα λοιπά μέσα επικοινωνίας αλλά και το φυσικό δημόσιο χώρο της πόλης. Λόγω της ισχύος του μηνύματος που συμπυκνώνεται στο λογότυπο, αλλά και για λόγους προβολής, προτείνεται η ανάδειξή του μέσω πανελληνίου διαγωνισμού.
- **Πανελλήνιο διαγωνισμό για τη δημιουργία τηλεοπτικού σποτ για τη Λάρισα.** Το σποτ θα βασίζεται στο νέο λογότυπο και την κεντρική ιδέα Open City και θα προβάλλεται σε τηλεοπτικούς σταθμούς εθνικής εμβέλειας. Μπορεί να προβάλλεται, επίσης, σε οθόνες τοποθετημένες σε στρατηγικά σημεία συγκέντρωσης κοινού, εντός και εκτός πόλης, με στόχο τη μεγαλύτερη διάχυση της πληροφορίας (αεροδρόμια, σταθμοί ΚΤΕΛ, εκθέσεις, κ.ά.).
- **Δημιουργία info points σε δύο κατάλληλα επιλεγμένα σημεία της πόλης** με στόχο την εξυπηρέτηση και ενημέρωση των επισκεπτών. Εκτός από τους δημοτικούς υπαλλήλους που θα εκπαιδευτούν και θα αναλάβουν το ρόλο της ενημέρωσης του κοινού, το info point θα στελεχωθεί και με εθελοντές φοιτητές ώστε να καλυφθούν οι αυξημένες ανάγκες και το παρατεταμένο

ωράριο λειτουργίας κατά τις ημέρες των προτεινόμενων διοργανώσεων και φεστιβάλ.

- **Διοργάνωση 'familirisation trips' για επαγγελματίες από το χώρο που καλύπτει το κάθε πακέτο και γενικότερα για εκπροσώπους των αντίστοιχων πολλαπλασιαστών κάθε πακέτου,** με στόχο την απόκτηση βιωματικής εμπειρίας και τη διάχυση της πληροφορίας. Τα έξοδα των επισκεπτών θα είναι καλυπτόμενα (από χορηγίες συνεργαζόμενων επιχειρήσεων) καθώς ο σκοπός τους θα είναι η παρουσίαση της πόλης και της ταυτότητάς της σε συνδυασμό με την προβολή των εκάστοτε ειδικών γεγονότων.
- **Δημιουργία media kit σε ηλεκτρονική μορφή** το οποίο θα περιλαμβάνει φωτογραφίες, κείμενα, ηλεκτρονικές διευθύνσεις, video, χάρτες, κ.λπ.
- **Δημιουργία (τρίπτυχων) πληροφοριακών φυλλαδίων και ειδικά σχεδιασμένων χαρτών της πόλης για τις ανάγκες των δράσεων.** Τα φυλλάδια και οι χάρτες κρίνονται απαραίτητα, εφόσον το έντυπο πληροφοριακό υλικό παραμένει σημαντικό μέσο πληροφόρησης του κοινού εξαιτίας της καλύτερης εποπτείας της πληροφορίας, της ποιότητας της παραγωγής και κυρίως της λειτουργίας του ως ενθυμίου από τον τόπο της επίσκεψης. Για τους λόγους αυτούς συνιστάται η παραγωγή έντυπου υλικού (φυλλάδια και χάρτες) για όλες τις επιμέρους δράσεις.
- **Δημιουργία ετήσιου ημερολογίου για το σύνολο των δράσεων.** Το ημερολόγιο θα είναι λεπτομερές για κάθε πακέτο και θα προσφέρει καλύτερο συντονισμό των επιμέρους δράσεων, προκειμένου να αποφευχθούν τυχόν επικαλύψεις δράσεων με παρόμοιο σκοπό ή κοινό, και πλήρη ενημέρωση των εταίρων και του ενδιαφερόμενου κοινού.
- **Δημιουργία κεντρικού ιστότοπου με ειδικές σελίδες για κάθε πακέτο.** Για την αποφυγή υπερ-πληροφόρησης

του κοινού και συνύπαρξης πολλών διαφορετικών διευθύνσεων με διαφορετικά χαρακτηριστικά που ενδέχεται να προκαλέσουν σύγχυση και να αποδυναμώσουν το κεντρικό μήνυμα, προτείνεται η ενσωμάτωση των πληροφοριών για όλα τα πακέτα σε ένα νέο κεντρικό ιστότοπο (portal) της πόλης, στον οποίο θα δημιουργηθούν διακριτές σελίδες με τους τίτλους των πακέτων.

▪ **Παραγωγή οπτικού υλικού (video) για το διαδίκτυο.**

Σκοπός του υλικού είναι η προβολή του από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (YouTube, facebook, κ.λπ.). Για την παραγωγή του προτείνεται η συνεργασία με τοπικούς καλλιτέχνες και δημιουργούς.

▪ **Διαφημιστικές καταχωρήσεις στον τύπο, την τηλεόραση και σε επιλεγμένα sites (ελληνικά και ευρωπαϊκά).** Οι διαφημιστικές καταχωρήσεις στον τύπο και στα sites θα γίνονται ενιαία και ανά πακέτο. Η διαφήμιση στην τηλεόραση αφορά στο σποτ που θα δημιουργηθεί μέσω πανελληνίου διαγωνισμού.



## Στρατηγική διαχείριση πακέτου

Το πακέτο περιλαμβάνει ενέργειες για την προσέλκυση νεανικού κοινού στην πόλη (φοιτητές - νέοι επαγγελματίες) και την προβολή της ως ζωντανής πόλης με νέες ευκαιρίες. Κύριο σημείο είναι η συνεργασία των κατάλληλων φορέων, η δικτύωση με παρόμοιες προσπάθειες για την ανταλλαγή καλών πρακτικών και η ενημέρωση της τοπικής κοινωνίας. Οι φορείς που θα κληθούν να συνεργαστούν είναι:

- Δήμος Λαρισαίων,
- Αντιδημαρχία Πολιτισμού και Αθλητισμού,
- Αντιδημαρχία Παιδείας και Νεολαίας,
  - Περιφέρεια Θεσσαλίας,
  - Ένωση Ξενοδόχων Λάρισας,
- Ένωση Διαφημιστών Κεντρικής Ελλάδας (ΕΕΔΕΚΕ),
  - τοπικά Μέσα Ενημέρωσης,
- Πολιτιστικοί Σύλλογοι (κινηματογραφικοί, θεατρικοί, μουσικοί, κ.ά.),
  - Επιμελητήριο Λάρισας,
- Εταιρείες καφέ Λάρισας (π.χ. Mikel),
  - Σχολές ΑΕΙ Λάρισας,
  - ΤΕΙ Λάρισας, και
- δημιουργικές συλλογικότητες.

Το πακέτο Open People - Open Life τονίζει την ιδιαίτερη σημασία που έχουν για την εικόνα της Λάρισας οι ίδιοι οι κάτοικοι της πόλης, η σύγχρονη, καθημερινή ζωή όπως έχει διαμορφωθεί έως σήμερα, ο νεανικός πληθυσμός που ενισχύει τη ζωντάνια της πόλης καθώς και οι πρωτότυπες, δημιουργικές και επιτυχημένες επιχειρήσεις της Λάρισας.

## Συμπεράσματα

Ο συντονισμός των προτεινόμενων δράσεων πρέπει να έχει την πλήρη στήριξη των σχετικών Αντιδημαρχιών και σημαντικών φορέων, όπως των αντιπροσώπων ΑΕΙ και ΤΕΙ της πόλης. Η ανάδειξη της ζωντάνιας και της τοπικής ταυτότητας της πόλης αναμένεται να έχει σημαντικά οφέλη για τη συνολικότερη οικονομική ανάπτυξη και την αναγνωρισιμότητα της πόλης.



Στις επόμενες σελίδες παρουσιάζονται σε μορφή πινάκων τα χρονοδιαγράμματα εφαρμογής και οι προϋπολογισμοί των προτεινόμενων δράσεων.

## Χρονοδιαγράμματα & Προϋπολογισμοί

Τα χρονοδιαγράμματα εφαρμογής αναφέρονται αναλυτικά σε όλους τους μήνες του πιλοτικού έτους εφαρμογής 2016, ενώ για τα επόμενα έτη έως το 2020 διακρίνονται σε τρίμηνα (Q1, Q2, Q3, Q4). Οι δράσεις αφορούν τις προτεινόμενες δράσεις του συγκεκριμένου πακέτου καθώς και τις κοινές δράσεις που αναλύθηκαν και εφαρμόζονται και στα επτά εξειδικευμένα πακέτα προώθησης του Στρατηγικού Σχεδίου Μάρκετινγκ Λάρισας.







Κοινές Δράσεις	Πιλοτικό Έτος Εφαρμογής												Έτος Εφαρμογής				Έτος Εφαρμογής				Έτος Εφαρμογής				Έτος Εφαρμογής												
	2016												2017				2018				2019				2020												
	ΚΟΙΤΟΣ	ΙΑΝ	ΦΕΒ	ΜΑΡ	ΑΠΡ	ΜΑΙ	ΙΟΥΝ	ΙΟΥΛ	ΑΥΓ	ΣΕΠ	ΟΚΤ	ΝΟΕΜ	ΔΕΚ	ΚΟΙΤΟΣ	Q1	Q2	Q3	Q4	ΚΟΙΤΟΣ	Q1	Q2	Q3	Q4	ΚΟΙΤΟΣ	Q1	Q2	Q3	Q4	ΚΟΙΤΟΣ	Q1	Q2	Q3	Q4				
<b>ΟΛΑ ΤΑ ΠΑΚΕΤΑ</b>																																					
1. Διαγωνισμός για το νέο λογότυπο της Λάρισας με βάση το σλόγκαν της πόλης	4.000 €		✓	✓																																	
2. Διενέργεια Πανελληνίου διαγωνισμού για δημιουργία τηλεοπτικού σποτ	4.000 €		✓	✓																																	
3. Δημιουργία του info point (Κέντρου Πολιτικής Δυσανάπτυξης) & λειτουργία με εθελοντική συμμετοχή φοιτητών (για εξυπηρέτηση επισκεπτών σε περίπτωση ειδικών γιγαντιαίων)	Δεν καταλογίζεται ως τμήμα του ΣΣΜΛ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Δεν καταλογίζεται ως τμήμα του ΣΣΜΛ	✓	✓	✓	✓	Δεν καταλογίζεται ως τμήμα του ΣΣΜΛ	✓	✓	✓	✓	Δεν καταλογίζεται ως τμήμα του ΣΣΜΛ	✓	✓	✓	✓	Δεν καταλογίζεται ως τμήμα του ΣΣΜΛ	✓	✓	✓	✓	✓				
4. Εμφάνιση Πλατφόρμας (αίθριο επικοινωνιών που έχουν τη δυνατότητα να διαβούν πληροφορίες στα εθελοντικά κοινά)	Από χορηγίες					✓	✓						Από χορηγίες	✓	✓			Από χορηγίες	✓	✓			Από χορηγίες	✓	✓			Από χορηγίες	✓	✓			✓				
5. Δημιουργία media kit με εξειδίκευση για το κάθε πακέτο	2.500 €																	2.500 €	✓				2.500 €	✓				2.500 €	✓								
6. Δημιουργία και διάθεση τριτογενών πληροφοριακών φυλλοδίων και ειδικά σχετισμένων χορδών της ευρωπαϊκής προώσης (Προσφώνησης Ενότητας)	3.000 €				✓	✓												1.500 €	✓								1.500 €	✓									
7. Δημιουργία ημερολογίου για το πρόγραμμα δράσεων 2016	500 €	✓											500 €	✓				500 €	✓				500 €	✓			500 €	✓									
8. Δημιουργία κεντρικού ιστότοπου με ειδικές σελίδες για κάθε πακέτο	1.500 €		✓	✓	✓													1.500 €	✓	✓							1.500 €	✓	✓								
9. Παραγωγή ειδικού οπτικού υλικού σε μορφή video για το διαδίκτυο (ιστότοπος, you tube)	1.500 €				✓	✓	✓											1.000 €	✓								1.000 €	✓									
10. Διαφημιστικές καταχωρήσεις στον τύπο, την τηλεόραση και σε επλέγμένα sites	5.000 €					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	2.500 €	✓	✓	✓	✓	4.000 €	✓	✓	✓	✓	2.500 €	✓	✓	✓	✓	4.000 €	✓	✓	✓	✓	✓				
<b>ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΕΤΗΣΙΟ ΚΟΣΤΟΣ ΚΟΙΝΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ</b>	<b>22.000 €</b>												<b>3.000 €</b>					<b>11.000 €</b>					<b>3.000 €</b>				<b>11.000 €</b>										

# Σχετικά με ΤΟ ΤΕΥΧΟΣ

Επιστημονικός υπεύθυνος

**Αλέξιος Δέφνερ,**

Καθηγητής Πολεοδομίας & Ελεύθερου Χρόνου,  
Διευθυντής Ε.ΤΟΥ.Σ.Ε.Π., Τμήμα Μηχανικών Χωροταξίας  
Πολεοδομίας & Περιφερειακής Ανάπτυξης Πανεπιστημίου Θεσσαλίας

Βασική ερευνητική ομάδα

**Θεόδωρος Μεταξάς,**

Επίκουρος Καθηγητής  
Οικονομικής Ανάπτυξης, ΤΟΕ  
Π.Θ.

**Νικόλαος-Γεώργιος**

**Καραχάλης,**

Οικονομολόγος με ειδίκευση  
στον αστικό χώρο, Εξωτερικός  
διδάσκων ΤΜΧΠΠΑ Π.Θ.,  
ΣΕΠ ΕΑΠ

**Κλεάνθης Συρακούλης,**

Επίκουρος Καθηγητής  
Ποσοτικών Μεθόδων στη  
Διαχείριση Αναπτυξιακών  
Εργων ΤΕΙ Θεσσαλίας

**Ευαγγελία Ψαθά,**

Πολιτικός Μηχανικός ΕΜΠ,  
Διδάκτωρ Πολεοδομίας,  
Μέλος ΕΔΙΠ Π.Θ.

**Νικόλαος Βογιαζίδης,**

Διδάκτωρ Πολιτικής Επιστήμης,  
University of Sussex, Εξωτερικός  
διδάσκων ΤΜΧΠΠΑ Π.Θ.

**Σωτηρία Κατσαφάδου,**

Αρχιτέκτων Μηχανικός Π.Θ.,  
MSc Πολεοδομία-Χωροταξία,  
Υποψήφια Διδάκτωρ ΤΜΧΠΠΑ  
Π.Θ.

**Γεωργία Λάλου,**

Αρχιτέκτων Μηχανικός Α.Π.Θ.,  
MSc Πολεοδομία-Χωροταξία,  
Υποψήφια Διδάκτωρ ΤΜΧΠΠΑ  
Π.Θ.

**Νεοκλής Μαντάς,**

Μηχανικός Χωροταξίας,  
Πολεοδομίας & Περιφερειακής  
Ανάπτυξης ΤΜΧΠΠΑ, MA  
Cities and Culture, Queen Mary,  
University of London, Υποψήφιος  
Διδάκτωρ ΤΜΧΠΠΑ Π.Θ.

Το παρόν τεύχος αποτελεί τμήμα από ένα σύνολο 7 εξειδικευμένων πακέτων προώθησης που εντάσσονται στο ερευνητικό έργο 'Στρατηγικό Σχέδιο Μάρκετινγκ Λάρισας' και πραγματοποιήθηκε από το Εργαστήριο Τουριστικού Σχεδιασμού, Έρευνας & Πολιτικής (Ε.ΤΟΥ.Σ.Ε.Π.) του Τμήματος Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας & Περιφερειακής Ανάπτυξης της Πολυτεχνικής Σχολής του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας.

Νοέμβριος 2015

Σχεδιασμός τεύχους:

Γεωργία Λάλου

Υπεύθυνος σύνταξης τεύχους:

Γεωργία Λάλου

OPEN TOURISM/  
OPEN CULTURE

OPEN BUSINESS/  
OPEN NETWORKS

OPEN SPACE/  
OPEN RIVER

OPEN PEOPLE/  
OPEN LIFE

OPEN EDUCATION/  
OPEN RESEARCH

OPEN SPORTS

OPEN CARE/  
OPEN HEALTH