

Krosno Wielu Ścieżek



PODRĘCZNIK DOBRYCH PRAKTYK

Przedsięwzięcia

“Utworzenie turystycznych ścieżek narracyjnych”



KROSNO
MIASTO SZKŁA
www.krosno.pl

Pomysł stworzenia ścieżek narracyjnych narodził się kilka lat temu, kiedy rozmawiając z grupą znajomych na temat atrakcji turystycznych Krosna i okolic doszliśmy do wniosku, że na naszym terenie znajduje się wiele atrakcyjnych i wartych odwiedzenia miejsc, ale są one często zupełnie nieznane szerszej grupie zwiedzających. Co gorsza, brak im czegoś co je łączy, rodzaju wspólnej opowieści albo - mówiąc językiem amatorów gier fabularnych - narracji. To właśnie wtedy zaczęła się wykuwać koncepcja ścieżek narracyjnych, łączących różne lokalizacje i zabytki w spójną całość. Wkrótce dowiedzieliśmy się o możliwości zaprezentowania tego pomysłu władzom Krosna, które właśnie przygotowywały nabór inicjatyw społecznych do wniosku, ubiegającego się o dofinansowanie różnych działań w Krośnie ze środków norweskich. Zaprezentowaliśmy naszą wizję jako **„Krosno Wiele Ścieżek”** i cieszymy się, że będąc na końcu tego przedsięwzięcia możemy z dumą zaprezentować jego rezultaty. Mamy nadzieję, że krośnieński projekt jest jedynie początkiem i istniejące ścieżki w kolejnych latach będziemy mogli rozbudować o kolejne miejsca, a same trasy nie będą kończyć się na granicach Krosna, ale będą obejmować również okoliczne gminy i sięgać dalej.

Bartosz Wilk
Prezes Zarządu
Fundacji Karpacki Klaster Ekonomii Społecznej



Projekt pn. „Kreujemy + Rozwijamy + Ożywiamy + Stymulujemy + Nakreślamy + Odmieniamy = KROSNO” realizowany w ramach Programu Rozwój Lokalny, współfinansowany w 85% ze środków Norweskiego Mechanizmu Finansowego 2014-2021 oraz w 15% z budżetu państwa.

„Wspólnie działamy na rzecz Europy zielonej, konkurencyjnej i sprzyjającej integracji społecznej”

Wysokość otrzymanego dofinansowania wynosi 17 365 786,37 PLN. Beneficjentem/ Partnerem Wiodącym jest Gmina Miasto Krosno. Celem projektu jest kompleksowa poprawa jakości życia w Krośnie oraz lepsze dostosowanie administracji Krosna do potrzeb mieszkańców.

Więcej informacji:

www.norwaygrants.pl
www.norwaygrants.org

Jeśli chcesz poczytać jak rozwija się Krosno w ramach programu „Rozwój Lokalny”, to tutaj: <https://www.krosno.pl/dla-mieszkancow/rozwój-lokalny/aktualnosci>

Jeśli chcesz poczytać jak rozwijają się inne miasta w ramach programu „Rozwój Lokalny”, to tutaj: <https://www.miasta.pl/kategorie-aktualnosci/program-rozwój-lokalny>



Pomysł

Krosno jest miastem bardzo nietypowym. Położone w jednym z uboższych regionów Polski, na terenach oddalonych od głównych szlaków komunikacyjnych i największych ośrodków miejskich, regularnie zajmuje wysokie pozycje w rankingach najatrakcyjniejszych miast średniej wielkości, w których żyje się dobrze i przyjemnie. Otoczone niezwykle malowniczymi i ciekawymi przyrodniczo obszarami południowej części województwa Podkarpackiego, przyciąga uwagę bogatą historią i zabytkami.

Walory te już teraz promowane są na wiele sposobów, w mediach ogólnopolskich co jakiś czas pojawiają się artykuły na temat miasta, prowadzone są kampanie outdoorowe, nawiązywana jest współpraca z liderami opinii. W mieście funkcjonuje też rzetelnie prowadzona informacja turystyczna, pozwalająca pokierować turystów do najciekawszych miejsc.

Większość z najbardziej rozpoznawalnych krosnieńskich atrakcji widoczna jest gołym okiem, ale naszym zdaniem to nie one stanowią o wyjątkowości Krosna. To jego mieszkańcy, wyróżniający się swoją przedsiębiorczością i aktywnością są tymi, którzy tworzyli i nadal tworzą żywą tkankę miejską i jego historię. Bez nich Krosno byłoby tylko jednym z wielu średnich miast w Polsce. Rozpoczynając projekt „Krosno Wielu Ścieżek” zależało nam na tym, by podkreślić jego wyjątkowość również poprzez pryzmat ludzi z nim związanych, ich historii, osiągnięć i znaczeniu, jakie nadali miastu nie tylko lokalnie, ale często również wpływając na losy Polski i świata.

Co chcemy osiągnąć?

Nadrzędnym celem przedsięwzięcia jest jak najszersza promocja ścieżek i zawartych w nich przystanków: na etapie konsultacji, poprzez skuteczne komunikowanie ich przebiegu oraz już po utworzeniu tras. Popularyzacja ścieżek jako produktu turystycznego powinna przebiegać w taki sposób, by rezultaty były widoczne także po zakończeniu działań promocyjnych.

Harmonogram promocji rozłożony jest w czasie, gdyż u podstaw projektu leży założenie o jak najszerszym skonsultowaniu kształtu i wyboru ścieżek z samymi mieszkańcami Krosna - wierzymy bowiem, że to sami krosńianie najlepiej wiedzą, co warto zaprezentować odwiedzającym miasto turystom.



Największe wyzwanie

Wielkim wyzwaniem była budowa strategii komunikacji już od początku trwania konsultacji – naszym zadaniem było promowanie praktycznie od samego początku projektu, który nie miał na wstępie nic poza nazwą. Nie istniała identyfikacja wizualna, strona internetowa, kanały w mediach społecznościowych. Nie wiedzieliśmy też, jakie ostatecznie ścieżki tematyczne powstaną i jakich obszarach tematycznych się skupią. Wszystko musiało powstać od samego początku bez bazy odnośników, zaangażowanej społeczności czy zasięgów.

Nie wiedzieliśmy, jakie ścieżki wskażą mieszkańcy i które ostatecznie trafią na listę tych dwunastu ostatecznie wybranych. Musieliśmy zbudować przekaz bazujący na poczuciu lokalnej tożsamości i bliskości historii, z drugiej strony natomiast strony staraliśmy się komunikować mieszkańcom jak największą otwartość na ich opinie, chęć spotkań i rozmów z nimi na temat kształtu ścieżek. Liczyliśmy w ten sposób na dotarcie do osób i środowisk, które były nam nieznane, z którymi czasem samodzielnie nie potrafiliśmy nawiązać kontaktu, a które dowiedziały się o przedsięwzięciu i chciały wnieść swój merytoryczny wkład w jego rozwój.

Komunikaty.

Współpraca między partnerami

Warto w tym miejscu podkreślić, że nieocenioną pomoc uzyskaliśmy ze strony lidera projektu, czyli Urzędu Miasta Krosna - w szczególności zespołu odpowiedzialnego za komunikację, promocję oraz współpracę przy przedsięwzięciu. Osoby te wielokrotnie poświęcały nam czas, merytorycznie odnosząc się do pomysłów i propozycji Fundacji KKES na temat zakresu i promocji przedsięwzięcia. Naszym zdaniem dobra relacja na płaszczyźnie lider – partner jest jednym z kluczowych fundamentów powodzenia projektów realizowanych we współpracy z władzami samorządowymi i przedstawicielami sektora pozarządowego.

Jak budujemy przekaz?

Krótkie podsumowanie konsultacji społecznych:

Same konsultacje zostały szczegółowo opisane w osobnym dokumencie, w tym miejscu pozwolimy sobie jedynie na krótkie streszczenie: prowadzone były łącznie przez 7 miesięcy od 1 lipca 2022 r. do 31 stycznia 2023 r. Realizowano je w wielu różnych formach: od spotkań indywidualnych z lokalnymi hobbystami, historykami i pasjonatami, przez spotkania z przedstawicielami organizacji pozarządowych aż do otwartych spotkań z mieszkańcami, sondy ulicznej czy też uruchomienia stałego punktu konsultacyjnego. Informacje o spotkaniach promowane były na stronie internetowej oraz w mediach społecznościowych.

W trakcie konsultacji:

- przeprowadzono rozmowy z łącznie 96 osobami - mieszkańcami Krosna w różnym wieku,
- odwiedzano łącznie 23 firmy i organizacje, które podzieliły się obserwacjami, wynikającymi ze swojej działalności oraz sugestiami, w jaki sposób można je włączyć w przebieg ścieżek,
- zorganizowano 9 otwartych spotkań konsultacyjnych,
- w konsultacje zaangażowanych było 6 facylitatorów - animatorów i moderatorów spotkań,
- wykorzystano 3 różne techniki partycypacji społecznej.

Konsultacje były komunikowane na kilku płaszczyznach: w pierwszej kolejności korzystano z już istniejących kanałów, takich jak rozpoznawalne profile społecznościowe realizatora konsultacji (Fundacji GraTy) oraz Fundacji Karpacki Klaster Ekonomii Społecznej. Informacje o odbywających się spotkaniach, testowaniu ścieżek oraz podsumowania konsultacji online były publikowane za pośrednictwem kont w mediach społecznościowych, a także umieszczane na stronie wieslesciezek.pl zaraz po jej powstaniu. Wtedy zaczęliśmy również wykorzystywać profil „Wiele Ścieżek” na Facebooku i Instagramie, chcąc zachęcić nowe osoby do śledzenia postępów prac nad powstającymi ścieżkami.

Poniżej prezentujemy 12 ścieżek, które wybrano do realizacji na zakończenie konsultacji. Uznano je za najciekawsze i najbardziej atrakcyjne pod względem dotarcia do różnych grup mieszkańców oraz turystów odwiedzających Krosno i poszukujących lokalnych ciekawostek. Za finalny kształt ścieżek odpowiedzialne było Muzeum Rzemiosła w Krośnie jako ich końcowy realizator.

Turystyczne ścieżki narracyjne:

1. Krosno im starsze – tym lepsze

Ścieżka zabytków - pozycja obowiązkowa dla każdego zwiedzającego. Historia miasta zapisana w najpiękniejszych i najstarszych budowlach Krosna.

2. Krosno w szczegółach

Ścieżka detali - drobne, niepozorne elementy, które mogą łatwo umknąć niewprawionym oczom. Czy jesteście gotowi na zabawę w detektywa?

3. Z Krosnem związani

Ścieżka postaci - bo nie tylko artyści i rzemieślnicy zasługują na upamiętnienie. O niektórych postaciach związanych z tą ścieżką na pewno część zwiedzających słyszała, ale czy o wszystkich? Chcemy przypomnieć również o tych mniej znanych, ale niezwykle ważnych osobach, w których biografiach odbija się również historia Krosna.

4. Krosno nawiasem mówiąc

Ścieżka ciekawostek - miejsca, które wyglądają niepozornie, lecz związana z nimi historia wciąż fascynuje. Nawiązania do historii, zwyczajów i ludzi w postaci ciekawostek, którymi można błysnąć w towarzystwie.

5. Krosno z węg

Ścieżka artystów - jest to ścieżka opowiadająca o artystach, malarzach, rzeźbiarzach, architektach, których dzieła często mijamy przechadzając się ulicami Krosna. Ścieżka ma nie tylko przybliżyć ich twórczość, ale na swój sposób wręcz upamiętnić ich działalność.

6. Z wiarą w Krosno

Ścieżka sakralna - podążając nią możesz po prostu pójść na spacer po uroczym Krośnie z przekonaniem, że zwyczajnie odpoczniesz i zrelaksujesz się, wędrując po zakątkach miasta. Możesz kroczyć po tej ścieżce z wiarą i potraktować spacer jako swego rodzaju pielgrzymowanie, a nawet modlitwę. Większość miejsc, które odwiedzisz, związanych jest z kultem religijnym. Wejdiesz do świątyń, przystaniesz przy kapliczkach, pomnikach, by poznać historię, obcować ze sztuką i architekturą sakralną Krosna. Spoglądając na wyobrażenia świętych, będziesz podziwiał kunszt artystyczny dawnych mistrzów, ale możesz również odnaleźć indywidualną przystań wiary i przestrzeń osobistego spotkania z Bogiem. Rozgość się tu na dobre – zgodnie z tym co czujesz i jak zdecydujesz.

7. Krosno – wichry wojen

Ścieżka batalistyczna, poświęcona obu wojnom światowym, które nie ominęły również Krosna i jego mieszkańców. Dzięki tej ścieżce opowiemy o wielu interesujących, lecz nieznanym szerzej faktach, związanych z tymi konfliktami: o szkole lotniczej, siedzibie Gestapo i partyzantach; o tym, jak wojna została zapamiętana przez samych krośnian.

8. Legendarne Krosno

Ścieżka legend i podań - inspiracją dla ścieżki stały się legendy, podania i tradycje lokalne, które związane są z bogatą historią Krosna i pięknem zakątków jego zespołu staromiejskiego. Przemierzając ścieżkę poznasz tajemnicę nieszczęśliwej miłości Stanisława i Anny, odkryjesz sekret niezwykłego brzmienia krośnieńskich dzwonów oraz przekonasz się, dlaczego krośnieńskie szkło cieszy się legendarnym uznaniem. To spacer, na którym krzyżują się najdawniejsze dzieje miasta z współczesną historią.

9. Krosno siłami natury

Ścieżka przyrody - Krosno ze swoją otuliną przyrodniczą, a także prężnie działającym środowiskiem akademickim, stało się rozpoznawalnym ośrodkiem między innymi w zakresie nauk zielarskich, ziołoleczniczych oraz promocji dzikich roślin jadalnych. Przy okazji chcąc przybliżyć turystom inne poza Śródmieściem dzielnice Krosna, przygotowaliśmy ścieżkę ekologiczną, która przebiegać będzie po najbardziej zielonych terenach miasta.

10. Krosno – pięknie czyli funkcjonalnie

Ścieżka architektury modernistycznej - Krosno na początku XX wieku uległo znacznym przeobrażeniom. Poprawiła się sytuacja finansowa mieszkańców Galicji, w mieście mieszkało wówczas wiele osób, które pozostawiły po sobie wyjątkowe budynki o niezwykłych bryłach, płaskorzeźbach lub niecodziennych rozwiązaniach architektonicznych.

11. Krosno – technicznie rzecz biorąc

Ścieżka techniki - rzemiosła, przemysłu, wynalazków - wszystkie one łączą się w Krośnie biografiami sławnych odkrywców i zwykłych robotników, codziennie sumiennie wykonujących swoją pracę.

12. Krosno – śladami judaizmu

Ścieżka żydowska - Krosno niegdyś było miastem wielonarodowościowym i wielowyznaniowym. Ścieżka inspirowana jest historią społeczności żydowskiej, która tworzyła dawne Krosno. To spacer po materialnym oraz niematerialnym dziedzictwie kultury żydowskiej. Na trasie ścieżki zobaczyć możemy namacalne ślady obecności Żydów w Krośnie, takie jak kirkut, ślad po mezuzie czy przedmioty zgromadzone w muzeum judaiki. Są na niej również miejsca, które tylko dzięki zachowanym źródłom archiwalnym oraz tradycji lokalnej przetrwały do naszych czasów jako świadkowie tamtych dziejów, tj. miejsce po synagodze czy teren dawnego getta.

Odbiorcy

Do kogo chcemy trafić i jak chcemy to zrobić?

Jednym z głównych założeń przedsięwzięcia "Stworzenie ścieżek narracyjnych" było dotarcie do jak najszerzej grupy odbiorców poprzez kampanię promocyjną "Krosno Wiele Ścieżek". Turyści odwiedzający Krosno dzielą się na kilka grup, różniących się nie tylko pod względem parametrów demograficznych, ale również zainteresowań tematycznych oraz sposobu zwiedzania miasta. Aktualnie wśród osób odwiedzających miasto wyróżnić możemy kilka person marketingowych - swoistych wizualizacji idealnego typu klienta (w tym przypadku - odbiorcy), do których chcemy dotrzeć, dobierając do nich konkretne działania promocyjno-komunikacyjne (w tym kanały promocji, formę przekazu oraz najbardziej atrakcyjne z ich perspektywy aspekty projektu).

Rzeszowianin

Mieszkaniec Rzeszowa i okolic, poszukujący atrakcyjnej formuły na spędzenie weekendu. Posiada dzieci lub jest zainteresowany historią i odkrywaniem nowych miejsc.

Płeć: Kobieta lub mężczyzna, wiek 25-70 lat,

Kuracjusz

Osoba przebywająca na turnusie rehabilitacyjnym lub wypoczynkowym w jednym z pobliskich uzdrowisk. Poszukuje sposobu na zagospodarowanie czasu po zabiegach.

Turystyka, lokalna historia.

Płeć: Kobieta lub mężczyzna, wiek 45-80 lat

Aktywny rodzic

Rodzice dzieci w wieku szkolnym, chcący edukować je na temat lokalnej historii.

Krośnieńskie Mamy

Płeć: Kobieta lub mężczyzna, wiek 30-45 lat

Historyk – amator

Zainteresowany kulturą i historią lokalną, gromadzący zbiory na temat miasta i jego przeszłości.

Genealogia Krośnian, Stare Krosno, lokalne grupy poświęcone miejscowościom wokół Krosna (np. Dukla, Miejsce Piastowe, Krościenko, Korczyna).

Płeć: Kobieta lub mężczyzna, wiek 25-80 lat

Odbiorcy

Do kogo chcemy trafić i jak chcemy to zrobić?

Na podstawie wyżej opisanych person marketingowych dokonaliśmy nieco bardziej precyzyjnego zawężenia grup odbiorców, dostosowując je do ustawień demograficznych i zainteresowań, jakie wskazać możemy w centrum reklam platformy Meta:

- Osoby zainteresowane kulturą i historią lokalną mniejszych miast, lubią spacerować, poznawać lokalny koloryt i ciekawostki związane z danym miejscem. Gromadzące wspomnienia i opowieści, mogące być częścią większego obrazu. Płeć: K/M, wiek 30-70. Zainteresowania: historia, kultura lokalna, grupy: Genealogia Krośnian, Stare Krosno, Wydawnictwo Czarne, Andrzej Stasiuk i podobni autorzy.
- Turyści odwiedzający Bieszczady lub miejscowości Beskidu Niskiego, szukający ciekawych historycznie miejsc, związanych z historią regionu, zainteresowani turystyką i aktywnym wypoczynkiem. Płeć: K/M, wiek 25-70. Zainteresowania: sport, nordic walking, turystyka.
- Mieszkańcy południowo-wschodniej Polski (bliski czas dojazdu), rodzice dzieci w wieku szkolnym, chcący doedukować je na temat lokalnej historii. Płeć K/M, wiek 30-45.
- Mieszkańcy Krosna w wieku szkolnym (szkoła średnia) lub studenci (przyjezdni i miejscowi) poszukujący dodatkowych zajęć w mieście. Płeć K/M, wiek 16-22.
- Osoby pochodzące z Krosna, ale mieszkające poza miastem, odwiedzające je jednak lub śledzące informacje związane z miastem. Płeć K/M, wiek 26-75. Zainteresowania: Krosno, powiat krośnieński (Dukla, Rymanów), lokalizacja: Kraków, Warszawa, Wrocław, Rzeszów, Londyn, Dublin i inne.

Przekaz

Komunikacja szyta na miarę

Nasze hasło: “Spotkajmy się na jednej z wielu ścieżek”

Wybrane przez nas hasło ma przede wszystkim być zachętą nie tylko do korzystania ze ścieżek i poznawania miasta, ale przede wszystkim do wspólnych spacerów, na których można spotkać innych pasjonatów historii i ciekawostek.

To właśnie na ciekawostkach oparliśmy większość tworzonych przez nas komunikatów w mediach społecznościowych. Wyszliśmy bowiem z założenia, że gromadząc wiele interesujących faktów oraz zdjęć związanych z Krosnem, możemy zainteresować nimi potencjalnych odbiorców i zachęcić, w pierwszej kolejności do regularnego śledzenia naszego profilu, następnie do dzielenia się tymi informacjami z przyjaciółmi i znajomymi, w końcu do odwiedzenia Krosna i podążenia jedną z wybranych ścieżek.

Przygotowane treści staraliśmy się przy tym różnicować, dostarczając ciekawostek na różne tematy i prezentować je w różny sposób: przy pomocy krótkich postów ze zdjęciem, galerii zdjęć, filmików (rolek) prezentujących jedną konkretną ścieżkę lub jeden drobny wątek, łączący ze sobą więcej niż jedną ścieżkę.

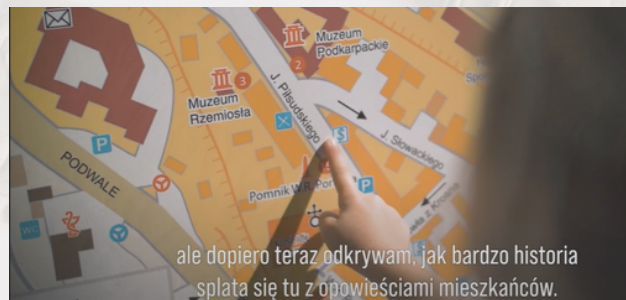
Treści multimedialne

Spot, podcasty, rolki

Spot video

Spot został umieszczony na platformach społecznościowych: Facebook, Instagram oraz na kanale w serwisie Youtube. Jest on również widoczny na stronie głównej *wielesciezek.pl*. Spot ma przede wszystkim na celu przybliżenie idei ścieżek i ich promocję w mediach społecznościowych.

Spot powstał w wersji z napisami oraz w wersji z audiodeskrypcją.



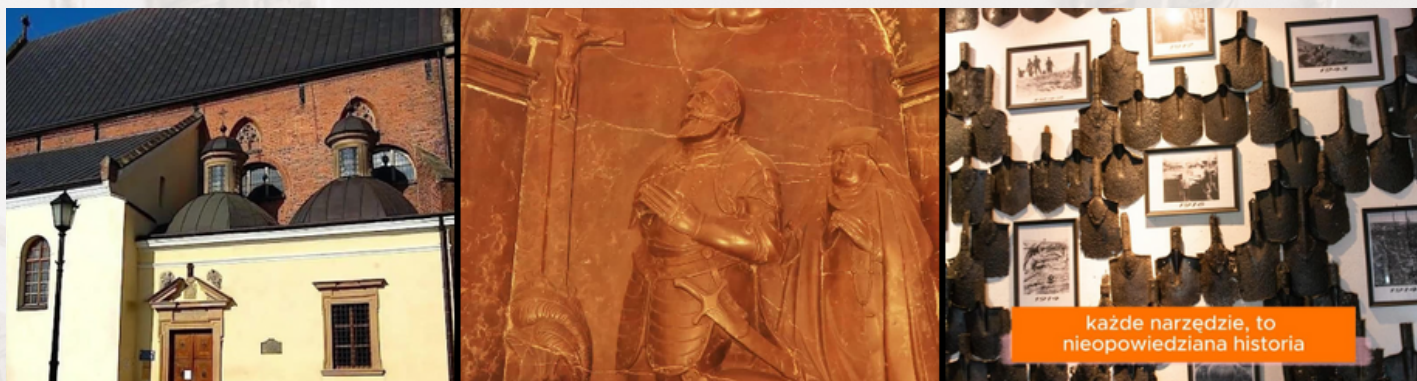
Podcasty

12 podcastów, które zostały nagrane w oparciu o teksty opisujące ścieżki, stanowią atrakcyjne uzupełnienie nie tylko dla promocji przedsięwzięcia, ale również jako sposób na zwiedzanie Krosna po ścieżkach tematycznych ze słuchawkami w uszach, wsłuchując się w głos jednego z lektorów. Dla urozmaicenia nagrań zdecydowaliśmy się na nagranie podcastów przez 2 różnych lektorów - kobietę i mężczyznę.

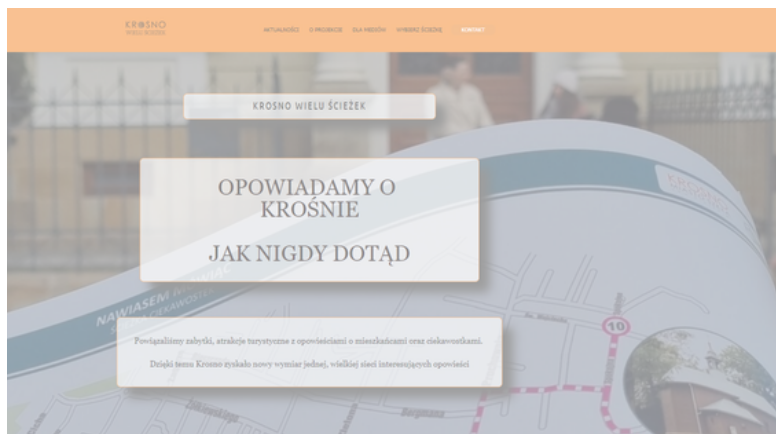


Rolki

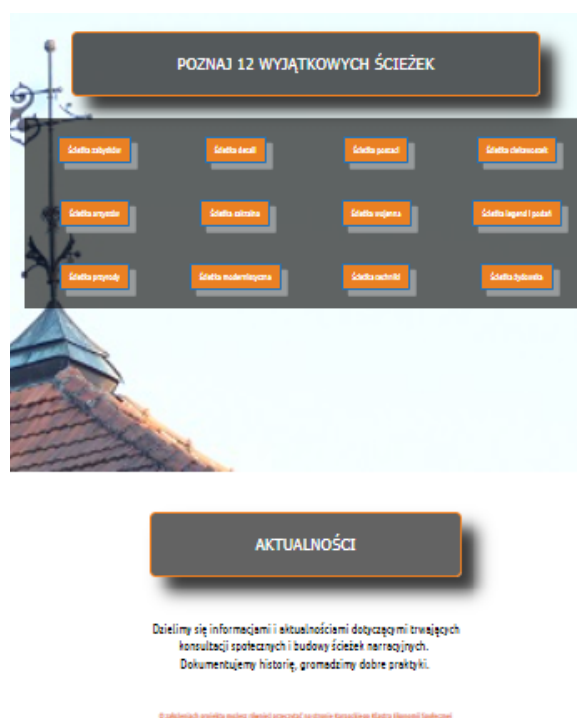
Promocja ścieżek przy pomocy rolek to atrakcyjna wizualnie forma dotarcia do odbiorców Instagrama. Pozwalają one w ciekawy sposób zaprezentować jeden lub kilka tematów związanych z daną ścieżką, np. poświęcając osobną rolkę przedmiotom, które pozostały po dawnych mieszkańcach czy obecności włoskich artystów, których dzieła możemy podziwiać w krosnieńskich kościołach. Co istotne, rolki mogą się wyświetlać również osobom przypadkowym, nie śledzącym dotychczas profilu, ale według algorytmu Instagrama mogących się zainteresować prezentowanymi treściami.



Nośniki komunikacji

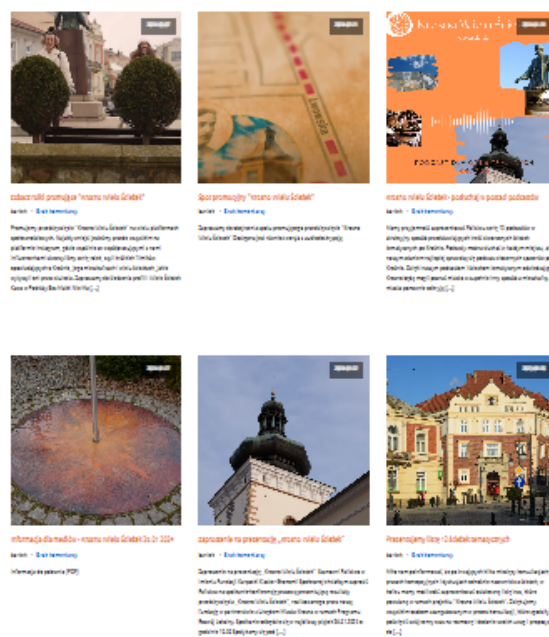


Strona internetowa **wielesciezek.pl** pełni funkcję głównego źródła informacji o realizowanym przedsięwzięciu, za jej pośrednictwem publikowaliśmy najważniejsze aktualizacje oraz udostępniliśmy wszystkie związane ze ścieżkami materiały. Ze strony można pobrać tekst z opisem każdej ze ścieżek, pobrać mapę w formacie PDF do wydruku, a także odtworzyć podcast. Opisy ścieżek zostały przy tym wzbogacone galeriami zdjęć, gdyż w trakcie ich tworzenia powstała bogata baza fotografii wielu obiektów w Krośnie, które teraz możemy wykorzystywać. Ponadto do opisów dodaliśmy w wielu miejscach odnośniki do innych materiałów - książek, podcastów, materiałów video, które bardziej dociekliwym pozwolą pogłębić wiedzę na dany temat.



Treści na stronie oraz wszystkie fotografie zostały zoptymalizowane pod kątem wyszukiwarek internetowych, tak aby nawet po zakończeniu działań promocyjnych w ramach przedsięwzięcia **“Kampania promocyjna Krośno Wiele Ścieżek”** strona była dobrze widoczna w sieci i mogła być odnaleziona przez kolejne osoby szukające informacji o Krośnie i możliwościach zwiedzania miasta.

Aby uzyskać zamierzony efekt zadbaliliśmy o to, aby poszczególne podstrony i treści na nich zawarte były nasycone słowami kluczowymi - po ich wpisaniu przez użytkownika, to właśnie strona będzie widoczna jako jedna z pierwszych w wynikach wyszukiwania).



Promocja - Instagram

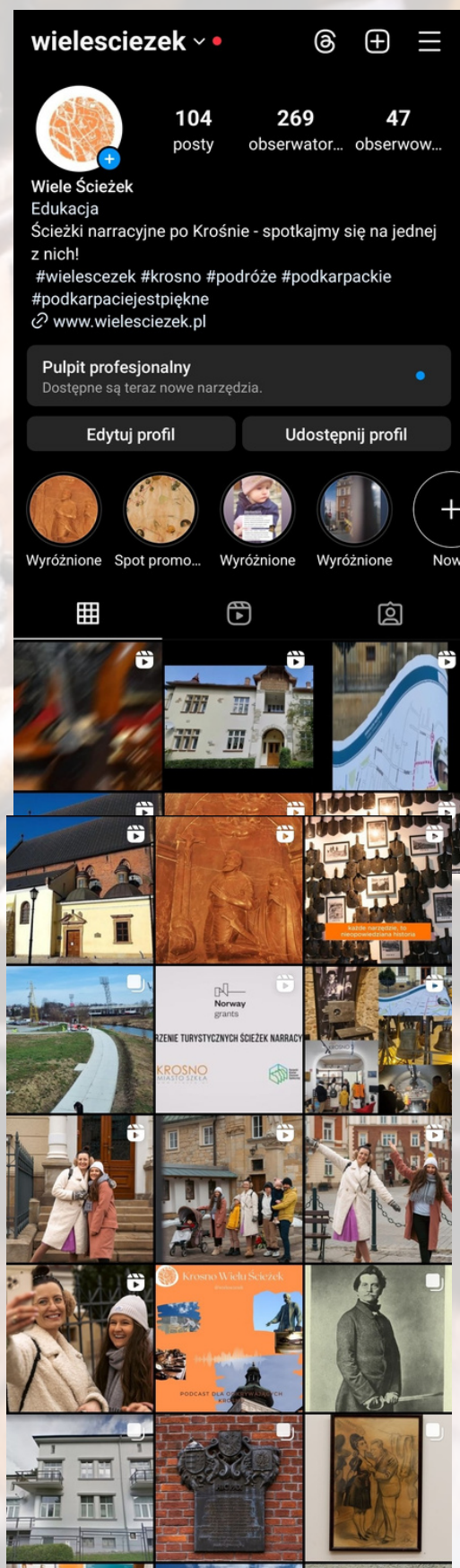
Platforma Instagram stanowi jedno z kluczowych miejsc do promocji przedsięwzięcia. Publikowane są na niej treści związane z samymi ścieżkami, jak również informacje o postępach projektu.

Konto na Instagramie funkcjonowało praktycznie od samego początku działań, służąc do informowania o prowadzonych konsultacjach społecznych w trakcie tworzenia ścieżek i spotkań z mieszkańcami.

Oparliśmy się na dwóch głównych rodzajach publikacji: galerie zdjęć wraz z rozbudowanym opisem, poruszającym jeden z tematów obecnych na ścieżkach, często łączących kilka ścieżek ze sobą oraz filmy video w zróżnicowanej formie, wykorzystujące animacje oraz efekty grafiki 3D w celu atrakcyjniejszego przedstawienia danego zagadnienia. Wszystkie filmy publikowane są w postaci rolek z napisami oraz nagrany głosem lektora.

W trakcie działań promocyjnych to właśnie Instagram okazał się platformą, na której dostrzegliśmy największą aktywność odbiorców i największy przyrost nowych śledzących, dlatego uznaliśmy, że to właśnie na tej platformie skupimy się najmocniej, tworząc kolejne materiały promocyjne. Również do użytkowników Instagrama kierowana była spora część reklam płatnych, jakie mieliśmy zaplanowane na czas promocji.

Wokół Instagrama skupiła się również nasza współpraca z dwoma kontami influencerskimi w ramach Kampanii promocyjnej "Krosno wielu ścieżek".



Influencerzy

Jednym z założeń przedsięwzięcia "Stworzenie turystycznych ścieżek narracyjnych" jest nadanie mu jak najbardziej przystępnej i przyjaznej formy, która przyciągnie nowych zwiedzających do Krosna. Chcieliśmy, by pod materiałami dotyczącymi ścieżek pojawiły się konkretne osoby, które przeszły się nimi, odnajdowały ukryte ciekawostki i wspólnie z dziećmi rozwiązywały zagadki.

Zdecydowaliśmy się na współpracę z dwiema influencerkami, które prowadzą popularne profile na Instagramie i są bardzo aktywne w mediach społecznościowych, poruszają przy tym tematy związane ze stylem życia oraz edukacją dzieci, stąd też ich grupy odbiorców blisko pokrywały się z tymi, które założyliśmy jako kluczowe dla kierowanych przez nas treści.



Wizyty influencererek razem z rodzinami udało nam się zorganizować w styczniu 2024 r. - wspólnie przeszliśmy dwie wybrane przez nich ścieżki (wybrane zostały: ścieżka techniki oraz ścieżka ciekawostek). Przygotowaliśmy ogromną ilość zdjęć i materiałów video, które następnie były publikowane na obu profilach - przy czym warto podkreślić, że bardzo skuteczna okazała się funkcja dodawania współtwórców do już opublikowanych rolek, gdzie profil "Wiele Ścieżek" został podlinkowany, zyskując bardzo na rozpoznawalności. Wiele nowych osób zaczęło śledzić nasz profil, a w komentarzach widać było wiele pozytywnych reakcji i deklaracji odwiedzenia Krosna w najbliższym czasie.



Profile influencerskie, z którymi współpracowaliśmy (dostępne na platformie Instagram):

Kawa w Podróży
Bez Matki Nie Ma Chatki

Promocja Facebook

Facebook pozostaje jedną z najpopularniejszych platform społecznościowych z dużym potencjałem do promocji wydarzeń lokalnych. Z tego też powodu szczególnie w początkowej fazie przedsięwzięcia (konsultacje z mieszkańcami), to właśnie Facebook był jednym z głównych narzędzi komunikowania informacji o kolejnych wydarzeniach. Utworzony został dedykowany profil "Wiele Ścieżek", ale aktualności były również publikowane i udostępniane za pośrednictwem innych profili: Fundacji Karpacki Klaster Ekonomii Społecznej oraz Fundacji GraTy, odpowiedzialnej za organizację konsultacji. Informacje o projekcie udostępniał również Urząd Miasta Krosna na swoim oficjalnym profilu.

W trakcie trwania konsultacji bardzo cenne okazały się już działające na Facebooku grupy lokalnych amatorów historii, których zapraszaliśmy do udziału w spotkaniach.

Dużym wyzwaniem, z jakim przyszło nam się mierzyć, jest fakt, że Facebook w ostatnich latach bardzo mocno ograniczył zasięgi dla profili firmowych - wynika to z ogromnej ilości profili publicznych, jakie istnieją już na tej platformie a przez to konieczne jest "konkurowanie" o uwagę i czas użytkowników. Jednym ze sposobów na obejście tych ograniczeń, oprócz udostępnień na innych profilach, było udostępnianie informacji o "Krośnie Wiele Ścieżek" na prywatnych profilach w postaci postów oraz relacji, a także tworzenie wydarzeń i zapraszanie na nie potencjalnie zainteresowanych.

Ponieważ Facebook umożliwia bardzo precyzyjne profilowanie odbiorców ze względu na zainteresowania, lokalizację czy wiek, a jednocześnie, poprzez platformę Meta Business połączony jest z platformą Instagram, mogliśmy sprawnie kierować płatne reklamy do użytkowników obu serwisów.

Podsumowując działania promocyjne na obu należących do koncernu Meta platform społecznościowych (Facebook i Instagram), musimy znacząco podkreślić, że do zwiększenia zasięgów i rozpoznawalności profilu ścieżek przyczyniły się przede wszystkim płatne reklamy i promowanie wpisów - bez nich zasięgi byłyby znacznie ograniczone.

Najważniejsze wnioski płynące z działań promocyjnych na platformach społecznościowych firmy Meta:

- warto korzystać z pomocy kont już posiadających duże zasięgi na danej platformie,
- lepszą widoczność mają publikacje materiałów video w postaci rolek,
- należy stosować tagi i opisy do każdej publikacji,
- każda publikacja powinna zostać dodatkowo udostępniona jako relacja,
- niezbędne jest uwzględnienie w budżecie środków na płatne promocje treści.

Pozostałe media społecznościowe

Obok strony www oraz profili w serwisach Facebook i Instagram, w trakcie działań promocyjnych zadbaliśmy również o obecność na innych platformach społecznościowych. Nie pełniły one tak ważnej roli, jak te opisane wcześniej, jednak są one istotne przede wszystkim z punktu widzenia długofalowej trwałości projektu i jego rezultatów.

YouTube

Najpopularniejszy na świecie serwis do publikacji i udostępniania nagrań video stał się przede wszystkim miejscem, w którym zgromadziliśmy szereg materiałów multimedialnych związanych z przedsięwzięciem. Obok spotów promocyjnych opublikowaliśmy tam również podcasty, a w przyszłości mamy nadzieję wzbogacić już istniejący zapas publikacji kolejnymi, będącymi cennym uzupełnieniem do już istniejących ścieżek.

Platformy do publikacji podcastów

Niezwykle ważnymi platformami stały się te, dedykowane do publikacji podcastów. Powstałe w ramach działań promocyjnych pliki audio służyć będą jako podcasty – materiał promocyjny ścieżek, oraz ich uzupełnienie dla osób, które lubią samodzielnie spacerować i poznawać miasto. Podcasty dają dużą swobodę, można ich słuchać w trakcie spaceru, podczas jazdy samochodem, a nawet w trakcie pracy. Obecnie, jak podaje portal WirtualneMedia, już co piąty internauta słucha podcastów – to daje duży potencjał promocyjny, z którego postanowiliśmy skorzystać.

Podcasty zostały udostępnione w pierwszej kolejności na 2 platformach hostingowych: Podbean i Spotify for Podcasters, przy czym ta druga ma tu kluczowe znaczenie ze względu na integrację z najpopularniejszą platformą do odtwarzania plików audio, czyli Spotify. Oprócz nieodpłatnego udostępniania na tej konkretnej platformie, podcasty można łatwo opublikować także w innych miejscach, takich jak Google Podcasts, Apple Podcasts czy Amazon Podcasts - dzięki temu będą one dostępne także dla użytkowników tych platform, poszukujących podcastów o Krośnie oraz zainteresowanych historią czy turystyką lokalną.

Pinterest

Bardzo cenna z punktu widzenia długofalowej promocji platforma społecznościowa, którą wykorzystywać zaczęliśmy praktycznie od momentu, gdy tylko zaczęła się tworzyć nasza galeria zdjęć. Na platformie tej stworzono celowo na potrzeby projektu profil wielu ścieżek, na którym są publikowane zdjęcia z Krosna, będące własnością KKEŚ lub będące w domenie publicznej (np. fotografie postaci historycznych związanych z miastem), grafiki z opisami ścieżek, krótkie filmiki video/GIF, prezentujące ścieżki. Pinterest ma duże znaczenie pod kątem optymalizacji dla wyszukiwarek internetowych (SEO), umożliwiając zastosowanie metaopisów do zdjęć oraz połączenie każdej fotografii z odpowiednim adresem URL, przekierowującym do odpowiedniej ścieżki na stronie **wielesciezek.pl**

SEO, tagi i słowa kluczowe

#wieleściezek

Zakończenie płatnych działań promocyjnych w ramach przedsięwzięcia “Kampania promocyjna Krosno Wiele Ścieżek” nie oznacza w żaden sposób, że inicjatywa ta zostanie zakończona. Strona “Wiele Ścieżek”, a także profile w mediach społecznościowych pozostaną aktywne i w miarę możliwości na bieżąco aktualizowane. W trakcie tworzenia strony www oraz publikując na niej treści, zadaliśmy o to, aby była z czasem coraz lepiej widoczna w wyszukiwarkach internetowych i jak najwyżej mogła się pojawiać w wynikach wyszukiwania.

Na wysoką widoczność w wyszukiwarkach wpływ ma szereg czynników i często wiele miesięcy pracy osób odpowiedzialnych za pozycjonowanie stron. W naszym przypadku nie chcieliśmy poświęcać dużej części budżetu na te działania, postanowiliśmy zatem w pierwszej kolejności dokonać optymalizacji wpisów i mediów znajdujących się na stronie, tak by indeksujące treści automaty trafnie skojarzyły stronę wieleściezek.pl z konkretnymi słowami kluczowymi.

Zastosowaliśmy w tym przypadku strategię ‘long tail’ (ang. ‘długi ogon’), polegającą na zbudowaniu widoczności w oparciu o dużą ilość zróżnicowanych słów kluczowych związanych tematycznie ze ścieżkami. W ten sposób nie mogąc konkurować z najbardziej popularnymi słowami kluczowymi związanymi z turystyką, przyjęliśmy strategię kojarzenia z naszą stroną fraz mniej popularnych. Np. dla frazy **“Krosno ciekawostki”** jesteśmy już relatywnie wysoko w wynikach wyszukiwania, przy czym warto zaznaczyć, że wyżej od naszej witryny znajdują się strony znacznie starsze, znacznie bogatsze w treści i przez to lepiej indeksowane przez wyszukiwarki.

Fotografie

Warto wskazać na znaczenie wykorzystania fotografii do skutecznego pozycjonowania strony “Wiele Ścieżek”. W trakcie konsultacji i tworzenia ścieżek zbudowana została obszerna baza zdjęć Krosna i obiektów z nim związanych, w tym wiele fotografii detali. Zdecydowaliśmy się wykorzystać tę bogatą galerię zdjęć nie tylko w mediach społecznościowych (np. Instagram, Pinterest), ale również na stronie internetowej, dokładnie opisując każde zdjęcie (tekst alternatywny) oraz nadając mu unikalną nazwę. Nazwa musiała zawierać odpowiednie, kluczowe słowo lub frazę, np. **“kolekcja lamp naftowych w Krośnie”** lub **“lampy naftowe Krosno”** - dzięki temu rozwiązaniu automaty analizujące naszą stronę internetową “skojarzą” bezpośrednio te fotografie z konkretnymi frazami i zaindeksują je w wyszukiwarkach. W ten sposób da to szansę pojawienia się naszych zdjęć wysoko w wynikach wyszukiwania w kategorii “Grafika”, a tym samym może sprowadzić kolejnych użytkowników zainteresowanych tematem Krosna i jego historii.

Mieszkańcy - nasi ambasadorzy

Dla mieszkańców Krosna lokalna tożsamość jest bardzo ważna, a duma z miasta stała się na tyle znana, że zyskała miano osobnej, żartobliwej ideologii “pankrośnizmu” (odsyłamy w tej kwestii do stosownego hasła w Nonsensopedii). To zaangażowanie krośnian i osób stąd pochodzących jest niezwykle wartościową cechą, którą również postanowiliśmy wykorzystać w działaniach promocyjnych.

Przede wszystkim należy podkreślić, że to mieszkańcy wybrali ostateczne ścieżki do realizacji, to ich uwagi i propozycje nakierowały nas do wybrania poszczególnych obiektów i postaci, ujętych na ścieżkach. Mieszkańcy Krosna byli pierwszymi testerami ścieżek i opiniowali ich przebieg. Idea “Krosno Wiele Ścieżek” opiera się na fundamentalnym założeniu, że miasto to nie tylko budynki i zabytki, ale również jego mieszkańcy i ich historie, dlatego chcemy o nich opowiedzieć odwiedzającym.

Mieszkańcy Krosna, dawni i obecni, to najlepsi ambasadorzy miasta. Chętnie chwalą się nim i opowiadają o swoim mieście innym, robiąc mu najlepszą reklamę z możliwych. Stąd też część komunikatów, jakie tworzyliśmy, było kierowane bezpośrednio do nich, tak by wzbogacić ich wiedzę o Krośnie, zaprezentować ścieżki. Mamy nadzieję, że w przyszłości, gdy odwiedzać ich będą znajomi z innych części Polski, mieszkańcy staną się samodzielnymi przewodnikami po mieście, korzystając z przygotowanych przez nas map, opisów i podcastów.

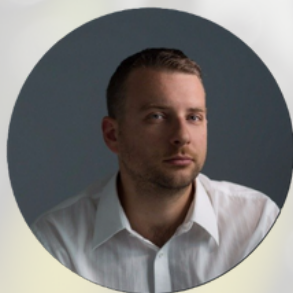
W celu zwiększenia rozpoznawalności przedsięwzięcia “Krosno Wiele Ścieżek” wśród samych krośnian, niedużą część reklam skierowaliśmy również bezpośrednio do nich, określając grupę odbiorców naszych promowanych wpisów na lokalizacje w promieniu 40 km od samego Krosna. Dzięki współpracy z lokalnymi mediami i publikacjami na temat ścieżek na stronach internetowych czy w gazetach, wielu mieszkańców mogło się dowiedzieć o ich istnieniu i wziąć udział w testach lub faktycznym zwiedzaniu.

Podsumowanie

Przedsięwzięcie **“Stworzenie turystycznych ścieżek narracyjnych”** (Krosno Wiele Ścieżek)” okazało się projektem ambitnym i wymagającym.

Po raz pierwszy w naszym mieście podjęta została próba przeprowadzenia tak szerokiej konsultacji społecznych w kontekście budowy produktu turystycznego. Z kolei produkt ten miał za zadanie godzić ze sobą wiele gustów i propozycji, często ze sobą sprzecznych, i zachować przy tym wysoki poziom merytoryczny przy jednoczesnej atrakcyjności wizualnej. Zgromadzone w trakcie budowania i promowania ścieżek doświadczenie z pewnością przyda nam się podczas tworzenia kolejnych, podobnych inicjatyw w Krośnie i w regionie. Zarówno koncepcja ścieżek tematycznych, jak i formuła konsultacji z mieszkańcami, organizacjami pozarządowymi i instytucjami okazała się trafnym wyborem w budowie produktu turystycznego mocno zakorzenionego w lokalnej tożsamości. Mam przy tym nadzieję, że zgromadzone w tym dokumencie informacje oraz rozwiązania, jakie zastosowaliśmy staną się inspiracją dla innych, podobnych inicjatyw nie tylko na Podkarpaciu, ale również w innych częściach Polski.

Jestem rzecz jasna świadom, iż współczesne media, formy komunikowania z odbiorcą, ale również preferencje tychże odbiorców ulegają nieustannym zmianom - pojawiają się nowe rozwiązania technologiczne, w samej sieci zmieniają się mody i pomysły na działalność. Jeszcze kilka lat temu podcasty czy krótkie materiały video były rzadkością, dziś stały się w gruncie rzeczy podstawową formą komunikowania. Platformy społecznościowe same ulegają nieustannej ewolucji - trudno oczekiwać, by popularność Facebooka jako narzędzia do promocji wróciła kiedyś do poziomu z połowy drugiej dekady XXI wieku. Zastosowane przez nas rozwiązania traktować należy przede wszystkim jako inspiracje i sugestie, bardziej niż jako zbiór gotowych recept - im więcej czasu upłynie od momentu publikacji tego dokumentu, tym bardziej nie będą już one adekwatne do ewolucji wirtualnej rzeczywistości.



Autorem powyższej publikacji jest Bartosz Wilk, Prezes Zarządu Fundacji Karpaczski Klaster Ekonomii Społecznej. Jeśli chcesz skontaktować się z autorem lub porozmawiać na temat rozwoju projektu “Wiele Ścieżek”, zapraszam do kontaktu: bartosz@kkes.pl

Podręcznik Dobrych Praktyk przeznaczony jest do nieodpłatnej dystrybucji z uznaniem autorstwa.





Krosno Wiele Ścieżek

www.wielesciezek.pl

www.instagram.com/wielesciezek

www.facebook.com/wielesciezek

www.youtube.com/@wielesciezek

<https://open.spotify.com/show/2lptkx6tXcrR1VyuWZJ7xt>



KROSNO
MIASTO SZKŁA
www.krosno.pl



Projekt pn. „Kreujemy + Rozwijamy + Ożywiamy + Stymulujemy + Nakreślamy + Odmieniamy = KROSNO” realizowany w ramach Programu Rozwój Lokalny, współfinansowany w 85% ze środków Norweskiego Mechanizmu Finansowego 2014-2021 oraz w 15% z budżetu państwa.

„Wspólnie działamy na rzecz Europy **zielonej**, **konkurencyjnej** i **sprzyjającej integracji społecznej**”

Wysokość otrzymanego dofinansowania wynosi 17 365 786,37 PLN. Beneficjentem/ Partnerem Wiodącym jest Gmina Miasto Krosno. Celem projektu jest kompleksowa poprawa jakości życia w Krośnie oraz lepsze dostosowanie administracji Krosna do potrzeb mieszkańców.

Więcej informacji:

www.norwaygrants.pl
www.norwaygrants.org

Jeśli chcesz poczytać jak rozwija się Krosno w ramach programu „Rozwój Lokalny”, to tutaj: <https://www.krosno.pl/dla-mieszkancow/rozwój-lokalny/aktualnosci>

Jeśli chcesz poczytać jak rozwijają się inne miasta w ramach programu „Rozwój Lokalny”, to tutaj: <https://www.miasta.pl/kategorie-aktualnosci/program-rozwoj-lokalny>