

ŚWIĘTOKRZYSKIE UZDROWISKA

Plan Lokalny

komunikacji i promocji

Gmina Pińczów • 2026-2036

Rola Pińczowa we wspólnej marce:

AKTYWNE SERCE PONIDZIA

MARKI ŚWIĘTOKRZYSKIE UZDROWISKA



Fundusze Europejskie
dla Świętokrzyskiego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



WOJEWÓDZTWO
ŚWIĘTOKRZYSKIE

Numer referencyjny: RSID.271.04.2026

UMOWA
nr PKSU.041.1.1.2026

Działanie realizowane w ramach projektu
„Kreowanie uzdrowiskowego i turystycznego wizerunku Świętokrzyskich Uzdrowisk”.

Informacja o projekcie

Dokument opracowano w związku z realizacją projektu pn. „Kreowanie uzdrowskiego i turystycznego wizerunku Świętokrzyskich Uzdrowisk”, stanowiącego część zintegrowanego projektu strategicznego „Szlakiem Świętokrzyskich Uzdrowisk - rozwój potencjału turystycznego świętokrzyskiego obszaru uzdrowskiego”, współfinansowanego z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego.

Przedmiot dokumentu	Plan Lokalny komunikacji i promocji Gminy Pińczów na lata 2026-2036.
Obszar	Gmina Pińczów w systemie wspólnej marki Świętokrzyskie Uzdrowiska.
Podstawa	Strategia marki Świętokrzyskich Uzdrowisk, Strategia komunikacji marketingowej, diagnoza, badania, materiały Gminy i ustalenia dotyczące modelu zarządzania.
Relacja do pozostałych dokumentów	Plan przekłada wspólne założenia marki i komunikacji na lokalną ofertę, treści, współpracę z partnerami, odpowiedzialność i działania wdrożeniowe Pińczowa.

Plan Lokalny w skrócie

OBSZAR	NAJWAŻNIEJSZE ZAŁOŻENIE
ROLA PIŃCZOWA	Aktywne serce Ponidzia.
GŁÓWNE ZADANIE	Budować Pińczów jako główny punkt aktywnego korzystania z Ponidzia i porządkować ofertę w czytelne propozycje krótkiego pobytu.
GŁÓWNI ODBIORCY	Osoby aktywne; rodziny; goście uzdrowiskowi regionu; szkoły; firmy; mieszkańcy.
PRODUKTY WIODĄCE	Aktywne Ponidzie; Odkrywanie Ponidzia.
KOMUNIKACJA	Nida i aktywność; rowery i trasy; krajobraz; historia i kultura; aktywny pobyt; Pińczów jako część regionu.
WSPÓŁPRACA	Stały system pracy z operatorami aktywności, instytucjami kultury, muzeum, sportem, gastronomią, noclegami, przewodnikami i innymi lokalnymi partnerami.
2026-2029	Gmina prowadzi działania lokalne i współpracuje z Liderem porozumienia przy działaniach wspólnych.
MODEL DOCELOWY	LOT „Świętokrzyskie Uzdrowiska” koordynuje działania wspólne; gminy nadal odpowiadają za własną ofertę i kierunek strategiczny.

Pińczów potrzebuje czytelnie uporządkowanej oferty aktywnego korzystania z Ponidzia, którą łatwo zaplanować i połączyć z poznawaniem Pińczowa, jego historii i kultury oraz regionu.

1. Rola Planu Lokalnego

Plan Lokalny komunikacji i promocji Gminy Pińczów określa, w jaki sposób Gmina realizuje wspólną Strategię marki i Strategię komunikacji Świętokrzyskich Uzdrowisk.

Dokument przekłada wspólne założenia na lokalne priorytety. Obejmuje rolę Pińczowa, odbiorców, ofertę, udział w produktach regionalnych, tematy komunikacji, sposób współpracy z lokalną branżą i instytucjami, podział odpowiedzialności, harmonogram działań oraz pomiar efektów.

HORYZONT PLANU

Szczegółowy plan działań obejmuje lata 2026-2029. Dla okresu 2030-2036 wskazano kierunek dalszego rozwoju. Coroczne podsumowanie powinno służyć aktualizacji działań na kolejny rok.

JAK KORZYSTAĆ Z DOKUMENTU

CZĘŚĆ	DO CZEGO SŁUŻY
Rola i punkt wyjścia	Porządkuje miejsce Pińczowa we wspólnej marce i jego najważniejsze zadania.
Oferta i produkty	Pokazuje, jak porządkować istniejące zasoby w propozycje pobytu i produkty.
Komunikacja lokalna	Wyznacza stałe tematy oraz sposób pracy z nimi w codziennej komunikacji.
Współpraca i odpowiedzialność	Opisuje pracę z lokalnymi partnerami oraz przejście od porozumienia międzygminnego do LOT.
Plan działań i pomiar	Określa najważniejsze działania, terminy, odpowiedzialność i sposób corocznej oceny.
Narzędzia online	Daje wzory formularzy i kart przeznaczonych do wdrożenia internetowego.

**Pińczów zachowuje własną markę i tożsamość.
Jednocześnie wykorzystuje Nidę, krajobraz, ruch, kulturę i historię do
wzmacniania wspólnej marki Świętokrzyskie Uzdrowiska.**

2. Rola Pińczowa we wspólnej marce

AKTYWNE SERCE PONIDZIA

Pińczów wnosi do wspólnej marki aktywny, krajobrazowy i poznawczy wymiar Ponidzia. Nida, kajaki, rowery, szlaki, zabytki i kultura tworzą charakterystyczne doświadczenie gminy i wzmacniają dwa filary marki: Natura i ruch oraz Odkrywanie Ponidzia. Rozwijana funkcja zdrowotna uzupełnia ten kierunek wraz z powstawaniem realnie dostępnej infrastruktury i oferty.

WKŁAD PIŃCZOWA	ZNACZENIE
NIDA I AKTYWNOŚĆ	Nida, spływy kajakowe, zalew i operatorzy aktywności tworzą najmocniejszy aktywny wkład Pińczowa do wspólnej marki.
KRAJOBRAZ I RUCH	Dolina Nidy, trasy rowerowe i piesze, wzgórza i tereny rekreacyjne pozwalają doświadczać Ponidzia przez ruch i kontakt z naturą.
KULTURA I HISTORIA	Renesansowe i wielokulturowe dziedzictwo, zabytki, muzeum i wydarzenia budują silny poznawczy wymiar Pińczowa.
ROZWIJANA FUNKCJA ZDROWOTNA	Status obszaru ochrony uzdrowiskowej oraz projekt wykorzystania wód z Lasu Winiarskiego tworzą rozwojowy wymiar oferty zdrowotnej, włączany wraz z jej faktyczną gotowością.

Rola Pińczowa wzmacnia wspólną markę przez aktywny i poznawczy wymiar regeneracji zakorzeniony w krajobrazie Ponidzia.

Pińczów wnosi do regionu ruch, Nidę, kulturę, historię i doświadczenie odkrywania.

Solec-Zdrój i Busko-Zdrój pozostają dwoma równorzędnymi filarami uzdrowiskowymi.

3. Punkt wyjścia

Pińczów jest krajobrazowym i kulturowym centrum Ponidzia z mocną ofertą aktywności nad Nidą, kajaków, rowerów, szlaków, zabytków i wydarzeń. Gmina rozwija także funkcję zdrowotną. Głównym zadaniem lokalnym jest uporządkowanie tych zasobów w czytelne propozycje aktywnego dnia, krótkiego pobytu i odkrywania regionu.

ATUTY	WYZWANIA
Nida i charakterystyczny krajobraz doliny	Bardzo mała liczba miejsc noclegowych
Kajaki, zalew i Klub Wodny KON-TIKI	Słabiej rozwinięta baza noclegowo-gastronomiczna i rekreacyjno-sportowa
Szlaki rowerowe i piesze	Ograniczenia parkingowe i komunikacyjne
Zabytki, historia, Muzeum Regionalne i kultura	Sezonowość części aktywności wodnych i plenerowych
Aeroklub i różnorodność aktywności	Słabsze skojarzenie Pińczowa z funkcją zdrowotną
Status obszaru ochrony uzdrowiskowej i rozwijana funkcja zdrowotna	Potrzeba łączenia wielu miejsc i operatorów w czytelne propozycje korzystania

Kierunek rozwoju komunikacji

Pińczów powinien być pokazywany jako aktywne serce Ponidzia - miejsce nad Nidą, w którym ruch, krajobraz, kultura i historia tworzą naturalny sposób zdrowej regeneracji i odkrywania regionu.

4. Odbiorcy komunikacji Pińczowa

Plan obejmuje osoby przyjeżdżające do Pińczowa, mieszkańców czterech gmin oraz środowiska współtworzące lokalną ofertę. Punkt wejścia do komunikacji powinien wynikać z ich konkretnej potrzeby.

ODBIORCY PRZYJEŹDŻAJĄCY	CZEGO SZUKAJĄ W PIŃCZOWIE
Osoby aktywne, pary i grupy znajomych	Kajaki, rowery, trasy, aktywność nad wodą, krajobraz i prosty sposób zaplanowania dnia.
Rodziny	Zalew, łatwe aktywności, przyroda, miejsca do odkrywania i program możliwy do zaplanowania na kilka godzin lub dzień.
Goście przebywający w uzdrowiskach regionu	Aktywna i poznawcza propozycja na kilka godzin lub dzień, możliwa do połączenia z pobytem w innych gminach.
Firmy i organizatorzy spotkań	Program aktywny lub poznawczy, warunki obsługi grup, czas, transport i prosty kontakt organizacyjny.
Szkoły i nauczyciele organizujący wyjazdy	Gotowy program łączący przyrodę, historię, aktywność i edukację oraz jasne warunki obsługi grup.

Odbiorcy lokalni

GRUPA	ROLA KOMUNIKACJI
Mieszkańcy Gminy Pińczów	Znajomość lokalnej oferty, korzystanie z niej, udział w wydarzeniach i rozumienie roli Pińczowa we wspólnej marce.
Mieszkańcy Buska-Zdroju, Solca-Zdroju i Kazimierzy Wielkiej	Łatwiejsze korzystanie z oferty Pińczowa oraz większy ruch pomiędzy czterema gminami.
Organizacje i środowiska lokalne	Udział w wydarzeniach, rozwijaniu oferty, przekazywaniu wiedzy i kontakcie z mieszkańcami.

5. Najważniejsze zadania Pińczowa

ZADANIE	CO OZNACZA W PRAKTYCE
1. Uporządkować ofertę	Porządkować informacje o kajakach, zalewie, rowerach, trasach i innych aktywnościach według czasu, sezonu, dostępności i sposobu skorzystania.
2. Budować gotowe propozycje krótkiego pobytu	Łączyć aktywność, krajobraz, kulturę, gastronomię i dostępne noclegi w czytelne scenariusze korzystania z Pińczowa.
3. Łączyć ruch z kulturą i historią	Tworzyć propozycje, w których Nida, rower lub spacer prowadzą do zabytków, muzeum, wydarzeń i miejsc charakterystycznych dla Pińczowa.
4. Włączać Pińczów do pobytów w całym regionie	Pokazywać konkretne połączenia z pozostałymi gminami i wzmacniać udział Pińczowa w produktach regionalnych.
5. Rozwinąć stałą współpracę z branżą i instytucjami	Porządkować informacje, łączyć operatorów, instytucje i przedsiębiorców oraz wspierać tworzenie produktów, które partnerzy mogą realnie dostarczyć i obsłużyć.

Pińczów potrzebuje czytelnie uporządkowanej oferty aktywnego korzystania z Ponidzia, którą łatwo zaplanować i połączyć z poznawaniem Pińczowa, jego historii, kultury i krajobrazu.

6. Mapa lokalnej oferty Pińczowa

Pińczów ma szeroką ofertę aktywną, krajobrazową, historyczną i kulturalną. Nida, zalew, kajaki, trasy, zabytki i instytucje kultury dają podstawę do budowania czytelnych propozycji krótkiego pobytu. Poniższa mapa porządkuje główne elementy oferty według sposobu korzystania z nich przez gości.

OBSZAR	CO PIŃCZÓW JUŻ MA	JAK WYKORZYSTAĆ W OFERCIE
Nida i kajaki	Nida, spływy kajakowe, operatorzy, Klub Wodny KON-TIKI	Aktywny dzień, propozycje dla gości regionalnych, szkół i grup.
Zalew i rekreacja wodna	Zalew w Pińczowie, kąpielisko i infrastruktura sportów wodnych	Rodzinny i rekreacyjny sposób spędzania kilku godzin lub dnia.
Rowery i trasy piesze	Szlaki rowerowe i piesze, trasy wzdłuż Nidy i przez wzgórza	Propozycje na 1-4 godziny oraz połączenie z zabytkami i krajobrazem.
Krajobraz Ponidzia	Dolina Nidy, wzgórza, Gacki-Leszcze i tereny przyrodnicze	Spacery, widoki, fotografia, przyroda i spokojna aktywność.
Kultura i historia	Kaplica św. Anny, Stara Synagoga, Dom Ariański, Pałac Wielopolskich, Muzeum Regionalne	Trasy poznawcze, programy dla szkół i uzupełnienie aktywnego dnia.
Wydarzenia i aktywności specjalne	PSCK, wydarzenia lokalne, Aeroklub i inne aktualne propozycje	Dodatkowy powód przyjazdu i element programów dla grup.
Rozwijana funkcja zdrowotna	Status obszaru ochrony uzdrowiskowej, projekt wykorzystania wód z Lasu Winiarskiego i rozwój strefy uzdrowiskowej	Włączać do oferty i komunikacji wraz z faktyczną gotowością infrastruktury i usług.

7. Pińczów w produktach regionalnych

Strategia komunikacji wskazuje sześć produktów regionalnych. Udział Pińczowa wynika z rzeczywistych zasobów i roli gminy w całym systemie marki.

PRODUKT REGIONALNY	ROLA PIŃCZOWA	CO PIŃCZÓW WNOSI	ZADANIE LOKALNE
Woda i zdrowa regeneracja	rozwojowa	status obszaru ochrony uzdrowskiej, projekt wykorzystania wód z Lasu Winiarskiego	włączać ofertę zdrowotną wraz z jej faktyczną gotowością
Krótki pobyt zdrowej regeneracji	wspierająca	Nida, kajaki, rowery, kultura i krajobraz	budować aktywne i poznawcze rozszerzenia pobytów regionalnych
Aktywne Ponidzie	wiodąca	Nida, kajaki, zalew, rowery, trasy i Aeroklub	przygotować gotowe warianty aktywnego dnia i krótkiego pobytu
Odkrywanie Ponidzia	wiodąca	historia, zabytki, muzeum, kultura i krajobraz	łączyć kulturę, historię i krajobraz w czytelne trasy i programy
Świętokrzyskie Uzdrowiska dla szkół	silny wkład programowy	przyroda, Nida, historia, muzeum i aktywność	przygotować gotowe programy dla grup szkolnych
Świętokrzyskie Uzdrowiska dla firm	wspierająca	kajaki, rowery, natura, kultura i program aktywny	przygotować moduły możliwe do włączenia do regionalnej oferty dla firm

Standard pracy z produktem

Każdy rozwijany produkt powinien jasno odpowiadać na pytania:

- dla kogo jest,
- co obejmuje,
- ile trwa,
- kto odpowiada za realizację,
- jak można z niego skorzystać,
- i gdzie znajdują się aktualne informacje na jego temat.

8. Priorytety rozwoju oferty

1. Aktywne Ponidzie - Nida jako główny punkt doświadczenia

Nida, spływy kajakowe, zalew, Klub Wodny KON-TIKI, rowery, trasy i inne formy aktywności tworzą najmocniejszy wkład Pińczowa do wspólnej marki. Oferta powinna być opisana w sposób ułatwiający wybór aktywności, terminu i sposobu skorzystania.

DO PRZYGOTOWANIA

Dwa lub trzy gotowe warianty aktywnego dnia, np. pół dnia nad Nidą, kajak i odkrywanie Pińczowa albo dzień rowerowy. Każdy wariant powinien wskazywać czas, sezon, punkt startu, operatora lub źródło aktualnej informacji oraz sposób rezerwacji.

2. Odkrywanie Pińczowa

Zabytki, historia, Muzeum Regionalne, Stara Synagoga, Kaplica św. Anny, Dom Ariański, Pałac Wielopolskich i krajobraz pozwalają budować czytelne propozycje poznawania miasta i Ponidzia.

DO PRZYGOTOWANIA

Propozycje na 2-4 godziny lub pół dnia łączące zabytki, kulturę, widoki i spacer. Każda propozycja powinna mieć określony czas, kolejność miejsc, punkt startu i aktualne źródła informacji.

3. Aktywny dzień i krótki pobyt

Pińczów może łączyć ruch, krajobraz, kulturę i gastronomię w propozycje na jeden dzień lub 1-2 dni. Zakres pobytu powinien uwzględniać faktycznie dostępne miejsca noclegowe i usługi.

DO PRZYGOTOWANIA

Warianty takie jak „aktywny dzień nad Nidą”, „Pińczów rowerem i pieszo” lub „weekend aktywnego Ponidzia”. Pobyt może być także częścią dłuższego pobytu w Świętokrzyskich Uzdrowiskach.

4. Pińczów jako aktywne rozszerzenie pobytu w regionie

Oferta Pińczowa może uzupełniać pobyty w Busku-Zdroju, Solcu-Zdroju i pozostałych częściach regionu o ruch, krajobraz, kulturę i historię. Takie połączenia wzmacniają produkty regionalne i zwiększają przepływ gości pomiędzy gminami.

DO PRZYGOTOWANIA

Propozycje na kilka godzin lub dzień w Pińczowie dla osób przebywających w innych gminach, z czasem, trasą, sposobem dojazdu, aktualnością aktywności i wskazaniem kolejnego kroku.

8. Priorytety rozwoju oferty

5. Oferta dla firm

Kajaki, rowery, krajobraz, kultura i lokalne doświadczenia mogą tworzyć program dodatkowy dla spotkań i wyjazdów firmowych organizowanych w regionie.

DO PRZYGOTOWANIA

Wspólnie z zainteresowanymi partnerami należy przygotować moduły aktywne i poznawcze możliwe do włączenia do regionalnej oferty dla firm, z czasem, liczbą uczestników, warunkami realizacji i kontaktem organizacyjnym.

6. Oferta dla szkół

Pińczów wnosi do regionalnego produktu dla szkół silny wkład programowy. Nida, przyroda, historia, zabytki, muzeum i aktywność pozwalają budować programy edukacyjne łączące poznawanie Poniidzia z ruchem i doświadczeniem miejsca.

DO PRZYGOTOWANIA

Gotowe programy na kilka godzin lub jeden dzień wraz z informacją o czasie, wielkości grupy, dostępności, bezpieczeństwie organizacyjnym, transporcie i kontakcie do podmiotów prowadzących zajęcia.

Jak pracować z każdym priorytetem

KROK	PYTANIE
1. Potrzeba	Dla kogo i w jakiej sytuacji powstaje propozycja?
2. Skład	Które istniejące usługi i miejsca można połączyć?
3. Odpowiedzialność	Kto może realnie dostarczyć i obsłużyć całość lub jej główną część?
4. Gotowość	Czy wiadomo, kiedy oferta działa, ile kosztuje i jak z niej skorzystać?
5. Komunikacja	Gdzie odbiorca znajdzie prosty opis i aktualny sposób rezerwacji?
6. Ocena	Czy oferta jest używana i co trzeba poprawić po pierwszym okresie działania?

W pierwszej kolejności porządkujemy elementy, które już istnieją i mogą stworzyć czytelną propozycję aktywnego dnia lub pobytu.

9. Główne tematy komunikacji Pińczowa

Jak Pińczów przekłada strategię regionalną na własne treści

Pińczów wnosi do wspólnej marki Nidę, aktywność, krajobraz, historię i kulturę Ponidzia. Tematy komunikacji pomagają łączyć te zasoby w spójny obraz aktywnego serca regionu, w którym ruch i odkrywanie są ważnymi sposobami zdrowej regeneracji.

Tematy są stałymi obszarami pracy. Ich udział może zmieniać się w zależności od odbiorcy, sezonu i aktualnej oferty.

TEMAT 1. Nida i aktywna regeneracja

DLACZEGO JEST WAŻNY

Nida i związana z nią aktywność tworzą najbardziej charakterystyczny powód korzystania z oferty Pińczowa i najmocniej wspierają rolę aktywnego serca Ponidzia.

CO KOMUNIKUJEMY

Spływy kajakowe, aktywność nad wodą, zalew, Klub Wodny KON-TIKI oraz konkretne sposoby korzystania z Nidy w danym sezonie.

JAK Z TYM PRACOWAĆ

Treść powinna odpowiadać na konkretne pytania: ile trwa aktywność, skąd się zaczyna, dla kogo jest, kto ją organizuje, kiedy jest dostępna i gdzie znajduje się aktualna informacja lub rezerwacja.

TEMAT 2. Pińczów rowerem i pieszo

DLACZEGO JEST WAŻNY

Trasy rowerowe i piesze pozwalają doświadczać krajobrazu, zabytków i przyrody Ponidzia w aktywny, dostępny sposób.

CO KOMUNIKUJEMY

Trasy, czas przejazdu lub spaceru, stopień trudności, miejsca po drodze, punkty startu, widoki oraz połączenia z ofertą kultury i gastronomii.

JAK Z TYM PRACOWAĆ

Komunikacja powinna często przyjmować formę gotowych propozycji: „2 godziny rowerem”, „pół dnia po Ponidziu”, „spacer z widokiem na Nidę”, „rowerem przez Pińczów”. Każda propozycja prowadzi do aktualnej mapy, opisu trasy lub źródła informacji.

9. Główne tematy komunikacji Pińczowa

TEMAT 3. Krajobraz i charakterystyczne miejsca

DLACZEGO JEST WAŻNY

Dolina Nidy, wzgórze, zalew, Kaplica św. Anny i inne punkty widokowe budują czytelny obraz Pińczowa jako miejsca mocno związanego z krajobrazem Ponidzia.

CO KOMUNIKUJEMY

Charakterystyczne miejsca, widoki, przyrodę oraz możliwości korzystania z nich podczas spaceru, wycieczki rowerowej lub aktywnego dnia.

JAK Z TYM PRACOWAĆ

Każdy materiał o miejscu powinien prowadzić do kolejnego elementu doświadczenia. Widok może prowadzić do trasy, trasa do zabytku, a zabytek do muzeum, wydarzenia lub gastronomii. Dzięki temu pojedyncze miejsca tworzą spójną propozycję korzystania z Pińczowa.

TEMAT 4. Historia, kultura i odkrywanie Pińczowa

DLACZEGO JEST WAŻNY

Renesansowe i wielokulturowe dziedzictwo, zabytki, Muzeum Regionalne i działalność kulturalna dają silny poznawczy wymiar pobytu.

CO KOMUNIKUJEMY

Zabytki, historię, Muzeum Regionalne, Starą Synagogę, Kaplicę św. Anny, Dom Ariański, Pałac Wielopolskich, działalność kulturalną i aktualne wydarzenia.

JAK Z TYM PRACOWAĆ

Komunikacja powinna regularnie odpowiadać na pytania: „Co warto zobaczyć w Pińczowie?”, „Jak poznać miasto w 2 godziny?”, „Co dzieje się w ten weekend?”, „Co połączyć ze spływem lub wycieczką rowerową?”. Potrzebny jest aktualny kalendarz i proste propozycje tras.

PRZYKŁADOWE FORMATY

„Dziś w Pińczowie”, „2 godziny historii”, „Pińczów z widokiem”, „Kajak + miasto”, „Weekend na Ponidziu”. Nazwy są przykładowe; ważny jest prosty sposób porządkowania aktualnej oferty.

9. Główne tematy komunikacji Pińczowa

TEMAT 5. Aktywny dzień i krótki pobyt

DLACZEGO JEST WAŻNY

Połączenie ruchu, krajobrazu, kultury i gastronomii pozwala budować czytelne scenariusze korzystania z Pińczowa dla osób przyjeżdżających na kilka godzin, jeden dzień lub krótki pobyt.

CO KOMUNIKUJEMY

Gotowe zestawienia aktywności i miejsc: kajak i zabytki, rower i krajobraz, rodzinny dzień nad zalewem, aktywność i kultura, program edukacyjny dla grup.

JAK Z TYM PRACOWAĆ

Najbardziej użyteczne są propozycje opisane czasem i sposobem korzystania: „3 godziny w Pińczowie”, „aktywny dzień nad Nidą”, „Pińczów na weekend”, „Pińczów jako dzień podczas pobytu w Świętokrzyskich Uzdrowiskach”. Każda propozycja powinna podawać czas, kolejność, dojazd i aktualne źródła informacji.

TEMAT 6. Pińczów jako część Świętokrzyskich Uzdrowisk

DLACZEGO JEST WAŻNY

Pińczów jest wiodącym punktem dla aktywnego i poznawczego wymiaru wspólnej marki. Jego oferta zwiększa liczbę sposobów korzystania z całego regionu i uzupełnia doświadczenia zdrowotne oraz regeneracyjne pozostałych gmin.

CO KOMUNIKUJEMY

Pińczów jako aktywne serce Ponidzia w większej ofercie Świętokrzyskich Uzdrowisk. Pokazujemy wspólne produkty, połączenia z Buskiem-Zdrojem, Solcem-Zdrojem i Kazimierzą Wielką oraz rozwijaną funkcję zdrowotną w zakresie faktycznie dostępnej oferty.

JAK Z TYM PRACOWAĆ

W materiałach Pińczowa warto regularnie pokazywać markę Świętokrzyskie Uzdrowiska, propozycje łączenia aktywności z pobytem w innych gminach, produkty regionalne, wspólne wydarzenia oraz przejścia do strony i oferty regionalnej.

Aktywny i poznawczy wymiar Pińczowa powinien wzmacniać zainteresowanie całym regionem.

10. Jak korzystać z tematów w codziennej komunikacji

Przed publikacją każdej większej treści warto przejść przez prosty zestaw pytań. Dzięki temu bieżąca komunikacja pozostaje praktyczna dla odbiorcy i konsekwentnie buduje obraz Pińczowa.

SPRAWDŹ	PYTANIE
Temat	Który z sześciu tematów ta treść buduje?
Odbiorca	Dla kogo ta informacja jest użyteczna?
Konkret	Jakie miejsce, usługę, wydarzenie lub produkt pokazujemy?
Korzyść	Co odbiorca dzięki temu może zrobić, zobaczyć, przeżyć lub załatwić?
Dalszy krok	Gdzie może sprawdzić szczegóły, zaplanować pobyt, zapisać się lub zarezerwować?
Region	Czy w tej treści jest naturalna możliwość pokazania również szerszej oferty Świętokrzyskich Uzdrowisk?

Rola tematów w ciągu roku

OKRES	WIĘKSZY NACISK
Wiosna i lato	Nida, kajaki, rowery, zalew, trasy, wydarzenia i aktywny dzień
Jesień i zima	historia, kultura, spacer, edukacja, oferta dla grup i odkrywanie regionu
Cały rok	krajobraz, zabytki, planowanie tras, rozwijana funkcja zdrowotna i przynależność do Świętokrzyskich Uzdrowisk

ZASADA PRAKTYCZNA

Kalendarz publikacji powinien łączyć planowane kampanie i wydarzenia z aktualną, realnie dostępną ofertą.

Treść promująca konkretną usługę prowadzi do źródła, za którego aktualność odpowiada podmiot realizujący usługę.

11. Dlaczego potrzebny jest stały system współpracy

Znaczna część doświadczenia gościa w Pińczowie jest tworzona przez operatorów aktywności, Klub Wodny KON-TIKI, instytucje kultury, muzeum, MOSiR, Aeroklub, gastronomię, obiekty noclegowe, przewodników i organizatorów wydarzeń.

Materiały projektowe pokazują bogaty zestaw zasobów aktywnych, krajobrazowych i kulturowych oraz ograniczenia bazy noclegowej i gastronomicznej. Plan Lokalny wprowadza stały sposób zbierania oferty, łączenia partnerów, budowania produktów i prowadzenia wspólnej promocji.

PROBLEM	ODPOWIEDŹ PLANU
Oferta i informacje są rozproszone pomiędzy wielu operatorów i instytucje	Wspólna baza partnerów i jeden standard opisu oferty.
Dostępność części aktywności zmienia się sezonowo	Partner odpowiada za aktualność terminów, warunków, dostępności i rezerwacji.
Gość sam musi łączyć aktywność, trasę, kulturę i gastronomię	Karta produktu pomaga budować konkretne propozycje z kilku miejsc i usług.
Programy dla szkół i firm wymagają współpracy kilku podmiotów	Wspólny opis programu porządkuje role, czas, warunki obsługi grup i kontakt organizacyjny.
Współpraca uruchamia się głównie przy pojedynczych akcjach	Regularny cykl pracy wokół sezonu, produktów i Festiwalu.

Rolą Gminy jest łączenie podmiotów, porządkowanie informacji oraz wspieranie tworzenia wspólnych produktów. Przedsiębiorcy i instytucje odpowiadają za te elementy oferty, które mogą realnie dostarczyć, obsłużyć i sprzedawać.

12. System współpracy w Pińczowie

1. Partner zgłasza się do systemu

Operator aktywności, obiekt noclegowy, restauracja, instytucja kultury, muzeum, przewodnik, organizacja sportowa lub inny podmiot wypełnia Formularz partnera online. Gmina otrzymuje w jednym standardzie opis oferty, odbiorców, okres działania, sposób rezerwacji i osobę odpowiedzialną za aktualność.

2. Gmina porządkuje partnerów według oferty

Partnerzy są przypisywani do użytecznych kategorii: aktywność wodna, rower i spacer, kultura i historia, przyroda i edukacja, nocleg, gastronomia, wydarzenia, transport i inne usługi. Baza pokazuje, z czego realnie można budować propozycje aktywnego dnia, pobytu i programy dla grup.

3. Wybieramy konkretną potrzebę gościa

Praca zaczyna się od sytuacji odbiorcy, np. „para lub grupa przyjeżdża na jeden dzień i chce połączyć aktywność z poznawaniem Pińczowa”. Następnie sprawdzamy, które istniejące usługi i miejsca można połączyć w jedną propozycję.

4. Powstaje Karta produktu online

Karta porządkuje odbiorcę, czas pobytu, skład, partnerów, odpowiedzialność, sposób rezerwacji, status gotowości i elementy wymagające przygotowania.

Przykład: Aktywny dzień w Pińczowie - 1 dzień • spływ kajakowy lub aktywność nad wodą • gastronomia • punkt historyczny lub muzeum • spacer, rower lub zalew.

12. System współpracy w Pińczowie

5. Partnerzy uzgadniają role

Gmina zaprasza podmioty potrzebne do przygotowania konkretnego produktu. Ustalane jest, kto zapewnia poszczególne elementy, kto może przyjąć zapytanie od gościa i gdzie prowadzi rezerwację. Gmina wspiera organizację współpracy.

6. Gotowa propozycja trafia do komunikacji

Po ustaleniu zakresu, dostępności i sposobu skorzystania produkt może być pokazany na stronie Gminy Pińczów, stronie Świętokrzyskich Uzdrowisk, w kanałach partnerów i w działaniach promocyjnych.

7. Partner aktualizuje własną ofertę

Zmiana ceny, terminu, zakresu usługi, rezerwacji lub danych kontaktowych jest zgłaszana przez krótki Formularz aktualizacji oferty online. Wspólna komunikacja prowadzi do aktualnego źródła partnera.

Organizacja pracy po stronie Gminy Pińczów

Gmina wyznacza jedną osobę prowadzącą współpracę z branżą. Osoba ta prowadzi bazę partnerów, przyjmuje zgłoszenia, kieruje je do odpowiednich produktów, organizuje spotkania robocze, przekazuje materiały marki i pilnuje aktualności kart produktów.

REKOMENDOWANA CZĘSTOŚĆ SPOTKAŃ

OKRES	TEMAT ROBOCZY
I kwartał	oferta na sezon, aktywności i programy dla szkół
II kwartał	Festiwal, Nida, aktywności letnie i oferta dla grup
IV kwartał	oferta jesień-zima oraz plan na kolejny rok

Częstotliwość 2-3 spotkań rocznie jest rekomendacją wdrożeniową. Dodatkowe spotkania mogą być organizowane wtedy, gdy wymaga tego konkretny produkt lub wspólne działanie.

13. Narzędzia współpracy

Prosty system online

Narzędzia powinny działać przede wszystkim online. Na początku wystarczy prosty zestaw: formularze internetowe, współdzielona baza, wspólny folder materiałów i kalendarz. Rozwiązanie może zostać później przeniesione do jednego systemu prowadzonego przez LOT.

NARZĘDZIE	DO CZEGO SŁUŻY	2026-2029	DOCELOWO
Baza partnerów	lista podmiotów, kontaktów i zakresu oferty	gminy + Lider	LOT + gminy
Formularz partnera online	zgłoszenie oferty i danych partnera	każda gmina	wspólny system LOT
Karta produktu online	opis produktu, partnerów, gotowości i sposobu skorzystania	gmina lub Lider	LOT + gminy + partnerzy
Aktualizacja oferty online	zgłoszenie zmiany w ofercie	partner → gmina	partner → wspólny system
Pakiet materiałów	logo, zdjęcia, teksty, zasady komunikacji i linki	Lider → gminy → partnerzy	LOT → gminy i partnerzy
Wspólny kalendarz	wydarzenia, kampanie, ważne okresy i działania	Lider + gminy	LOT
Spotkania robocze	przygotowanie sezonu, produktów i Festiwalu	lokalne i regionalne	LOT + gminy

ZASADA AKTUALNOŚCI

Partner odpowiada za aktualność informacji dotyczących swojej oferty, cen, dostępności i sposobu rezerwacji.

Gmina i wspólna marka prowadzą odbiorcę do aktualnego źródła informacji.

14. Jak zmienia się sposób współpracy

2026-2029 • POROZUMIENIE MIĘDZYGMINNE

KTO	ROLA
Każda gmina	rozwija własną ofertę, prowadzi lokalną komunikację, współpracuje z lokalnymi partnerami, przekazuje dane i uczestniczy w produktach regionalnych
Busko-Zdrój jako Lider	koordynuje działania wspólne, wspólny kalendarz, materiały, dane, produkty regionalne i roczne podsumowanie
Cztery gminy wspólnie	ustalają priorytety, podejmują najważniejsze decyzje i oceniają efekty działań marki

MODEL DOCELOWY • LOT „ŚWIĘTOKRZYSKIE UZDROWISKA”

KTO	ROLA
LOT	prowdzi wspólny plan działań, komunikację regionalną, rozwój produktów międzygminnych, stałą współpracę z branżą, reprezentację regionu, projekty i roczne sprawozdanie
Gminy	rozwijają własną ofertę, prowadzą działania lokalne, współpracują z lokalnymi partnerami, przekazują dane i współdecydują o kierunku strategicznym
Partnerzy lokalni	dostarczają konkretne usługi, aktualizują własną ofertę i uczestniczą w produktach oraz działaniach wspólnych

**Po uruchomieniu LOT gminy nadal odpowiadają za własną ofertę i kierunek strategiczny.
LOT przejmuje stałą koordynację działań wspólnych.**

15. Rola Gminy Pińczów we współpracy regionalnej

W okresie przejściowym Gmina Pińczów odpowiada za działania lokalne, a Gmina Busko-Zdrój jako Lider porozumienia koordynuje działania wspólne czterech gmin. Jasny podział odpowiedzialności ułatwia prowadzenie lokalnej oferty i współpracę przy produktach regionalnych.

GMINA PIŃCZÓW	LIDER POROZUMIENIA 2026-2029
rozwija lokalną ofertę	koordynuje działania czterech gmin
prowadzi komunikację Pińczowa	koordynuje wspólną komunikację marki
współpracuje z lokalnymi partnerami	prowadzi wspólne procesy, materiały i kalendarz
przygotowuje lokalne propozycje pobytu	koordynuje produkty regionalne
przekazuje dane i wkład do produktów wspólnych	zbiera dane potrzebne do działań regionalnych
realizuje Plan Lokalny	przygotowuje roczne podsumowanie działań marki
przygotowuje lokalnych partnerów do współpracy z LOT	przygotowuje przejście do modelu z LOT

Po uruchomieniu LOT

Gmina Pińczów zachowuje zadania lokalne zapisane w lewej kolumnie. Stała koordynacja wspólnej marki przechodzi do LOT po jej skutecznym powołaniu i osiągnięciu gotowości organizacyjnej.

PROSTY PODZIAŁ DLA PARTNERA

• SPRAWA LOKALNA → GMINA •

• PRODUKT LUB DZIAŁANIE REGIONALNE → GMINA + LOT •

• AKTUALNOŚĆ WŁASNEJ OFERTY → PARTNER •

16. Plan działań 2026-2027

DZIAŁANIE	TERMIN	KTO ODPOWIADA
Wyznaczenie osoby odpowiedzialnej za Plan Lokalny	IV kw. 2026	Gmina
Utworzenie lokalnej bazy partnerów	IV kw. 2026	Gmina
Uruchomienie Formularza partnera online	IV kw. 2026 / I kw. 2027	Gmina + partnerzy
Uporządkowanie lokalnej oferty i źródeł informacji	I kw. 2027	Gmina + partnerzy
Przygotowanie 2-3 pierwszych propozycji „Aktywnego Poniedziału”	I-II kw. 2027	Gmina + operatorzy i partnerzy
Przygotowanie pierwszego gotowego programu dla szkół	I-II kw. 2027	Gmina + instytucje i partnerzy
Przygotowanie wspólnych materiałów marki	I kw. 2027	Lider porozumienia
Przekazanie materiałów lokalnym partnerom	I-II kw. 2027	Gmina
Wprowadzenie informacji o pozostałych gminach w wybranych kanałach Pińczowa	od II kw. 2027	Gmina + partnerzy
Przygotowanie udziału Pińczowa w Festiwalu Świętokrzyskich Uzdrowisk	I-II kw. 2027	Gmina + partnerzy
Przygotowanie pierwszych modułów oferty Pińczowa dla firm	II-III kw. 2027	Gmina + zainteresowani partnerzy
Rozwijanie oferty i komunikacji całorocznej	III-IV kw. 2027	Gmina + partnerzy
Podsumowanie działań Pińczowa	IV kw. 2027	Gmina
Wspólne podsumowanie działań marki	IV kw. 2027	Lider + cztery gminy

CO POWINNO BYĆ GOTOWE PRZED LATEM 2027

Osoba odpowiedzialna • baza partnerów • formularz partnera • aktualna mapa oferty • 2-3 propozycje aktywnego dnia • pierwszy program dla szkół • materiały dla partnerów • plan udziału Pińczowa w Festiwalu

17. Plan działań 2028-2029

Lata 2028-2029 służą rozwijaniu działań uruchomionych wcześniej oraz przygotowaniu płynnego przejścia do modelu z LOT „Świętokrzyskie Uzdrowiska”.

OBSZAR	2028	2029	KTO ODPOWIADA
Baza partnerów i oferta	aktualizacja	przygotowanie danych do przekazania LOT	Gmina + partnerzy
Aktywne produkty i krótki pobyt	sprawdzenie i rozwój pierwszych wariantów	włączanie sprawdzonych propozycji do wspólnej oferty	Gmina + partnerzy
Odkrywanie i oferta całoroczna	rozwój tras, programów kulturowych i oferty poza sezonem wodnym	kontynuacja	Gmina + instytucje i partnerzy
Oferta dla szkół i firm	rozwój gotowych wariantów dla grup	włączanie do oferty regionalnej	Gmina + instytucje i partnerzy
Rozwijana funkcja zdrowotna	aktualizacja stanu infrastruktury i gotowości oferty	włączanie gotowych elementów do komunikacji lokalnej i regionalnej	Gmina + właściwe podmioty
Produkty regionalne	aktualizacja wkładu Pińczowa	przygotowanie zasad współpracy z LOT	Gmina + Lider
Festiwal	kolejny cykl	kolejny cykl + przygotowanie modelu LOT	Gmina + Lider + partnerzy
Spotkania branżowe	2-3 spotkania wokół konkretnych zadań	kontynuacja i przygotowanie partnerów do współpracy z LOT	Gmina
Wspólne materiały i kalendarz	bieżąca aktualizacja	uporządkowanie do przejścia przez LOT	Lider + gminy
Przygotowanie LOT	prace przygotowawcze	formalny proces od I kwartału	Lider + cztery gminy
Podsumowanie realizacji Planu Lokalnego	tak	tak	Gmina Pińczów
Wspólne podsumowanie działań marki	tak	tak	Lider + cztery gminy

18. Kierunek działania 2030-2036

Po uruchomieniu docelowego modelu głównym zadaniem Pińczowa będzie dalsze rozwijanie lokalnej oferty aktywnej, poznawczej i całorocznej oraz wzmacnianie jej udziału w produktach Świętokrzyskich Uzdrowisk.

OBSZAR	KIERUNEK 2030-2036
Aktywne Ponidzie	rozwijać najlepiej działające propozycje aktywnego dnia i krótkiego pobytu oraz wzmacniać ich dostępność
Odkrywanie i oferta całoroczna	zwiększać liczbę powodów przyjazdu poza sezonem wodnym przez kulturę, historię, spacer i wydarzenia
Rozwijana funkcja zdrowotna	włączać do oferty te elementy funkcji zdrowotnej, które osiągnęły faktyczną gotowość do korzystania
Region	regularnie łączyć Pińczów z produktami i doświadczeniami pozostałych gmin
Lokalni partnerzy	utrzymywać stały system współpracy i aktualizacji oferty
Dane	wykorzystywać coroczne wyniki do wyboru działań i produktów wymagających rozwoju
Plan Lokalny	przeglądać co roku; większą aktualizację przygotowywać wraz z ważniejszymi zmianami strategii, oferty lub sposobu zarządzania

Rola Pińczowa po uruchomieniu LOT

Gmina nadal rozwija lokalną ofertę, prowadzi lokalną komunikację, współpracuje z przedsiębiorcami i instytucjami, przekazuje informacje do LOT, uczestniczy w produktach regionalnych i współdecyduje o kierunku marki.

LOT prowadzi stałą koordynację wspólnej komunikacji, produktów międzygminnych, regionalnej współpracy z branżą, reprezentacji regionu, projektów i sprawozdawczości.

19. Jak sprawdzamy realizację Planu Lokalnego

Raz w roku Gmina przygotowuje krótkie podsumowanie realizacji Planu Lokalnego. Celem pomiaru jest podejmowanie decyzji na kolejny rok, dlatego zestaw wskaźników powinien pozostać prosty i możliwy do regularnego zebrania.

OBSZAR	CO SPRAWDZAMY
Oferta	liczba czytelnie opisanych propozycji krótkiego pobytu; okres dostępności aktywności; możliwość przejścia do rezerwacji lub aktualnej informacji
Produkty regionalne	w ilu produktach uczestniczy Pińczów i jaki konkretny wkład do nich wnosi
Partnerzy	liczba aktywnych partnerów, aktualność bazy, udział w produktach i Festiwalu
Komunikacja	zainteresowanie treściami i ofertą, wejścia na strony, przejścia do stron partnerów, zainteresowanie wydarzeniami
Mieszkańcy	udział w wydarzeniach i korzystanie z lokalnej oferty; zainteresowanie ofertą pozostałych gmin tam, gdzie możliwy jest pomiar
Festiwal	udział lokalnych partnerów, frekwencja i zainteresowanie ofertą Pińczowa
Współpraca regionalna	udział Pińczowa we wspólnych działaniach i realizacja uzgodnionych zadań
Realizacja planu	działania wykonane, kontynuowane, przesunięte i priorytety na kolejny rok

PLAN NA ROK → REALIZACJA → ZEBRANIE DANYCH → PODSUMOWANIE → PRIORYTETY NA KOLEJNY ROK

Do końca 2029 roku dane z czterech gmin do wspólnego podsumowania zbiera Lider porozumienia. Docelowo zadanie to przejmuje LOT.

20. Formularz partnera online

Wzór zakresu danych

Formularz powinien działać online i zasilać wspólną bazę partnerów. Jego zadaniem jest zebranie podstawowych informacji w jednym standardzie oraz wskazanie osoby odpowiedzialnej za aktualność danych.

POLE	INFORMACJA / ODPOWIEDŹ
Nazwa podmiotu	
Osoba do kontaktu	
Telefon / e-mail	
Rodzaj oferty	nocleg / aktywność wodna / rower i spacer / kultura i historia / przyroda i edukacja / gastronomia / wydarzenia / transport / inna
Co konkretnie oferujemy	
Dla jakich odbiorców	
Kiedy oferta jest dostępna	cały rok / sezonowo / wybrane terminy
Jak można skorzystać lub zarezerwować	strona / telefon / e-mail / inny sposób
Link do aktualnej oferty	
Możliwość obsługi grup	tak / nie; maksymalna liczba osób
Dostępność dla osób ze szczególnymi potrzebami	
Obsługiwane języki	
Produkty regionalne, w których możemy uczestniczyć	
Zainteresowanie udziałem w Festiwalu	tak / nie / do ustalenia
Zainteresowanie wspólną promocją	tak / nie
Link do zdjęć i materiałów	
Osoba odpowiedzialna za aktualność informacji	
Data ostatniej aktualizacji	

Partner zgłasza zmianę, gdy zmienia się jego oferta, sposób rezerwacji, dostępność lub dane kontaktowe.

21. Karta produktu online

Wzór pracy nad produktem

Karta produktu powinna być prowadzona cyfrowo, aby Gmina, partnerzy, Lider, a później LOT pracowali na jednej aktualnej wersji. Karta służy do przygotowania produktu przed jego szerszą promocją.

POLE	INFORMACJA / ODPOWIEDŹ
Nazwa produktu	
Gmina / gminy	
Status	istniejący / do połączenia / do rozwoju
Dla kogo jest	
Na jaką potrzebę odpowiada	
Ile trwa	kilka godzin / 1 dzień / 2-4 dni / dłużej
Co obejmuje	miejsca, usługi, aktywności, nocleg, gastronomia itd.
Kto odpowiada za całość produktu	
Partnerzy i ich role	
Jak można skorzystać	rezerwacja / zakup / zapis / wejście bez rezerwacji
Gdzie znajduje się aktualna informacja	link / punkt kontaktu
Kiedy produkt jest dostępny	
Cena lub sposób ustalania ceny	
Dojazd i przemieszczanie się	
Dostępność dla osób ze szczególnymi potrzebami	
Czego brakuje przed promocją	
Kto odpowiada za kolejny krok i do kiedy	
Data aktualizacji	

22. Aktualizacja oferty partnera online

Krótki formularz zgłaszania zmian

Formularz umożliwia partnerowi szybkie zgłoszenie zmiany bez ponownego wypełniania całego Formularza partnera. Powinien być możliwie krótki i dostępny z jednego stałego adresu internetowego.

POLE	ODPOWIEDŹ
Nazwa partnera	
Osoba zgłaszająca zmianę	
Data zgłoszenia	
Co się zmieniło	zakres oferty / termin lub sezon / cena lub sposób wyceny / sposób rezerwacji / dane kontaktowe / link / obsługa grup / dostępność / zdjęcia i materiały / inne
Aktualna informacja	
Aktualny link	
Od kiedy zmiana obowiązuje	

Zasada działania narzędzi internetowych

W latach 2026-2029 wystarczy prosty zestaw: formularze online + współdzielona baza + folder materiałów + wspólny kalendarz.

Po uruchomieniu LOT narzędzia mogą zostać połączone w jeden system obsługujący cztery gminy.

**Partner odpowiada za przekazanie aktualnych informacji o swojej ofercie.
Gmina, a docelowo LOT, odpowiada za wprowadzenie przekazanej zmiany do wspólnego systemu.**

Źródła i materiały projektu

Plan Lokalny został opracowany na podstawie dokumentów i materiałów powstałych w ramach projektu oraz materiałów przekazanych przez Gminę Pińczów.

- Strategia marki dla Obszaru Strategicznej Interwencji Świętokrzyskie Uzdrowiska na lata 2026-2036, wrzesień 2026.
- Strategia komunikacji marketingowej Świętokrzyskich Uzdrowisk 2026-2036,
- Świętokrzyskie Uzdrowiska. Diagnoza strategiczna marki i komunikacji, sierpień 2026.
- Raport z badania jakościowego IDI, 08.07.2026.
- Raport z badania ilościowego CAWI, 30.07.2026.
- Materiały warsztatowe i lokalne Gminy Pińczów, w tym SWOT, formularze produktowe oraz materiały dotyczące zasobów, oferty i doświadczeń.
- Podsumowanie warsztatu Świętokrzyskie Uzdrowiska, 25.08.2026.
- Notatka ze spotkania roboczego dotyczącego modelu zarządzania wspólną marką, 02.09.2026.
- Opis Przedmiotu Umowy - Załącznik nr 1, wersja finalna.
- Opis Przedmiotu Zamówienia, postępowanie RSID.271.04.2026.
- Strategia Rozwoju Obszaru Strategicznej Interwencji Świętokrzyskie Uzdrowiska na lata 2022-2027.

Status narzędzi wdrożeniowych

Formularz partnera, Karta produktu, Formularz aktualizacji oferty oraz rekomendowana częstotliwość spotkań branżowych są propozycjami wdrożeniowymi Planu Lokalnego. Ich ostateczna forma techniczna może zostać dostosowana do narzędzi używanych przez gminy i docelową LOT.

Zasada aktualizacji

Plan powinien być przeglądany raz w roku. Aktualizacja obejmuje przede wszystkim stan oferty, listę partnerów, gotowość produktów, kalendarz działań i odpowiedzialność za zadania na kolejny rok.