

**Karta monitoringu realizacji zadania publicznego
za okres: 26.09.2013 – 28.02.2014**

Obszar I.

**PROMOCJA KONINA JAKO MIASTA ATRAKCYJNEGO
INWESTYCYJNIE**

1. Formy realizacji działań:

1.1. Wystawienie Miasta Konina na targach dla inwestorów

1. Czy Miasto Konin było wystawione na międzynarodowej imprezie targowej dla inwestorów np. w Cannes lub Expo Real w Monachium?

- Tak
 Nie

Jeżeli tak to w jakich :

Miasto Konin wystawione będzie na Międzynarodowych Targach Nieruchomości w Cannes w terminie 11-14 marca 2014 r.

2. Czy Miasto Konin było wystawione na krajowej imprezie targowej dla inwestorów np. w Poznaniu, Tarnowie?

- Tak
 Nie

Jeżeli tak to w jakich-:

Oferta i projekt nie zakłada obowiązku wystawiania Miasta Konina na krajowej imprezie targowej dla inwestorów w przypadku wystawienia go na imprezie międzynarodowej.

3. W jakiej formie prezentowane było Miasto Konin-?

Prosimy opisać formy prezentacji oraz wymienić jakie narzędzia zostały wykorzystane

Planowane formy prezentacji na Międzynarodowych Targach Nieruchomości w Cannes :

- 1) Stoisko o powierzchni 20 m² (Załącznik nr 1 – wizualizacja).
- 2) Prezentacja multimedialna z ofertą inwestycyjną Konina (PRESI) – Przekazana do akceptacji Urzędu Miasta Konin dnia 06.04.2014.
- 3) Foldery reklamowe zawierające opis oferty inwestycyjnej Konina (Załącznik nr 2).
- 4) Spotkania z potencjalnymi kontrahentami (wystawcami i gośćmi targów).

Poniżej przedstawiamy informacje dotyczące zaplanowanych spotkań:

1. Udział w spotkaniach plenarnych, panelach, dyskusjach itp. organizowanych przez MIPIM 11 marca:

- 14:00 – 15:00 Udział w sesji “Cities project presentations” - Prezentacja Konina rozpocznie się o 14:30
- 15:00 – 16:30 Udział w panelu dyskusyjnym Cities’ transformation: urban regeneration strategies
- 16:30 – 17:30 Udział w panelu Cultural facilities and infrastructure: impact on social and economic behavior organizowanym w ramach serii Focus on Cities

12 marca:

- 8:30 – 11:30 Udział w Russian breakfast – Spotkanie z inwestorami z Rosji
- 14:00 – 16.00 udział w forum Innovation: solution pitchings
- 16:00 – 17.00 Udział w sesji Speed matching, w ramach której nastąpi spotkanie z 30 firmami z sektora inwestycyjnego

13 marca:

- 13:00 – 14:30 Udział w Italian Lunch – spotkanie z inwestorami włoskimi.
- 15:00 – 16:00 Udział w sesji “Cities project presentations”
- 17:00 – 17:30 Udział w sesji Logistics Solutions Pickings

14 marca:

- 10:00 – 11:00 Udział w konferencji podsumowującej 25 Targi MIPIM
- 11.00-12.00 Udział w panelu Ten must-have innovative solutions

2. Zaproszeni do rozmów indywidualnych goście, nie będący wystawcami:

Do dnia 04.03.2014 prowadzono rozmowy i rozsyłano zaproszenia do odwiedzenia stoiska oraz do udziału w prezentacji Konina w dniu 11 marca o godz. 14.30.

Są to goście wyselekcjonowani pod kątem spełniania następujących kryteriów:

- inwestor
- końcowy użytkownik
- zainteresowany inwestowaniem w Europie Środkowo-Wschodniej / w szczególności w Polsce

Spotkania będą odbywały się sukcesywnie w dniach 11-14.03.2014

3. Zaproszeni do rozmów goście, będący wystawcami

FIM zorganizował spotkania z wystawcami wyselekcjonowanymi z bazy danych wystawców pod kątem spełniania następujących kryteriów:

- końcowy użytkownik
- zainteresowany inwestowaniem w Europie Środkowo-Wschodniej / w szczególności w Polsce

Spotkania będą odbywały się sukcesywnie w dniach 11-14.03.2014 na stoisku Konina i / lub na stoiskach partnerów.

- 5) Degustacja lokalnych produktów (Załącznik nr 3 – wizualizacja słodczy wyprodukowanych przez firmę z Konina).
- 6) Prezentacja animacji kulturalnej w postaci filmu – Propozycje i założenia filmu przedstawione i skonsultowane były z przedstawicielami Urzędu Miasta Konin. Film wykonany zostanie przez Telewizję Informacyjną TV Wielkopolska, Redakcja TV Konin.
- 7) Gadzety promocyjne (Załącznik nr 4 – wizualizacja).

Zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.

4. Czy koncepcja wystawy była akceptowana przez zlecającego zadanie

Tak

Nie

Jeżeli tak to w jaki sposób :

Ostateczna wizualizacja stoiska wysłana została przez pracowników BOI do Koordynatora projektu – P. Barbary Kietner. Po uzyskaniu akceptacji od Urzędu Miasta Konin dokonane zostało zamówienie.

5. Jaka była liczba osób odwiedzających stoisko Miasta Konina na międzynarodowych imprezach targowych

Prosimy wypełnić na podstawie raportu po wizytach na stoisku lub innych dostępnych źródeł, w tym prezentacji filmu z odwiedzin stoiska (prosimy podać jakich);

Osoby reprezentujące Miasto Konina na targach w Cannes: P. Marcin Stachyra oraz P. Olgierd Rodziewicz – Bielewicz wypełnią raporty po wizytach na stoisku oraz z odbytych przez siebie spotkań z podaniem sugestii i uwag dotyczących dalszych kontaktów Miasta oraz pracowników BOI z przedsiębiorcami/ instytucjami/ potencjalnymi inwestorami. Ponadto sporządzą oni listę osób i instytucji, z którymi odbyli rozmowy.

FIM nie posiada dodatkowych środków na zakup kamery monitorującej odwiedzin stoiska. Sugerujemy odstępnie od tej koncepcji gdyż nagrywanie stoiska i wystawców nie jest praktykowane ze względu na dobry wizerunek i prestiż imprezy. Ponadto odwiedzający stoisko musieliby wyrazić pisemną zgodę na nagrywanie ich wizerunku.

6. Jaka była liczba osób odwiedzających stoisko Miasta Konina na krajowych imprezach targowych

Prosimy wypełnić na podstawie raportu po wizytach na stoisku lub innych dostępnych źródeł, w tym prezentacji filmu z odwiedzin stoiska (prosimy podać jakich);

Zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.

7. Jak prezentowane były stoiska innych miast ?

Prosimy wypełnić na podstawie raportu oraz dołączyć dokumentację fotograficzną

P. Marcin Stachyra opracuje raport zawierający informacje dotyczące prezentacji innych miast na targach w Cannes oraz dołączy do nich dokumentację fotograficzną.

8. Czego dotyczyły najczęstsze zapytania potencjalnych inwestorów-?

Prosimy wypełnić na podstawie ankiet wypełnionych po wizycie na stoisku lub innych dostępnych źródeł (prosimy podać jakich);

P. Marcin Stachyra oraz P. Olgierd Rodziewicz – Bielewicz opracują raport zawierający informacje dotyczące tego jakie pytania padały ze strony osób/instytucji odwiedzających stoisko oraz od przedsiębiorców, z którymi umówione zostały spotkania przed wyjazdem co Cannes.

9. Jaka była liczba ponowionych kontaktów ze strony potencjalnych inwestorów w okresie 1 m-c po zakończeniu targów?

Zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.

10. Jaka była liczba ponowionych kontaktów ze strony realizatora zadania do potencjalnych inwestorów w okresie 1 m-ca po zakończeniu targów?

Pan Olgierd Rodziewicz – Bielewicz skontaktuje się ze wszystkimi osobami/ instytucjami, z którymi udało się nawiązać kontakt w trakcie targów w Cannes, a które to wyraziły chęć podjęcia dalszych rozmów. Z każdej rozmowy sporządzony zostanie protokół.

Ponadto wszystkie firmy, z którymi udało się nawiązać kontakt w Cannes otrzymają zaproszenie do udziału w konferencji organizowanej w Koninie w dniach 11-12 maja 2014 r. oraz zaproszenie do włączenia się w inne zadania projektowe.

11. Jaka była liczba zapytań o ofertę inwestycyjną miasta Konina?

zestawienie zapytań o ofertę inwestycyjną w okresie 1 m-ca od zakończenia targów (prosimy o wskazanie źródła oraz dane podmiotów)

Zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.

12. Które zakładane cele w Państwa ocenie osiągnęło realizowane zadanie :

a) wskazanie różnorodnych walorów miasta (gospodarcze, edukacyjne, rekreacyjne)

Tak

Nie

Prosimy o uzasadnienie wraz ze wskazaniem rezultatów, produktów oraz wskaźników wraz z narzędziem pomiaru :

b) wykreowanie Konina jako miasta ważnego na mapie terenów inwestycyjnych

Tak

Nie

Prosimy o uzasadnienie wraz ze wskazaniem rezultatów, produktów oraz wskaźników wraz z narzędziem pomiaru :

Narzędziem pomiaru rezultatów, produktów oraz wskaźników będą raporty sporządzone przez P. Marcina Stachyrę oraz P. Olgierda Rodziewicza-Bielewicza z rozmów i spotkań przeprowadzonych zarówno w trakcie targów w Cannes, jak i po nich.

13. Jakie inne działania można podjąć w celu efektywniejszej realizacji zakładanych działań ?

1.2. Utworzenie portalu internetowego dotyczącego oferty inwestycyjnej Konina

1. Czy koncepcja portalu była akceptowana przez zlecającego zadanie ?

- Tak
- Nie

2. Czy uwagi zlecającego zostały uwzględnione

- Tak
- Nie

Uwagi:

Eksperti i pracownicy FIM przystępując do realizacji projektu dotyczącego promocji gospodarczej Miasta Konina rozmawiali z przedstawicielami Urzędu Miasta Konin na temat ich oczekiwań względem portalu internetowego. Następnie konsultacjom poddana została pierwotna forma portalu. Po jego uruchomieniu zauważalne były elementy wymagające dalszej pracy. Wszystkie uwagi przekazane FIM zarówno ze strony Urzędu Miasta Konin, jak i innych użytkowników portalu zostały wzięte pod uwagę i były systematycznie poprawiane i aktualizowane.

Dla skutecznego monitorowania jakości portalu internetowego przeprowadziliśmy ankietę dostępną pod adresem: https://docs.google.com/forms/d/1uO4s1tTyeHIQZBz2vE4m_zUb-Dim4R1n1RQW8iRDhA/viewform

3. Czy utworzony został portal internetowy dotyczący oferty inwestycyjnej Konina

- Tak, proszę podać adres strony www: www.gospodarka.konin.pl
- Nie

4. W jakiej wersji językowej został utworzony portal? Proszę zaznaczyć wszystkie zastosowane opcje:

- polskiej
- angielskiej
- rosyjskiej
- francuskiej
- chińskiej
- inny jaki

5. Jakie elementy zawiera portal? Proszę zaznaczyć wszystkie zastosowane opcje:

- prezentacja terenów inwestycyjnych,
- prezentacja gospodarcza Konina,
- prezentacja otoczenia społeczno-kulturalnego, rekreacyjnego Konina,
- prezentacja otoczenia prawnego krajowego/lokalnego,
- „Ścieżka inwestora”,
- dane kontaktowe,
- statystyka Konina i regionu
- inne otoczenie edukacyjne
- instytucje otoczenia biznesu
- zaplecze biznesowe

Dodatkowo w ramach projektu FIM przygotowała na rzecz Urzędu Miasta Konin część serwisu poświęconą zadaniom urzędu związaną z promocją przedsiębiorczości lokalnej.

6. Ilu zarejestrowanych użytkowników ma portal?

Ilość zarejestrowanych na portalu użytkowników można zmierzyć w dwojaki sposób:

- analizę liczby osób/instytucji zalogowanych na portalu poprzez funkcjonalność „Newsletter” – 0 osób;
- analizę liczby osób/instytucji, które „polubiły” profil FB marki gospodarczej Konin skonfigurowany z portalem internetowym (większość informacji/nowości znajdujących się na profilu FB umieszczane są również w zakładce „aktualności” portalu internetowego). Respondenci rekrutowani są za pośrednictwem samego portalu, poprzez fanpage na portalu Facebook oraz przy użyciu znajdującej się w posiadaniu BOI bazy danych.

7. Ile średnio osób odwiedza portal dziennie/tygodniowo ?

Google Analytics – narzędzie do analizowania aktywności na serwisach internetowych pozwoliło nam oszacować, iż średnia tygodniowa ilość odwiedzin na portalu wynosi 90 odsłon.

Ponadto poniżej przedstawiamy podstawowe dane dotyczące odwiedzin na portalu internetowym.

- Miesięczna liczba odwiedzin: 489
- Liczba odsłon: 2.705
- Średni czas trwania wizyty: 04:38
- Nowi goście: 59,9%
- Powracający goście: 40,1%

Źródła odwiedzin:

- Konin: 36%
- Warszawa: 18,81%
- Lublin: 16,56%
- Poznań: 10,43%

8. W jakiej formie działa portal?

newsletter skierowany do :

- Newsletter nr 1 z dnia 30 grudnia 2013 r. wysłany został do 186 odbiorców w wersji PL– (Załącznik nr 5 – lista odbiorców Newslettera nr 1);
- Newsletter nr 2 wysłany zostanie do ponad 484 osób/ firm w ostatnim tygodniu marca 2014 r. w wersji PL oraz ENG. Treść Newslettera przed rozesłaniem przekazana zostanie do akceptacji koordynatorowi projektu P. Barbarze Kietner;
- Newsletter nr 3 wysłany zostanie w ostatnim tygodniu czerwca 2014 r. w wersji PL oraz ENG. Treść Newslettera przed rozesłaniem przekazana zostanie do akceptacji koordynatorowi projektu P. Barbarze Kietner;

mailing reklamowo-promocyjny skierowany do ...liczba odbiorców w poprzednim okresie sprawozdawczym , liczba odbiorców w obecnym okresie ... (prosimy załączyć zestawienie adresów) – *Nie dotyczy. Forma nie przewidziana w ofercie ani w trakcie konsultacji z przedstawicielami Urzędu Miasta Konin.*

profil na Facebooku

część portalu www.konin.pl

inne jakie: profil YouTube

9. Czy powstała infolinia dla inwestorów ?

- Tak, prosimy podać nr 692 800 298
 Nie

10. Ile osób średnio miesięcznie korzysta z infolinii w ostatnim kwartale ?

Liczba osób w poprzednim okresie sprawozdawczym - 0

Liczba osób w obecnym okresie sprawozdawczym - 0

Z obserwacji pracowników BOI wynika, że numer przeznaczony na Infolinię jest używany przez pracowników instytucji współpracujących z BOI jako dodatkowy numer biura. Nie było żadnego kontaktu ze strony osoby potencjalnie zainteresowanej ofertą gospodarczą Konina.

Zgodnie z ofertą i podpisaną umową infolinia czynna jest w godzinach pracy BOI od poniedziałku do piątku 8.00 – 16.00. Od marca 2014 r. włączona została poczta głosowa informująca o godzinach pracy BOI i możliwości pozostawienia kontaktu. W takim przypadku pracownicy BOI skontaktują się w trybie natychmiastowym rozmówcą.

11. Czy realizowane zadanie w ocenie Państwa osiągnęło zakładany cel jakim jest: zwiększenie dostępu do informacji o Koninie w Internecie?

- Tak
 Nie

Prosimy o uzasadnienie wraz ze wskazaniem rezultatów, produktów oraz wskaźników wraz z narzędziem pomiaru:

Narzędziem wyraźnie wskazującym na systematyczny wzrost aktywności na portalu jest Google Analytics.

12. Jakie inne działania można podjąć w celu efektywniejszej realizacji zakładanych działań?

Administrator portalu internetowego zadbał o odpowiednie pozycjonowanie strony www.gospodarka.konin.pl w wyszukiwarce Google.

13. Jakie działania podjęli Państwo w ostatnim okresie sprawozdawczym, które podniosły efektywności realizacji zakładanych działań ?

Koordynatorzy ze strony FIM są w stałym kontakcie z pracownikami BOI. Sprawują nadzór merytoryczny i logistyczny nad realizacją działań projektowych. W FIM prowadzony jest stały monitoring i ewaluacja działań. Regularnie spotyka się Grupa Sterująca składająca się z koordynatorów i ekspertów projektu, która dyskutuje nad poprawą efektywności działań, analizuje koncepcje poszczególnych zadań, szacuje zagrożenia i ryzyka oraz określa ewentualne środki zaradcze.

1.3. Wywołanie zdarzenia promującego Miasto Konin jako miasto z terenami inwestycyjnymi.

1. Czy program konferencji wraz z sesjami warsztatowymi był konsultowany ze zlecającym zadanie ?

- Tak
 Nie

2. Czy uwagi zlecającego zostały uwzględnione

- Tak
 Nie

Uwagi:

Obecnie eksperci FIM aktualizują program konferencji w oparciu o sugestie uzyskane w trakcie rozmowy z przedstawicielami Urzędu Miasta Konin.

3. Czy zorganizowana została dwudniowa konferencja wraz z sesjami warsztatowymi w ramach konferencji dotyczącej inwestowania w Polsce, Koninie jako mieście z terenami inwestycyjnymi

- Tak
 Nie

Zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.

4. Kiedy się odbyła, ile i jakie sesje warsztatowe zostały zrealizowane w ramach konferencji?

Konferencja zaplanowana została na okres 11-12 maja 2014 r. Poniżej przedstawiamy jej główne założenia programowe.

Temat konferencji: „Najnowsze tendencje rozwojowe w obszarze promocji gospodarczej i pozyskiwania inwestorów. Praktyczne implikacje dla Konina”..

Dzień 1: W trakcie pierwszego dnia odbędzie się sesja plenarna organizowana w auli Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Koninie. Do udziału w niej zaproszonych zostało 2 gości VIP oraz 3 gości specjalnych – przedstawiciela świata finansów, eksperta ds. kontaktów z inwestorami – oraz eksperta ds. działalność instytucji okołobiznesowych. Zaprezentują oni źródła nowych inspiracji rozwojowych dla gospodarki i samorządu.

Dzień 2: W części drugiej odbędą się specjalistyczne panele dyskusyjne wokół pięciu obszarów zdefiniowanych jako priorytety rozwojowe miasta Konina. Obejmować one będą: sektor paliwowo-energetyczny, sektor metalowy, sektor budowlany, sektor spożywczo-mleczarski, sektor transport-logistyka.

Dla zapewnienia odpowiedniej oprawy medialnej FIM oraz pracownicy BOI zapewnią obecność pięciu dziennikarzy branżowych oraz odpowiednią obsługę Media Relations konferencji.

5. Ile osób wzięło udział w konferencji i na poszczególnych warsztatach w stosunku do liczby zaproszonych ?

Prosimy wskazać liczbę na podstawie listy obecności

Planowana liczba uczestników: 100 os.

Zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.

6. Kto był wśród uczestników konferencji?

- Przedstawiciele biznesu z poza Konina, ile osób ...
- Przedstawiciele biznesu z Konina, ile osób ...
- Przedstawiciele prasy branżowej, ile osób...
- Przedstawiciele innych sektorów, ile osób...

FIM zamierza wysłać zaproszenia do: przedsiębiorców z Konina, przedsiębiorców z innych miast, przedstawicieli prasy branżowej, izb gospodarczych, osób prywatnych oraz instytucji, z którymi udało się nawiązać kontakt podczas prowadzonych dotychczas działań projektowych.

7. Proszę wymienić kto w roli prelegenta wziął udział w konferencji?

- Przedstawiciel rządu odpowiedzialny za sprawy gospodarcze, kto ...
- Przedstawiciel instytucji finansowych, kto ...
- Przedstawiciel instytucji okołobiznesowych, kto ...
- Inne osoby, jakie ...

Obecnie prowadzone są rozmowy z lokalnymi liderami poszczególnych, priorytetowych dla Konina sektorów gospodarczych oraz prelegentami o krajowej i międzynarodowej renomie takimi jak: Henryka Bochniarz, Ryszard Petru, Jacek Piechota.

Zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.

8. Czy miała miejsce prezentacja multimedialna terenów inwestycyjnych Konina ?

- Tak
- Nie
- Inna forma:

Zgodnie z rekomendacją zawartą w ostatniej karcie monitoringu nie rekomendujemy formuły pokazywania terenów inwestycyjnych w postaci otwartej przestrzeni. O ile Urząd Miasta Konin wyrazi na to zgodę, planujemy zaprezentować tereny inwestycyjne za pomocą filmu. Ponadto zamierzamy pokazać tereny inwestycyjne „na żywo” osobom, które zadeklarują chęć ich obejrzenia.

Zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.

9. Czy odbyła się wizytacja na terenach inwestycyjnych Konina ?

- Tak
- Nie

Zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.

10. Ile osób wzięło udział w wizycie ?

Prosimy wskazać liczbę na podstawie listy obecności

Zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.

11. Ile wpłynęło zapytań o oferty inwestycyjne Miasta Konin w ciągu 2 miesięcy od zakończenia konferencji i czego dotyczyły?

Zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.

12 .Ile opublikowano materiałów opisujących Konin jako miejsce inwestycji w ciągu 2 miesięcy od zakończenia konferencji i w jakich mediach-? :

a) prasowych, prosimy o podanie liczby i tytuły prasowe gdzie pojawiła się informacja

--

b) telewizyjnych, prosimy o podanie liczby oraz nazwy programów, w których pojawiła się informacja

--

c) radiowych, prosimy o podanie liczby oraz nazwy programów, w których pojawiła się informacja

--

d) internetowych, prosimy o podanie liczby oraz nazwy portali na, których pojawiła się informacja

--

Zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.

13. Czy powstał materiał po konferencji obejmujący prezentacje wystąpień, wniosków ?

Tak

Nie

Jeżeli tak to gdzie materiał został udostępniony ?

Eksperti FIM oraz pracownicy BOI opracują protokół z dołączoną do niego dokumentacją filmową oraz fotograficzną relacjonującą zarówno efekty konferencji oraz płynące za nimi możliwości nawiązania współpracy z poszczególnymi przedsiębiorcami, jak i sam przebieg konferencji.

Zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.

14. Czy realizowane zadanie w ocenie Państwa osiągnęło zakładane cele:

a) wskazanie wszelkich walorów miasta (gospodarcze, edukacyjne, rekreacyjne)

Tak

Nie

Prosimy o uzasadnienie wraz ze wskazaniem rezultatów, produktów oraz wskaźników wraz z narzędziem pomiaru :

--

b) wykreowanie Konina jako miasta ważnego na mapie terenów inwestycyjnych

Tak

Nie

Prosimy o uzasadnienie wraz ze wskazaniem rezultatów, produktów oraz wskaźników wraz z narzędziem pomiaru :

--

Narzędziem służącym do określenia rezultatów produktów oraz wskaźników będzie protokół stworzony przez ekspertów FIM i pracowników BOI po konferencji. Zawarte zostaną w nim informacje dotyczące przybyłych gości, możliwości nawiązania współpracy biznesowej między gośćmi z poza Konina a lokalnymi przedsiębiorcami, firm zainteresowanych dalszą współpracą gospodarczą z Miastem Konin. Ponadto opisane zostaną wszelkie uwagi pozwalające na jeszcze efektywniejsze zorganizowanie wydarzenia promującego Konin w przyszłości.

Analizie poddane zostaną wszystkie zapytania jakie wpłyną do BOI miesiąc po konferencji. Dodatkowo pracownicy BOI nawiążą kontakt ze wszystkimi przedsiębiorcami, którzy wyrażą w trakcie trwania konferencji chęć podjęcia dalszej współpracy.

15. Jakie inne działania można podjąć w celu efektywniejszej realizacji zakładanych działań ?

--

Ocena jakości realizacji usług/ działań w ramach obszaru I. Promocja Konina jako miasta atrakcyjnego inwestycyjnie

1. Czy osiągnięty został wskaźnik skuteczności w ramach działania udział w targach i wydarzenie promującego Konin-?

- Tak, wartość wskaźnika ...
 Nie, wartość wskaźnika ...

Skuteczność liczona jest proporcją ilości zapytań o ofertę inwestycyjną po 3 miesiącach od targów i konferencji do ilości wydarzeń, na których prezentowana była oferta Konina. Wskaźnik jest tym lepszy im wartość uzyskana jest wyższa. Skuteczność mierzona jest każdorazowo w ciągu 3 m-cy po wystąpieniu zdarzenia.

a)

Wskaźnik skuteczności w ramach działania udział w targach	=	Ilości zapytań o ofertę inwestycyjną Konina po 3 m-cu od zakończenia targów
		ilość targów dla inwestorów

b)

Wskaźnik skuteczności w ramach organizacji wydarzenia promującego Konin (konferencja)	=	Ilości zapytań o ofertę inwestycyjną Konina po 2 m-cu od zakończenia konferencji
		ilość konferencji dla inwestorów

Wskaźnik	Pożądana wartość	Skala oceny				
		-2 bardzo źle	-1 źle	0 poprawnie	1 dobrze	2 bardzo dobrze
Wskaźnik skuteczności w ramach udziału w targach	Więcej niż 3	<1	<2	>3	>4	>5

- Wartość pożądana – w przypadku wskaźnika skuteczności w ramach udziału w targach wynosi więcej niż 3 zapytania o ofertę inwestycyjną Konina po 3 m-cach od realizacji działania
- Skala oceny zmienia się o +/-1 przy przyjęciu wskaźnika 3 zapytań jako realizowanego poprawnie

2. Czy osiągnięty został wskaźnik skuteczności w ramach portalu internetowego

- Tak, wartość wskaźnika ...
- Nie, wartość wskaźnika ...

Skuteczność liczona jest proporcją ilości zapytań o ofertę inwestycyjną do ilości działań promocyjnych podejmowanych w ramach portalu. Wskaźnik jest tym lepszy im wartość uzyskana jest wyższa i bliska 100%.

Wskaźnik skuteczności w ramach działania portal internetowy	=	Ilość zapytań o ofertę inwestycyjną Konina	*100%
		ilość działań promocyjnych w ramach portalu (wysyłka newslettera, mailing)	

Wskaźnik skuteczności w ramach działania portal internetowy	=	Ilość zapytań o ofertę inwestycyjną Konina - 0	*100 %
		ilość działań promocyjnych w ramach portalu - 1 wysyłka newslettera	

Wskaźnik	Pożądana wartość	Skala oceny				
		-2 bardzo źle	-1 Źle	0 poprawnie	1 Dobrze	2 bardzo dobrze
Wskaźnik skuteczności w ramach portalu internetowego	7% skuteczności działań informacyjnych	0%	3%	7%	11%	15%

3. Czy osiągnięty został wskaźnik dostępności w ramach działania „wywołanie zdarzenia promującego Miasto Konin jako miasto z terenami inwestycyjnymi” ?

- Tak, wartość wskaźnika ...
- Nie, wartość wskaźnika ...

Wskaźnik dostępności ma na celu wskazanie czy z danego działania mogli skorzystać wszyscy Ci, którzy byli zainteresowani danym wsparciem .

Wskaźnik dostępności w ramach działania wywołanie zdarzenia promującego Miasto Konin jako miasto z terenami inwestycyjnymi	=	Ilość miejsc dla przedsiębiorców w ramach konferencji	*100%
		Ilość przedsiębiorców zgłaszających zainteresowanie udziałem w konferencji	

Dostępność liczona jest jako proporcja ilości miejsc dla przedsiębiorców zabezpieczonych na etapie przygotowań do konferencji do liczby przedsiębiorców, którzy zgłaszali swoje zainteresowanie wzięcia udziału w wydarzeniu. Wskaźnik jest tym lepszy im wartość uzyskana jest wyższa i bliska 100%.

Wskaźnik	Pożądana wartość	Skala oceny				
		-2 bardzo źle	-1 źle	0 poprawnie	1 dobrze	2 bardzo dobrze
Wskaźnik dostępności	100%	60%	70%	80%	90%	100%

- Wartość pożądana – w przypadku wskaźnika dostępność wartość pożądana to 100%
- Skala oceny zmienia się o +/-10% przy przyjęciu wskaźnika 80% dostępności jako realizowanego poprawnie

Obszar II.

KONTAKTY Z INWESTORAMI

1. Formy realizacji działań:

1. Czy realizowane były kontakty bezpośrednie z potencjalnym inwestorem obejmujące prezentacje Konina i oferty w formie drukowanej i multimedialnej (min. w j. angielskim),

- Tak
 Nie

2. Ile spotkań odbyło się w siedzibie inwestora? Prosimy o wskazanie danych inwestora

W okresie styczeń-luty odbyło się pięć bezpośrednich spotkań z potencjalnymi inwestorami. Wszyscy przedsiębiorcy wyrazili prośbę o spotkanie w siedzibach ich firm, z uwagi na co moderatorzy zatrudnieni przez FIM odbyli spotkania w następujących instytucjach:

- Trawena Poland Sp. z o.o.;
- Instal Sp. z o.o.;
- Zakłady Stare Miasto Park Sp. z o.o.;
- Hotel Vesta Jeleśnia;
- Hotel MONTIS*** Hotel & SPA;

Informacja dotycząca powyższych spotkań przekazana została koordynatorowi projektu P. Barbarze Kietner. Zgodnie z ustaleniami zawartymi w trakcie rozmowy z przedstawicielami Miasta Konin, FIM każdorazowo informować będzie Panią Kietner o planowanych przez FIM kolejnych spotkaniach.

3. Ile spotkań odbyło się w Koninie? Prosimy o wskazanie danych inwestora

0

4. Ile spotkań zakończyło się podpisaniem listów intencyjnych oraz ich główne założenia przedmiot i branża)?

Rozmowy prowadzone przez moderatorów FIM mają charakter wstępny i służą nawiązaniu współpracy pomiędzy potencjalnym inwestorem a Miastem Konin lub przedsiębiorcą z Konina. Nie można oczekiwać, iż po jednym spotkaniu dojdzie do zawarcia długoterminowej współpracy między firmami.

Ekspert prowadzący spotkania jak i pracownicy BOI czynią starania aby włączyć firmy wymienione

powyżej w inne działania projektowe tak, aby doszło do możliwie jak największej liczby porozumień podpisanych między przedsiębiorcami z Konina oraz z potencjalnymi inwestorami z zewnątrz.

5. Ile spotkań zakończyło się podpisaniem umowy przedwstępnej oraz jej główne założenia przedmiot i branża)?

0

6. Ile spotkań zakończyło się podpisaniem umów inwestycyjnych oraz ich główne założenia (przedmiot i branża) ?

0

7. Jaki język wykorzystywany był w kontaktach z inwestorem-?

- polski
- angielski
- francuski
- niemiecki
- chiński
- inny jaki ...

8. Czy realizator zadania przygotował materiały dotyczące terenów inwestycyjnych

- Tak
- Nie

Folder-Załącznik nr 9.

9. W ilu i w jakich bazach krajowych dotyczących terenów inwestycyjnych znajduje się miasto Konin?

<http://www.terenyinwestycyjne.info>
<http://www.ofertyinwestycyjne.pl>
<http://infobase.paiz.gov.pl>
<http://wielkopolskie.coie.gov.pl>
<http://terenypodinwestycje.eu/>
<http://www.szukam-inwestora.com>
<https://inwestorzy.biz>

oraz informacja o BOI:

www.lm.pl
www.konin.pl

10. W ilu i w jakich bazach zagranicznych dotyczących terenów inwestycyjnych znajduje się miasto Konin?

<http://infobase.paiz.gov.pl>
<http://wielkopolskie.coie.gov.pl>
<http://www.terenyinwestycyjne.info>
<http://www.ofertyinwestycyjne.pl>

11. Ile kontaktów z potencjalnymi inwestorami było zrealizowanych dzięki informacji o terenach inwestycyjnych Koninie w bazach danych-?

- a) krajowych-0
- b) zagranicznych-0

12. W jakiej formie odbywały się kontakty będące wynikiem umieszczenia informacji o terenach inwestycyjnych w Koninie w bazach danych?

- telefoniczny, w jakiej liczbie ...
- e-mailowy, w jakiej liczbie
- spotkań bezpośrednich, w jakiej licznie...
- inny jaki? oraz w jakiej liczbie ...

Prosimy załączyć listy potwierdzające w/w dane

13. W ilu i w jakich (miejsce i termin) kongresach i sympozjach krajowych w ciągu w roku wzięli Państwo udział?

1. „Forum Gospodarcze Polska – Indie” w Warszawie w dniu 27 stycznia 2014 r.
2. „Gospodarczy Trójkąt Weimarski” w Krakowie w dniach 06-07 luty 2014 r.
3. Forum „Zmieniamy Polski Przemysł” w Warszawie w dniu 17 luty 2014 r.

14. W ilu kongresach i w jakich (miejsce i termin) , sympozjach zagranicznych w ciągu roku wzięli Państwo udział ?

1. „Pollutec Horizons” w Paryżu w dniach 03-05 grudnia 2013 r.
2. „Polsko-Niemiecka konferencja gospodarcza” we Frankfurcie nad Odrą w dniu 05 grudnia 2013 r.
3. International Partnership Forum „PromoFood 2014" w Poczdamie w dniu 03 luty 2014 r.

15. Ile kontaktów nawiązanych zostało w wyniku udziału w kongresach, sympozjach?

a) krajowych:

- British Polish Chamber of Commmerce
- Polsko Indyjska Izba Gospodarcza
- Komfort International s.c. – biuro lobbingowe
- PAiIZ
- Grupa PTWP
- PGE Polska Grupa Energetyczna SA – branża energetyczna
- Konfederacja Lewiatan

b) zagranicznych:

- Russian Europe Publishing SvetlanaSuvorova – fundusz poręczeniowy
- FAKAM Import & Export Produits de la Mer – branża spożywcza
- IHK Potsdam – Izba z Poczdamu
- Brandenburger ErnährungsNetzwerk – region Branderburgia
- Zauberei Wolfgang Brasch e.K. – branża spożywcza
- Süßmost-und Weinkelterei Hohenseefeld - branża spożywcza
- In PLuvia, - Ochrona Środowiska
- Eureka Industries, - Szkolenia techniczne i zawodowe
- Group Star's Service, - Consulting
- RMS France, - Robotyka
- Modulo Bloc budownictwo

Prosimy załączyć sprawozdania z w/w spotkań obejmujące informacje o celu spotkania, przebiegu, efektach oraz dalszych planach – ZAŁĄCZNIK NR 8

16. Ile kontaktów wyniku udziału w kongresach i sympoziach zostało ponowionych w ciągu 1 mc ?
- a) krajowych, liczba - 7 oraz ich nazwy i branże – Wszystkie firmy wymienione w pytaniu 15
 - b) zagranicznych, liczba - 11 oraz ich nazwy i branże - Wszystkie firmy wymienione w pytaniu 15

17. Jaką formę przybrał kontakt po uczestnictwie w kongresach i sympoziach ?

- listowną, w jakiej liczbie ...
- e-mailową, w jakiej liczbie 5
- telefoniczną, w jakiej liczbie - 4
- spotkanie, w liczbie: 3
- inny: dopisanie pozyskanych kontaktów do listy e-mailingowej newslettera

Prosimy załączyć dokumenty potwierdzające w/w liczby – **Załącznik nr. 9 - Protokół**

18. Biuro realizatora zadania spełnia standard:

- podstawowy, lokalizacja biura w Koninie o powierzchni min. 30 m² w tym z min. 2 pomieszczeniami biurowymi oraz wyposażone w sprzęt biurowy
- rekomendowany, lokalizacja biura w Koninie w pobliżu siedziby Urzędu Miejskiego, o powierzchni min. 60 m², w tym 2 pomieszczenia biurowe oraz sala spotkań biznesowych, wyposażone w sprzęt biurowy stacjonarny oraz mobilny

Biuro Obsługi Inwestora w Koninie znajduje się w bliskim sąsiedztwie Urzędu Miasta Konin (50 m). Zajmuje powierzchnię 53,10 m² z dwoma pomieszczeniami biurowymi (jedno pomieszczenie przeznaczone do pracy oraz jeden mały pokój spotkań), holem oraz łazienką. Biuro w pełni wyposażone jest w sprzęt biurowy. Fundacja Inicjatyw Menedżerskich zdecydowała się na lokal bez dużej sali spotkań z uwagi na to, iż spotkania w większym gronie nie odbywają się codziennie i znacznie korzystniejsze pod względem finansowym jest wynajmowanie dużej sali gdy zachodzi taka potrzeba.

19. Zadanie realizowane jest przez osoby spełniające standard:

- podstawowy - 2 osoby ds. kontaktu bezpośredniego i pośredniego z inwestorem, w tym jedna osoba z biegłą znajomością języka angielskiego oraz druga osoba ze znajomością innego języka obcego oraz 2 letnim doświadczeniem w pozyskiwaniu inwestora; osoba do obsługi administracyjnej - doświadczenie min. 2 lata.
- rekomendowany - 2 osoby ds. kontaktu bezpośredniego i pośredniego z inwestorem, w tym każda z osób z biegłą znajomością min. 2 języków obcych oraz 5 letnim doświadczeniem w pozyskiwaniu inwestora; osoba do obsługi administracyjnej - doświadczenie min. 2 lata

20. Czy realizowane zadanie w Państwa ocenie osiągnęło zakładane cele jakimi jest rozwój działalności gosp. poprzez działania na rzecz pozyskania inwestora celem stworzenia nowych miejsc pracy oraz zredukowanie negatywnych skutków restrukturyzacji przemysłu paliwowo-energetycznego.

- Tak
- Nie

Prosimy o uzasadnienie wraz ze wskazaniem rezultatów, produktów oraz wskaźników wraz z narzędziem pomiaru :

W ramach działań służących pozyskiwaniu dotychczas uzyskano następujące produkty:

- 5 spotkań z inwestorami
- 2 spotkania B2B

- 7 wpisów do krajowych i międzynarodowych baz danych
- 6 wyjazdów na sympozja i kongresy krajowe oraz zagraniczne

Narzędziem pomiaru powyższych działań są protokoły, raporty, listy obecności.

18. Jakie inne działania można podjąć w celu skuteczniejszej realizacji zakładanych działań-?

Zintensyfikowanie kontaktu z lokalnymi przedsiębiorcami.

Ocena jakości realizacji usług/ działań w ramach obszaru II. Kontakty z inwestorami

1. Czy osiągnięty został wskaźnik skuteczności w ramach działania „Uczestnictwo w kongresach i sympozjach” i „Spotkania indywidualne z potencjalnymi inwestorami” jako działania bezpośrednie z inwestorami

- Tak, wartość wskaźnika ...
- Nie, wartość wskaźnika ...

Wskaźnik skuteczności działania ma na celu wskazanie czy i jak dane wsparcie przekłada się na ilość kontaktów z inwestorami oraz ilość umów o realizację inwestycji jakie z tego tytułu udało się pozyskać.

wskaźnik skuteczności kontaktów bezpośrednich	=	ilość podpisanych listów intencyjnych z inwestorami - 0	*100%
		ilość kontaktów bezpośrednich z inwestorami -5	

Wskaźnik oblicza się jako procent, skuteczność liczona jest proporcją ilości listów intencyjnych do ilości spotkań. Wskaźnik jest tym lepszy im wartość uzyskana jest bliższa wartości 100%. -Działanie uważane będzie za skuteczne jeżeli w wyniku spotkań z inwestorami osiągnie się wskaźnik skuteczności 8%.

Wskaźnik	Pożądana wartość	Skala oceny				
		-2 bardzo źle	-1 Źle	0 poprawnie	1 Dobrze	2 bardzo dobrze
Skuteczność kontaktów bezpośrednich	≥ 8%	0	<2%	>4%	>6%	≥ 8%

- Wartość pożądana – w przypadku wskaźnika skuteczności w ramach spotkań bezpośrednich z inwestorami wynosi więcej lub jest równy 4%
- Skala oceny zmienia się o +/-2 przy przyjęciu wskaźnika 4% jako realizowanego poprawnie

wskaźnik skuteczności kontaktów bezpośrednich	=	ilość podpisanych umów z inwestorami - 0	*100%
		ilość kontaktów bezpośrednich z inwestorami - 5	

Wskaźnik oblicza się jako procent, skuteczność liczona jest proporcją ilości umów z inwestorami do ilości spotkań. Wskaźnik jest tym lepszy im wartość uzyskana jest bliższa wartości 100%. -Działanie uważane będzie za skuteczne jeżeli w wyniku spotkań z inwestorami osiągnie się wskaźnik skuteczności 4%.

Wskaźnik	Pożądana wartość	Skala oceny				
		-2 bardzo źle	-1 źle	0 poprawnie	1 Dobrze	2 bardzo dobrze
Skuteczność kontaktów bezpośrednich	≥ 4%	0	<1%	>2%	>3%	≥ 4%

- Wartość pożądana – w przypadku wskaźnika skuteczności w ramach spotkań bezpośrednich z inwestorami wynosi więcej lub jest równy 4%
- Skala oceny zmienia się o +/-1 przy przyjęciu wskaźnika 2% jako realizowanego poprawnie

2. Czy osiągnięty został wskaźnik skuteczności w ramach działania Informowanie o potencjale inwestycyjnym poprzez mailing, ankiety, uczestnictwo w bazach danych, telefonicznie - rozumiane jako kontakty pośrednie-

- Tak, wartość wskaźnika ...
- Nie, wartość wskaźnika ...

Wskaźnik skuteczności działania ma na celu wskazanie czy i jak dane wsparcie przekłada się na liczbę kontaktów z inwestorami oraz ostatecznie na liczbę inwestycji jakie z tego tytułu udało się pozyskać.

Wskaźnik skuteczności kontaktów pośrednich	=	Liczba powtarzalnych kontaktów ze strony inwestorów - 0	*100%
		Liczba sympozjów, konferencji krajowych i zagranicznych - 6	

Wskaźnik skuteczności kontaktów pośrednich	=	Liczba powtarzalnych kontaktów ze strony inwestorów - 0	*100%
		Liczba wpisów do baz, akcji mailingowych – 1(akcja mailingowa) +7 (wpisy do baz danych)	

Wskaźnik oblicza się jako procent, skuteczność liczona jest proporcją ilości kontaktów z inwestorami zainteresowanymi ofertą inwestycyjną Konina do ilości spotkań w jakich biorą udział przedstawiciele miasta oraz wpisów do baz terenów inwestycyjnych. Wskaźnik jest tym lepszy im wartość uzyskana jest bliższa wartości 100%. Działanie uważane będzie za skuteczne jeżeli w wyniku prowadzonych działań osiągnie się wskaźnik skuteczności większy niż 15%, rozumiany jako kontakt ze strony potencjalnego inwestora.

Wskaźnik	Pożądana wartość	Skala oceny				
		-2 bardzo źle	-1 źle	0 Poprawnie	1 dobrze	2 bardzo dobrze
Skuteczność kontaktów pośrednich	>15%	0%	<5%	>5%	>10%	>15%

- Wartość pożądana – w przypadku wskaźnika skuteczności w ramach kontaktów pośrednich z inwestorami wynosi więcej niż 15%
- Skala oceny zmienia się o +/-5% przy przyjęciu wskaźnika większy niż 5% skuteczności jako realizowanego poprawnie

Ocena dostępności realizacji usług/ działań w ramach obszaru II. Kontakty z inwestorami

Czy osiągnięty został wskaźnik dostępności działania w ramach obszaru „Kontakty z inwestorami” rozumiany jako dostępność miejsc pracy dla osób bezrobotnych jakie powstały w wyniku inwestycji w Koninie-?

- Tak, wartość wskaźnika ...
 Nie, wartość wskaźnika ...

Wskaźnik dostępności działania ma na celu wskazanie jak działanie wpływa na rynek pracy. Jest to ściśle powiązane z celami działania jakim jest wpływ inwestycji na lokalny rynek pracy.

Wskaźnik możliwości dostępu osób bezrobotnych do miejsc pracy powstałych w wyniku inwestycji	=	Liczba deklarowanych miejsc pracy w ramach planowanych inwestycji - 0	*100%
		Liczba osób bezrobotnych w Koninie – 12 504	

Wskaźnik oblicza się jako procent, Dostępność liczona jest proporcją ilości nowo utworzonych miejsc pracy w wyniku inwestycji do ilości osób bezrobotnych w Koninie. Wskaźnik dostępności jest tym lepszy im bliższy jest 100%. Z punktu widzenia dostępności przyjmuje się, że wskaźnik jest realizowany poprawnie jeżeli wartość osiąga więcej niż 2%.

Wskaźnik	Pożądana wartość	Skala oceny				
		-2 bardzo źle	-1 Źle	0 poprawnie	1 Dobrze	2 bardzo dobrze
Wskaźnik dostępności osób bezrobotnych do miejsc pracy	≥ 6%	0%	<2%	>2%	>4%	≥ 6%

- Wartość pożądana – w przypadku wskaźnika dostępności przyjmujemy, że w wyniku inwestycji planowanych stworzone zostaną miejsca pracy dla więcej lub równo 6% osób bezrobotnych
- Skala oceny zmienia się o +/- 2% przy przyjęciu wskaźnika więcej niż 2% dostępności jako realizowanego poprawnie

Wskaźnik dostępności działania ma na celu wskazanie jak działanie wpływa na rynek pracy. Jest to ściśle powiązane z celami działania jakim jest wpływ inwestycji na lokalny rynek pracy.

Wskaźnik możliwości dostępu osób bezrobotnych do miejsc pracy powstałych w wyniku inwestycji	=	Liczba utworzonych miejsc pracy w ramach inwestycji - 0	*100%
		Liczba osób bezrobotnych w Koninie – 12 504	

Wskaźnik oblicza się jako procent, Dostępność liczona jest proporcją ilości nowo utworzonych miejsc pracy w wyniku inwestycji do ilości osób bezrobotnych w Koninie. Wskaźnik dostępności jest tym lepszy im bliższy jest 100%. Z punktu widzenia dostępności przyjmuje się, że wskaźnik jest realizowany poprawnie jeżeli wartość osiąga więcej niż 2%.

Wskaźnik	Pożądana wartość	Skala oceny				
		-2 bardzo źle	-1 Źle	0 poprawnie	1 Dobrze	2 bardzo dobrze
Wskaźnik dostępności osób bezrobotnych do miejsc pracy	≥ 6%	0%	<2%	>2%	>4%	≥ 6%

- Wartość pożądana – w przypadku wskaźnika dostępności przyjmujemy, że w wyniku inwestycji planowanych stworzone zostaną miejsca pracy dla więcej lub równo 6% osób bezrobotnych
- Skala oceny zmienia się o +/- 2% przy przyjęciu wskaźnika więcej niż 2% dostępności jako realizowanego poprawnie

Obszar III.

KOJARZENIE PRZEDSIĘBIORSTW NA TERENIE KONINA (KLASTRY, KOOPERACJA)

1. Formy realizacji działań:

1.1. Organizacja spotkań B2B

1. Czy koncepcja realizacji spotkań B2B była konsultowana ze zleceniodawcą zadania:

- Tak
 Nie

FIM proponował zmianę formuły spotkań B2B tak, aby była ona zgodna z rekomendacjami udzielanymi przez przedsiębiorców, którzy zapraszani byli na organizowane dotychczas spotkania. Rekomendujemy, aby:

1. Spotkania B2B w Koninie organizowane były dla jednego przedsiębiorcy z zewnątrz oraz maksymalnie trzech przedsiębiorców z Konina, których interesy są zbieżne.
2. Spotkanie zagraniczne B2B odbyło się w mieście, w którym siedzibę ma firma będąca realnym partnerem biznesowym dla przedsiębiorców z Konina.

2. Czy realizowane były spotkania B2B w Koninie ?

- Tak
 Nie

3. Ile spotkań branżowych typu B2B odbyło się w Koninie ?

Dotychczas odbyły się dwa spotkania B2B zorganizowane w Koninie.

1. Spotkanie zorganizowane w dniu 09.01.2014 .
2. Spotkanie zorganizowane w dniu 18 luty 2014 r.

4. Ilu przedsiębiorców wzięło udział w spotkaniu w stosunku do liczby zaproszonych ?:

- z Konina - 15
 z poza Konina - 5

5. Przedsiębiorcy z jakich branż wzięli udział w spotkaniu? Proszę wymienić obecne branże.

- branża budowlana
- systemy zarządzania ISO
- biopaliwa
- szkoleniowo – doradcza
- hotelarstwo
- organizacja samorządowa
- branża metalowa
- handel detaliczny
- architektura
- spedycja
- agencja reklamowa
- Public Relations
- produkcja oświetlenia
- agencja reklamowa

6. Ilu nowych przedsiębiorców w porównaniu do poprzedniego okresu sprawozdawczego wzięło udział w spotkaniach ?

W poprzednim okresie sprawozdawczym nie były organizowane spotkania B2B.

7. Ile kontaktów branżowych B2B zakończyło się podpisaniem listów intencyjnych o współpracy ?

0

8. Ile było powtarzalnych kontaktów pomiędzy przedsiębiorcami po spotkaniach ?

Prowadzony jest obecnie monitoring kontaktów.

9. Czy realizowane były spotkania B2B wyjazdowe krajowe ?

- Tak
 Nie

Zadanie realizowane w kolejnym okresie sprawozdawczym.

10. Ile wyjazdów branżowych B2B krajowych odbyło się i gdzie?

Dotychczas nie odbył się żaden wyjazd krajowy. Dokonywana jest analiza potrzeb lokalnych przedsiębiorców mająca na celu właściwe przygotowanie wizyty wyjazdowej.

Zadanie realizowane w kolejnym okresie sprawozdawczym.

11. Ilu przedsiębiorców wzięło udział w spotkaniach, w stosunku do liczby zaproszonych?:

- Z Konina ...
- Z poza Konina

Zadanie realizowane w kolejnym okresie sprawozdawczym.

12. Przedsiębiorcy z jakich branż wzięli udział w spotkaniach? (prosimy załączyć listę)

Zadanie realizowane w kolejnym okresie sprawozdawczym.

9. Ilu nowych przedsiębiorców w porównaniu do poprzedniego okresu sprawozdawczego wzięło udział w spotkaniach ?

W poprzednim okresie sprawozdawczym nie były organizowane krajowe spotkania B2B.

10. Ile kontaktów zakończyło się podpisaniem listów intencyjnych o współpracy ?

0

11. Ile było powtarzalnych kontaktów pomiędzy przedsiębiorcami po spotkaniach w ciągu miesiąca ?

Prowadzony jest obecnie monitoring kontaktów.

12. Czy realizowane były spotkania branżowe B2B wyjazdowe zagraniczne?

- Tak
- Nie

Zadanie realizowane w kolejnym okresie sprawozdawczym.

13. Ile wyjazdów branżowych zagranicznych dla biznesu odbyło się i gdzie?

Planowany jest jeden wyjazd zagraniczny B2B. Zgodnie z założeniami projektu musi on być zrealizowany z mieście partnerskim Urzędu Miasta Konin. Rekomendujemy aby był on przeprowadzony w mieście, w którym konińscy przedsiębiorcy znajdują realnych partnerów biznesowych (nie koniecznie w mieście partnerskim).

14. Ilu przedsiębiorców wzięło udział w spotkaniach, w stosunku do liczby zaproszonych?

- z Konina ...

- spoza Konina ...

Zadanie realizowane w kolejnym okresie sprawozdawczym.

12. Przedsiębiorcy z jakich branż wzięli udział w spotkaniach?

Zadanie realizowane w kolejnym okresie sprawozdawczym.

13. Ilu nowych przedsiębiorców w porównaniu do poprzedniego okresu sprawozdawczego wzięło udział w spotkaniach ?

Zadanie realizowane w kolejnym okresie sprawozdawczym.

14. Ile kontaktów zakończyło się podpisaniem listów intencyjnych o współpracy ?

0

14. Ile było powtarzalnych kontaktów pomiędzy przedsiębiorcami po spotkaniach w ciągu miesiąca ?

Prowadzony jest obecnie monitoring kontaktów.

15. Czy działanie przyczyniło się do osiągnięcia któregoś z celów:

a) Poprawa kontaktów gospodarczych pomiędzy podmiotami z Konina, innych miast Polski oraz z miast partnerskich

- Tak
 Nie

Prosimy uzasadnić odpowiedź, wraz ze wskazaniem rezultatów, produktów oraz wskaźników wraz z narzędziem pomiaru :

Zadanie realizowane w kolejnym okresie sprawozdawczym.

b) stworzenie warunków do budowy kontaktów B2B w Koninie

- Tak
 Nie

Prosimy uzasadnić odpowiedź wraz ze wskazaniem rezultatów, produktów oraz wskaźników wraz z narzędziem pomiaru :

Zadanie realizowane w kolejnym okresie sprawozdawczym.

c) tworzenie nowych miejsc pracy – *Nie dotyczy*

- Tak
 Nie

Prosimy uzasadnić odpowiedź wraz ze wskazaniem rezultatów, produktów oraz wskaźników wraz z narzędziem pomiaru :

a) Jakie inne działania można podjąć w celu skuteczniejszego sposobu realizowania działania ?

Stale podtrzymywanie kontaktów z potencjalnymi inwestorami, z którymi odbyły się dotychczas spotkania.

1.2. Prowadzenie doradztwa dla przedsiębiorców w zakresie informacji gospodarczej, formalno-prawnej

1. Jakie doradztwo prowadzone było dla przedsiębiorców podejmujących współpracę branżową?

- biznesowe, ile godz. ...
- formalno-prawne, ile godz. ...

Zadanie realizowane w kolejnym okresie sprawozdawczym.

2. Ile firm skorzystało z doradztwa ?

- biznesowego ..., w tym :
 - mikro przedsiębiorstwa ...
 - małe przedsiębiorstwa ...
 - średnie przedsiębiorstwa ...
- formalno-prawnego ..., w tym:
 - mikro przedsiębiorstwa ...
 - małe przedsiębiorstwa ...
 - średnie przedsiębiorstwa ...

Prosimy załączyć wykaz firm

Zadanie realizowane w kolejnym okresie sprawozdawczym.

Zgodnie z ustaleniami zawartymi z przedstawicielami Urzędu Miasta Konin w doradztwie udział wezmą jedynie przedsiębiorcy z Konina i okolic (36 firm).

Nie dotyczy-zadanie realizowane w kolejnym okresie sprawozdawczym.

12. Jakie były najczęstsze tematy doradztwa ?

Biznesowe (prosimy podać na podstawie kart doradczych):

Formalno-prawne (prosimy podać na podstawie kart doradczych):

Zadanie realizowane w kolejnym okresie sprawozdawczym.

13. Czy zadanie realizowane jest przez osoby spełniające standard:

- Podstawowy - moderator spotkań biznesowych, osoby ds. obsługi organizacyjnej: menedżer 1 osoba, asystent 1 osoba, doświadczenie min 2-letnie. znajomość min. 2 języków (angielski i rosyjski).
- Rekomendowany- moderator spotkań biznesowych, osoby ds. obsługi organizacyjnej: menedżer 1 osoba, asystent 1 osoba, doświadczenie min 5-letnie, znajomość min. 4 języków (angielski, rosyjski, chiński, niemiecki)

Zadanie realizowane w kolejnym okresie sprawozdawczym.

14. Czy działanie przyczyniło się do osiągnięcia któregoś z celów:

- a) Poprawa kontaktów gospodarczych pomiędzy podmiotami z Konina, innych miast Polski oraz z miast partnerskich
- Tak
 - Nie

Prosimy uzasadnić odpowiedź wraz ze wskazaniem rezultatów, produktów oraz wskaźników wraz z narzędziem pomiaru :

Zgodnie z ustaleniami i zaleceniem ze strony Urzędu Miasta Konin w spotkaniach doradczych mają brać udział wyłącznie firmy z Konina wobec czego nie można mówić o rezultatach w zakresie poprawy kontaktów gospodarczych.

Zadanie realizowane w kolejnym okresie sprawozdawczym.

- b) Stworzenie warunków do budowy kontaktów B2B w Koninie

- Tak
- Nie

Prosimy uzasadnić odpowiedź wraz ze wskazaniem rezultatów, produktów oraz wskaźników wraz z narzędziem pomiaru :

Pracownicy FIM oraz BOI nawiązali kontakt z KIG, ARR oraz 300 firmami z terenu Konina informując o prowadzonych działaniach oraz wysyłając zaproszenia do udziału w planowanych spotkaniach doradczych oraz B2B.

- c) Stworzenie nowych miejsc pracy

- Tak
- Nie

Prosimy uzasadnić odpowiedź wraz ze wskazaniem rezultatów, produktów oraz wskaźników wraz z narzędziem pomiaru :

Oferta oraz podpisana umowa nie zakładają stworzenia nowych miejsc pracy.

15. Jakie inne działania można podjąć w celu skuteczniejszego sposobu realizowania działania?

Ocena jakości realizacji usług/ działań w ramach obszaru III. Kojarzenie przedsiębiorstw na terenie Konina (klastry, kooperacja)

1. Czy osiągnięty został wskaźnik skuteczności w ramach działania „Organizacja spotkań B2B¹” ?
- Tak wartość wskaźnika ...
 - Nie, wartość wskaźnika ...

Wskaźnik skuteczności działania ma na celu wskazanie czy i jak dane wsparcie przekłada się na rozwój współpracy/kooperacji przedsiębiorców konińskich z przedsiębiorstwami krajowymi w wyniku

¹ Business to Business - skrót opisujący działania skierowane na rozwój współpracy pomiędzy przedsiębiorcami

realizacji spotkań w Koninie oraz realizacji spotkań wyjazdowych, krajowych dla przedsiębiorców konińskich.

3. Sposób obliczenia wskaźnika

Wskaźnik skuteczności w ramach działania spotkania przedsiębiorców w Koninie	=	Liczba umów o kooperacji podpisanych przez przedsiębiorców - 0	*100%
		Liczba spotkań dla przedsiębiorców zewnętrznych z przedsiębiorcami konińskimi - 2	
Wskaźnik skuteczności w ramach działania udział przedsiębiorców konińskich w branżowych wyjazdach krajowych	=	Liczba umów o kooperacji podpisanych przez przedsiębiorców 0	*100%
		Liczba spotkań dla przedsiębiorców zewnętrznych z przedsiębiorcami konińskimi - 2	
Wskaźnik skuteczności w ramach działania udział przedsiębiorców konińskich w branżowych wyjazdach zagranicznych	=	Liczba umów o kooperacji podpisanych przez przedsiębiorców 0	*100%
		Liczba spotkań dla przedsiębiorców zewnętrznych z przedsiębiorcami konińskimi 2	

Wskaźnik oblicza się jako procent, skuteczność liczona jest proporcją ilości umów o kooperację do ilości spotkań. Wskaźnik jest tym lepszy im wartość uzyskana jest bliższa wartości 100%. Działanie uważane będzie za skuteczne jeżeli organizowane spotkania stacjonarne (w Koninie) oraz wyjazdowe (delegacje krajowe i zagraniczne) przeloży się na odpowiednią liczbę podpisanych umów o kooperacji przedsiębiorstw.

a)

Wskaźnik	Pożądana wartość	Skala oceny				
		-2 bardzo źle	-1 źle	0 poprawnie	1 dobrze	2 bardzo dobrze
Wskaźnik skuteczności w ramach działania spotkania przedsiębiorców w Koninie	20%	0%	5%	10%	15%	20%

- *Wartość pożądana – w przypadku wskaźnika skuteczności w ramach spotkań przedsiębiorców w Koninie przyjmuje się 20% skuteczność spotkań*
- *Skala oceny zmienia się o +/- 5% przy przyjęciu wskaźnika 10% skuteczności jako realizowanego poprawnie*

b)

Wskaźnik	Pożądana wartość	Skala oceny				
		-2 bardzo źle	-1 źle	0 poprawnie	1 dobrze	2 bardzo dobrze
Wskaźnik skuteczności w ramach działania udział przedsiębiorców konińskich w branżowych wyjazdach krajowych	25%	5%	10%	15%	20%	25%

- *Wartość pożądana – w przypadku wskaźnika skuteczności wyjazdów krajowych konińskich przedsiębiorców jako wartość pożądaną przyjmuje się 25%*
- *Skala oceny zmienia się przy przyjęciu wskaźnika 15% jako poprawne o +/- 5%*

c)

Wskaźnik	Pożądana wartość	Skala oceny				
		-2 bardzo źle	-1 źle	0 poprawnie	1 dobrze	2 bardzo dobrze
Wskaźnik skuteczności w ramach działania udział przedsiębiorców konińskich w branżowych wyjazdach zagranicznych	20%	0%	5%	10%	15%	20%

- *Wartość pożądana – w przypadku wskaźnika skuteczności wyjazdów krajowych konińskich przedsiębiorców jako wartość pożądaną przyjmuje się 20%*
- *Skala oceny zmienia się przy przyjęciu wskaźnika 10% jako poprawne o +/- 5%*

Ocena dostępności do usługi/działania

1. Czy osiągnięty został wskaźnik dostępności działania w ramach „Organizacja spotkań B2B²”:

- Tak, wartość wskaźnika ...

² Business to Business - skrót opisujący działania skierowane na rozwój współpracy pomiędzy przedsiębiorcami

□ Nie, wartość wskaźnika ...

Wskaźnik dostępności działania ma na celu wskazanie czy i jak -dane wsparcie odpowiada na realne potrzeby przedsiębiorców konińskich oraz przedsiębiorców krajowych i zagranicznych. Szczególnie ważne w ocenie tego wskaźnika jest to czy wsparcie jest wystarczające ze względu na skalę realizacji zadania.

Wskaźnik dostępności w ramach działania spotkania przedsiębiorców branżowych w Koninie	=	Liczba miejsc dla przedsiębiorców konińskich w ramach spotkań branżowych w Koninie – <i>projekt tego nie określa</i>	*100%
		Liczba przedsiębiorców działających w danej branży, zgłaszających się do udziału w spotkaniu	
Wskaźnik dostępności w ramach działania spotkania branżowych w Koninie	=	Liczba miejsc dla przedsiębiorców zewnętrznych w ramach spotkań branżowych w Koninie – 40	*100% - NIE DOTYCZY
		Liczba przedsiębiorców działających w danej branży, zgłaszających się do udziału w spotkaniu	
Wskaźnik dostępności w ramach działania udział przedsiębiorców konińskich w branżowych wyjazdach krajowych	=	Liczba miejsc dla przedsiębiorców konińskich w ramach branżowych wyjazdów krajowych - 8	*100%
		Liczba przedsiębiorców działających w danej branży w Koninie, zgłaszających się do wyjazdu	
Wskaźnik dostępności w ramach działania udział przedsiębiorców zewnętrznych w branżowych wyjazdach krajowych przedsiębiorców konińskich	=	Liczba miejsc dla przedsiębiorców zewnętrznych w ramach branżowych spotkań podczas wyjazdów krajowych przedsiębiorców konińskich - <i>projekt tego nie określa</i>	*100%
		Liczba przedsiębiorców działających w danej branży lokalnie, zgłaszających się do wyjazdu	
Wskaźnik dostępności w ramach działania udział przedsiębiorców konińskich w branżowych wyjazdach zagranicznych	=	Liczba miejsc dla przedsiębiorców konińskich w ramach branżowych wyjazdów zagranicznych - 4	
		Liczba przedsiębiorców działających w danej branży	

		w Koninie, zgłaszających się do wyjazdu
--	--	---

Wskaźnik dostępności w ramach działania przedsiębiorców zewnętrznych w branżowych wyjazdach zagranicznych	=	Liczba miejsc dla przedsiębiorców zagranicznych w spotkaniach w ramach branżowych wyjazdów zagranicznych przedsiębiorców konińskich - <i>projekt tego nie określa</i>	*100%
		Liczba przedsiębiorców działających w danej branży zagranicą, zgłaszających się do udziału w spotkaniu	*100%

Wskaźnik oblicza się jako procent, dostępność liczona jest proporcją ilości miejsc dla przedsiębiorców konińskich i zewnętrznych oferowaną w ramach wsparcia do ilości przedsiębiorców, którzy zgłaszają się do udziału w spotkaniach. Wskaźnik jest tym lepszy im wartość uzyskana jest bliższa wartości 100%. Działanie uważane będzie za dostępne jeżeli organizowane spotkania stacjonarne (w Koninie) oraz wyjazdowe (delegacje krajowe i zagraniczne) będą miały wysoki procent dostępności dla zainteresowanych.

Wskaźnik	Pożądana wartość	Skala oceny				
		-2 bardzo źle	-1 źle	0 poprawnie	1 dobrze	2 bardzo dobrze
Nazwa wskaźnika	90%	10%	30%	50%	70%	90%

- Wartość pożądana – w przypadku wskaźnika dostępności przyjmujemy, że w ramach wszystkich spotkań przedsiębiorców zarówno w Koninie jak i krajowych i zagranicznych dostępność pożądana to 90%
- Skala oceny zmienia się przy przyjęciu wskaźnika 50% dostępności jako poprawne, zmiany wskaźnika następują o +20%/-20%

Dziękujemy za wypełnienie ankiety