



WICEPREZYDENT MIASTA ŁODZI

PRP.III.0057/8/4329/08

Łódź, dn. 27.10.2008 r.

~~Pani  
Anna Adamska-Makowska  
Radna  
Rady Miejskiej w Łodzi~~

W odpowiedzi na Pani drugą interpelację dot. przygotowania strategii komunikacji programu pn. „Młodzi w Łodzi”, realizowanego przez Biuro Rozwoju Przedsiębiorczości i Miejsc Pracy Urzędu Miasta Łodzi, uprzejmie informuję, że przy wyborze firmy współpracującej z Miastem przy realizacji w/w strategii kierowano się następującymi kryteriami:

**Doświadczenie:**

- przy realizacji kampanii społecznych,
- ATL (działania reklamowe wykorzystujące mass-media),
- BTL (działania promocyjno-reklamowe, które nie wykorzystują mass-mediów),
- eventy,
- projektowanie stron WWW,
- Corporate Identity, Brand Identity,
- kampanie PR (ogólnopolskie, lokalne),
- współpraca z renomowanymi firmami komercyjnymi, samorządem lokalnym,
- nagrody, wyróżnienia, artykuły prasowe,

**Kreatywność:**

- ocena dotychczasowych prac, realizowanych przez agencję projektów,
- niestandardowe, nowatorskie podejście do klienta,

**Liczba osób zaangażowanych w realizację projektu po stronie agencji,**

**Komunikacja:**

- ocena wypowiedzi, prezentacja agencji

**Koszty**

**Inne** (motywacja, zaangażowanie w projekt, tempo pracy).

  
Marek MICHALIK

Do wiadomości:

1. Przewodniczący Rady Miejskiej w Łodzi;
2. Wydział Organizacji i Kadr Urzędu Miasta Łodzi.