



# Презентация проекта БРЕНД ГОРОДА

# Что такое бренд?

«Страны ведут себя также, как и бренды: они воспринимаются в разной форме большими группами внутри и за границей; они ассоциируются с теми или иными качествами».

В мире более 150 стран и десятки тысяч регионов и городов: целевые аудитории делают свой выбор в пользу тех, которым удастся найти и коммуницировать уникальные свойства, представляющие интерес и выгоду для этих групп

Не все стороны бренда территории равновесны и обладают едиными свойствами – внутри самого бренда необходимо найти оптимальный баланс между инвестиционными, туристскими, гражданскими, экспортными и иными составляющими.

# Зачем нужен брендинг

## территории?

Сильный территориальный бренд позволяет эффективно решать задачи повышения конкурентоспособности территории:

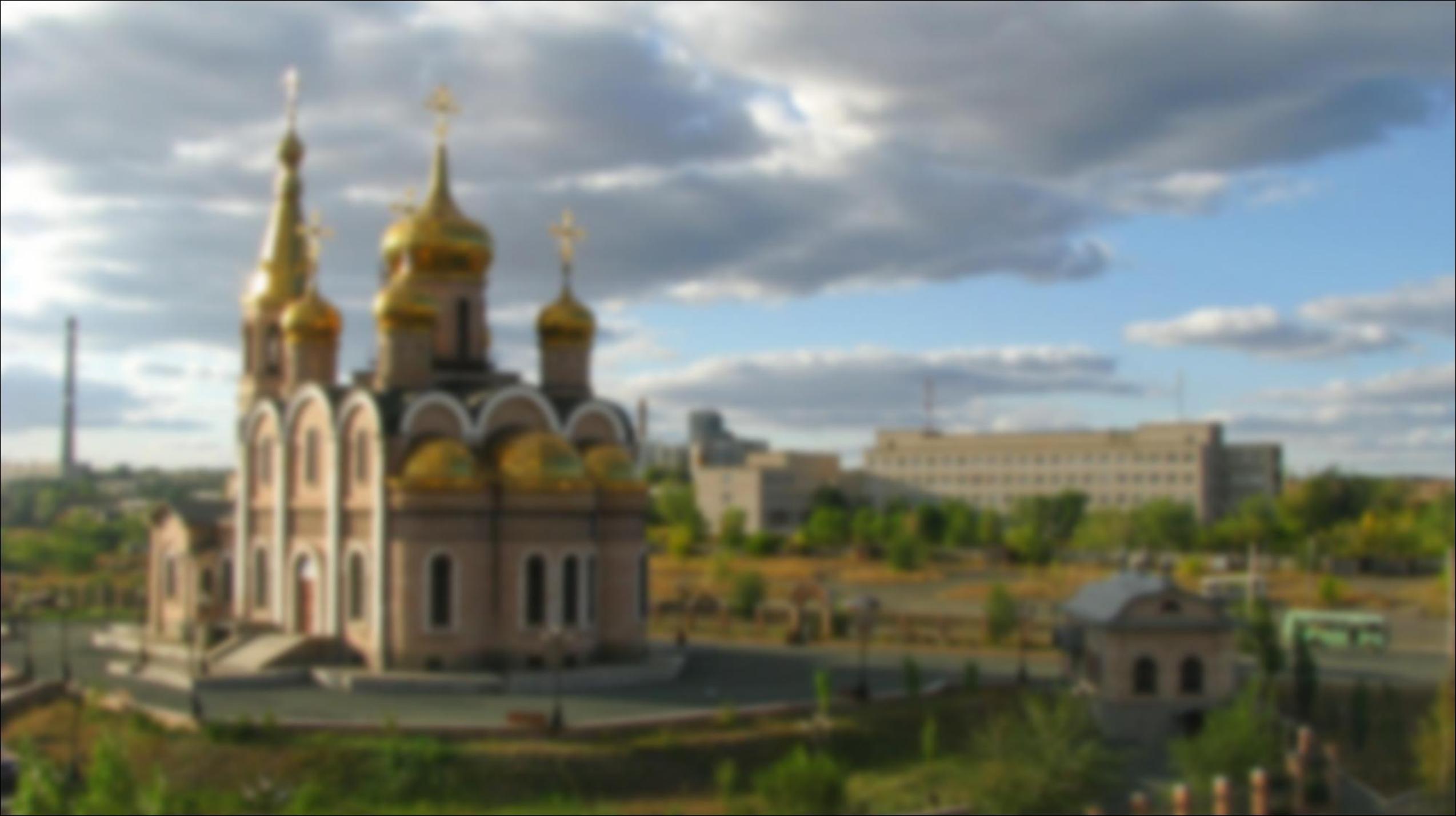
- стимулировать поток внешних государственных и частных инвестиций в приоритетные отрасли экономики;
- активизировать экспорт местных производителей;
- повышать привлекательность территории, удерживая местное население от миграции, и притягивая новое население, обладающее востребованными навыками и квалификацией.

# Требования к бренду территории

**Цель бренда территории** в новых условиях — повышение привлекательности и создание новой стоимости

**В этом случае неотъемлемыми требованиями к бренду являются:**

- Бренд должен гарантировать предоставление основного набора услуг и поддержание инфраструктуры в рабочем состоянии для удовлетворения нужд жителей, деловых кругов и посетителей
- Создание новых факторов привлекательности для обеспечения внешней поддержки со стороны государства, бизнеса и людей
- Донесение информации до всех потенциальных клиентов о своих особенностях и преимуществах (коммуникационная программа), целенаправленно формируя имидж
- Поддержка со стороны местного населения, деловых кругов и влиятельных институтов (НКО) действий органов власти по привлечению на территорию капитала и посетителей (сведение к минимуму внутренних разногласий)



# Этапы разработки бренда

Процесс разработки бренда территории – это составная часть процесса разработки маркетинговой стратегии и включает в себя определенную последовательность этапов работы

## 1 шаг

Разработка концепции бренда

Оценка исходных предпосылок для разработки бренда (основы бренда)

## 2 шаг

Анализ потенциала бренда и целевого рынка

SWOT-анализ, бенчмаркинг, выбор и оценка целевых рынков с учетом будущей специализации бренда

## 3 шаг

Разработка платформы и дифференциация бренда

Формулировка атрибутов бренда в соответствии с его сущностью, долгосрочное видение, дифференциация бренда

## 4 шаг

Креативные разработки бренда

Описание бренда, слоган, визуальные образы и стандарты, звуковые образы, логотипы и др.

## 5 шаг

Маркетинговый план продвижения бренда

План дистрибьюции, план внешних и внутренних коммуникаций, разработка инструментов маркетинга

# Способы создания и продвижения бренда

Способы создания и продвижения  
бренда территории

## Первый способ

Выявление ключевой компетенции  
территории и ее углубление

Формирование окружения,  
позволяющего наиболее ярко  
выразить бренд

## Второй способ

Создание и дифференциация  
бренда за счет развития  
базовых условий

Базовые условия – это  
инфраструктура, факторы  
производства, информационная  
доступность, уровень  
обслуживания и др.

## Визуальный образ бренда

Одним из ключевых элементов бренда является его визуальный образ, формирующий первичное отношение потребителя к территории и раскрывающий главное назначение территории и ту идею, которую создатели бренда хотят донести до него



Визуальный образ бренда муниципалитета Hyvinkää



Визуальный образ бренда региона Аквитания



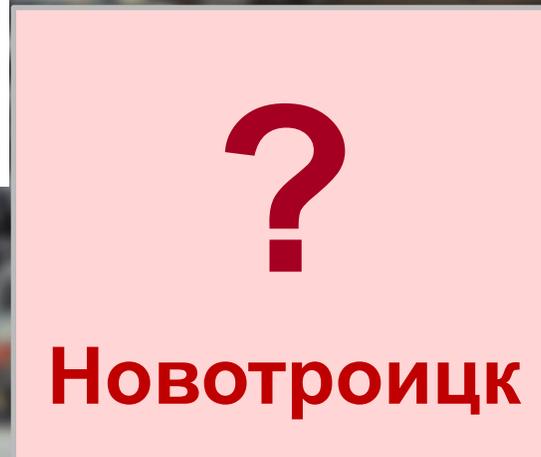
Визуальный образ туристского бренда Республики Татарстан

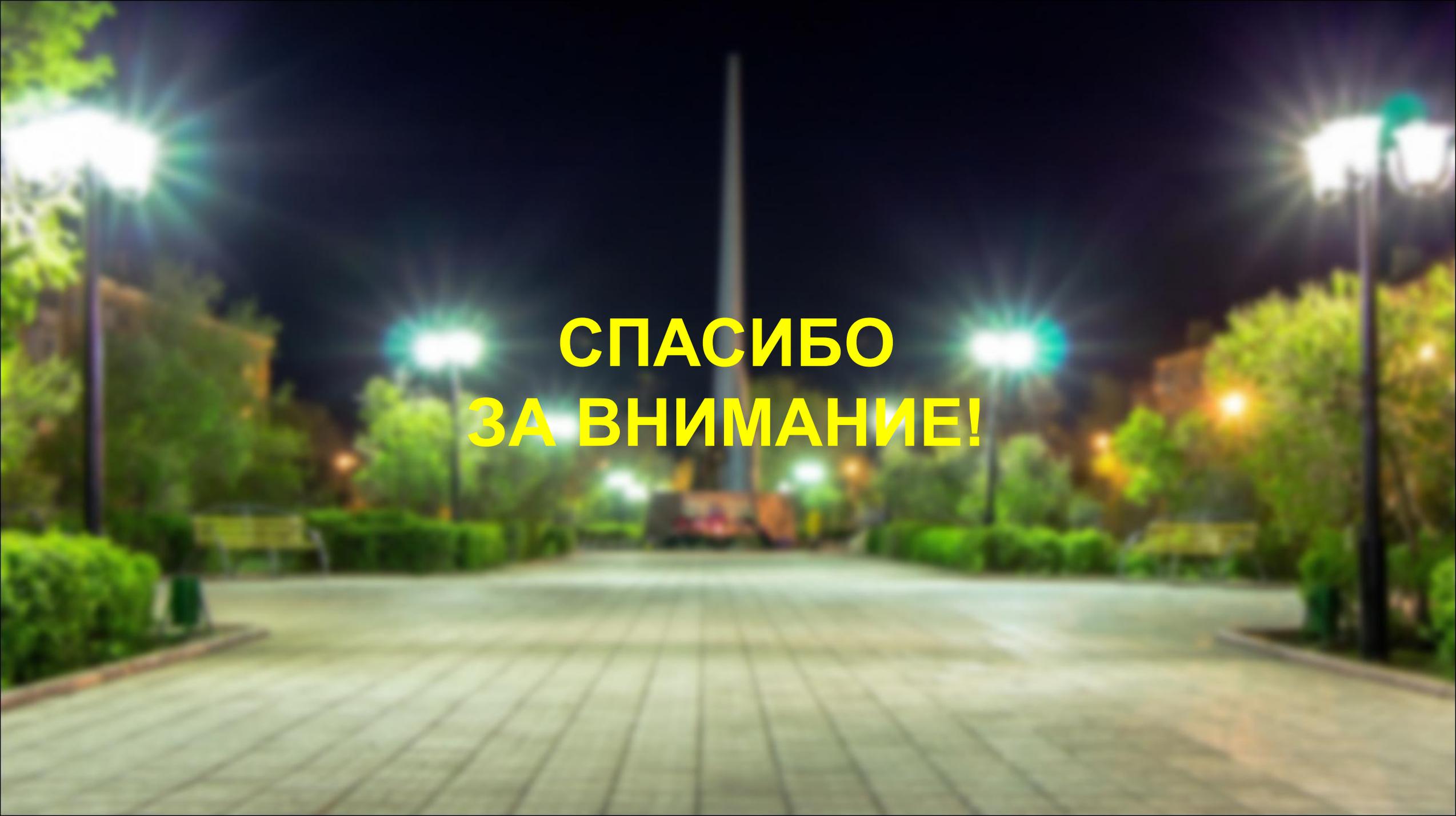


Визуальный образ бренда Алтайского края

## Визуальный образ бренда

В визуальный образ городских брендов, как правило, закладываются узнаваемые образы, культурные особенности, события или отражение ключевой специализации территории



A nighttime photograph of a paved walkway in a park. The path is made of light-colored rectangular tiles and leads towards a central monument or structure in the distance. The scene is illuminated by several tall streetlights with multiple glowing lamps, casting a warm light on the path and surrounding greenery. The background is dark, with some trees and bushes visible. The overall atmosphere is serene and well-lit.

**СПАСИБО  
ЗА ВНИМАНИЕ!**