

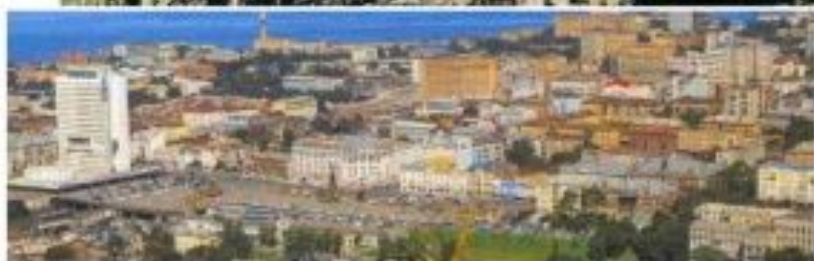
# Брендинг города Владивосток и стратегия продвижения города в Азиатско-Тихоокеанском регионе

группа F, курс «Брендинг»  
Кутовой Арсений (к), Симонов Сергей, Парадян Кристина  
куратор курса Пуртов Андрей

Аудит



Город расположен на юге Дальнего Востока России, на берегу Японского моря. Владивосток граничит на севере с Хабаровским краем, на западе — с Китаем, захватывая на юго-западе часть границы с Кореей (государственная граница); на востоке и юге на протяжении 1,5 тыс. км омывается Японским морем.




Историческая роль города

## 1860-2013

- Город-форпост
- Порто-франко
- Город — центр государственности, торгово-экономический и культурный центр
- Город — транспортный узел и логистический центр
- База ВМФ, закрытый город до 1992 года





Историческая роль города

## Сегодня

Город-столица Приморского региона — административный центр, высокая концентрация крупных, средних и малых бизнесов, основной источник рабочих мест, образовательный и культурный центр. Наличие всех видов транспортного сообщения и высокая бизнес-активность населения, обуславливают решающее значение города как транспортно-логистического и делового центра в регионе.

Потенциал города в крае по итогам 2012 года  
(занимаемая доля по Приморскому краю):

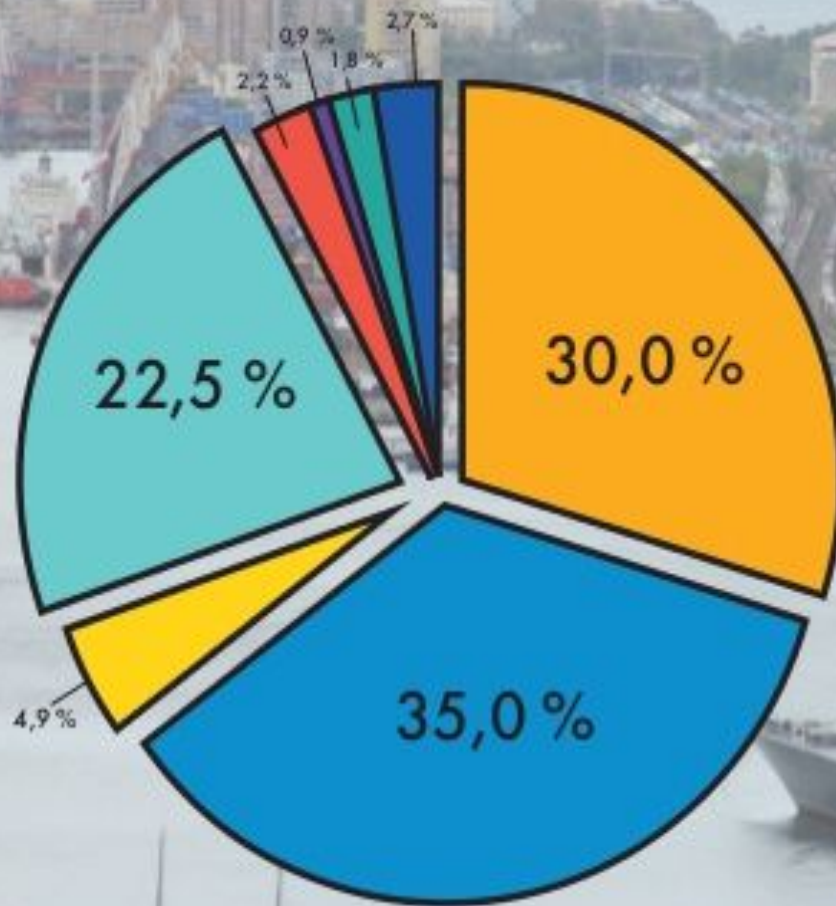


## Системообразующий город в Приморском крае

Статистические показатели подтверждают значение города в регионе. Владивосток является самым крупным и инфраструктурно развитым населенным пунктом на Дальнем Востоке.



Структура оборота организаций по видам экономической деятельности (по крупным и средним организациям) за 2012 год



## Региональные специализации:

Торговля и сфера услуг  
Промышленное производство  
Транспортные услуги и связь

Оптовая и розничная торговля, ремонт автотранспортных средств, бытовых изделий и предметов личного пользования	35,0 %
Промышленное производство	30,0 %
Транспорт и связь	22,5 %
Строительство	4,9 %
Рыболовство и рыбоводство	2,7 %
Операции с недвижимым имуществом, аренда	2,2 %
Образование	0,9 %
Прочие	1,8 %



## 3 международных транспортных коридора:

Транссиб

Северный морской путь

Приморье-1

Владивосток является началом кратчайшего пути доставки груза из Китая, Кореи и Японии в Центральную Россию и Европу.

Город обладает всеми видами транспортных магистралей: морской, воздушный, наземный (ж/д и авто).



A map of the world showing the Northern Sea Route. A blue line traces the path from the North Pole down to the coast of Russia, connecting the European part of Russia to the Far East. A red line shows a traditional sea route from Europe, through the Mediterranean, the Red Sea, and the Indian Ocean to East Asia. A red location pin is placed on the coast of Vladivostok. The word 'Транспорт' is written in the upper right.

Транспорт

## Северный морской путь

Северный морской путь — морской транспортный коридор, соединяющий Европейскую часть России и Дальний Восток. Расстояние от Санкт-Петербурга до Владивостока по этому маршруту — около 14 000 км, тогда как через Суэцкий канал — более 23 000 км.

Если путь следования танкера из Шанхая в Мурманск по Северному морскому пути занимает 22 дня, то по Суэцкому каналу — 42. С учетом обратного возвращения — экономия 40 дней. В этом транспортном коридоре заинтересованы такие страны как Германия и Китай, так как это позволяет значительно сократить как время доставки, так и стоимость.

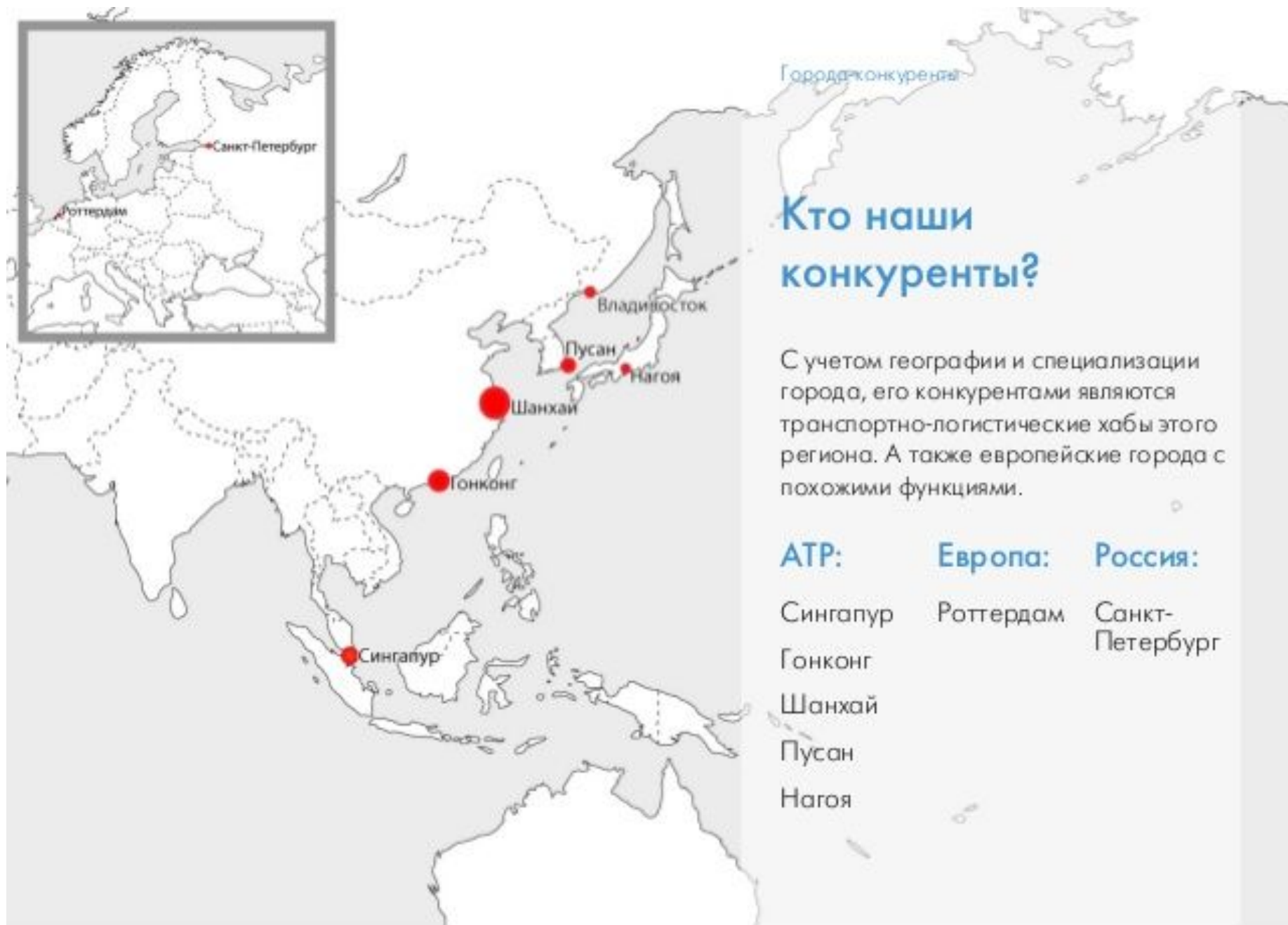


Мировое значение города

## Владивосток — город международного значения

Историческая роль города подтверждается решением правительства страны о проведении саммита АТЭС-2012 именно во Владивостоке. В рамках этого проекта, улучшена дорожная инфраструктура, построены новые мосты, реконструирован и расширен аэропорт, на острове Русский построен ДВФУ.





## Кто наши конкуренты?

С учетом географии и специализации города, его конкурентами являются транспортно-логистические хабы этого региона. А также европейские города с похожими функциями.

### АТР:

Сингапур  
Гонконг  
Шанхай  
Пусан  
Нагоя

### Европа:

Роттердам

### Россия:

Санкт-Петербург





Города-конкуренты

## Что у них общего с нами?



Они обладают похожим географическим расположением — на пересечении торговых путей. Некоторые из них похожи рельефом местности. У всех в наличии 4 вида транспортных магистралей. У некоторых (Роттердам) одинаковое с нами количество жителей и площадь.





Города-конкуренты

## Чем они отличаются?

Раньше начали развиваться

Максимальная государственная поддержка частного бизнеса, как внутреннего, так и внешнего

Высокая правовая защищенность ведения бизнеса, низкий уровень коррупции

Низкое или упрощенное налогообложение

Развитая транспортная инфраструктура







Выводы

## Владивосток имеет все возможности стать значимым игроком в Тихоокеанском регионе

Удобное географическое положение

Историческая роль города

Участие в транспортно-логистических  
потоках

Планируемые государственные  
программы развития

Участие в Северном морском пути



Брендинг

## Цель:

Создание положительного образа города для улучшения его инвестиционной привлекательности, усиления позиций внутреннего бизнеса и формирование атмосферы перспективного и благоприятного места для жизни.

## Задачи:

- Разработать ключевое позиционирование города
- Предложить способы его трансляции и внедрения





Анализ ЦА

## Анализ мнений и ожиданий целевых аудиторий:

Администрация города

Жители города

Городское бизнес-сообщество

Федеральная власть

Зарубежные инвесторы из стран АТР

Внешние российские инвесторы

СМИ

Туристы, гости города

LOOK

## Администрация города

Администрацию города волнует необходимость слаженной разъяснительной работы среди населения о действиях и целях городского управления. Изменение восприятия жителями развития города в положительную сторону. Необходимость привлечения прямых инвестиций в развитие города.

## Жители города

Жителей города волнуют социальные проблемы и комфорт проживания. При этом проблема дорог и пробок наиболее часто встречается среди высказанных мнений. Другая важная и глубинная проблема — отсутствие четкого видения города, его понятной стратегии.

## Городское бизнес-сообщество

Бизнес волнует отсутствие понятной и прозрачной стратегии со стороны властей федерального и городского уровня. Необходимость улучшения деловой репутации города в странах ЮВА.

## Федеральная власть

Федеральные власти волнует улучшение инвестиционной привлекательности региона. Необходимость скорейшей реализации программ развития региона. Потребность в понятной и эффективной коммуникации с различными группами стейкхолдеров.

## Зарубежные инвесторы из стран АТР

Внешних инвесторов из стран ЮВА (Корея, Япония, Сингапур и т.д.) беспокоят страхование инвестиций, сложность ведения бизнеса, административные барьеры, непрозрачность механизмов взаимодействия с властями, негативный опыт сотрудничества в прошлом.

## Внешние российские инвесторы

Инвесторов из других регионов России волнует отсутствие понятной стратегии развития региона, гарантии защиты инвестиций, административные барьеры, удаленное географическое положение, необходимость вкладывать дополнительные средства в развитие инфраструктуры территорий.





Анализ ЦА

## Общий инсайт всех целевых аудиторий:

Город очень важен, но как звучит его роль в будущем, никто не знает.



# Выводы

на основе полученной информации:

1. Необходимо предложить ключевое позиционирование, понятное и ожидаемое всеми ЦА, способное отразить роль города в настоящем и будущем.
2. Нужно предложить шаги по реализации данного позиционирования.
3. Необходимо разработать единую систему визуальной идентичности, транслирующую ценности города для всех ЦА и позволяющую заявить о Владивостоке, как о полноценном игроке в Азиатско-Тихоокеанском регионе.

# Принципы,

которыми мы руководствовались при разработке  
позиционирования:

- масштабируемость
- универсальность
- глобальная роль города в Азиатско-Тихоокеанском регионе

## Поиск и создание ценностей бренда

В рамках исследования проведена работа по созданию матрицы признаков и характеристик для различных целевых групп.

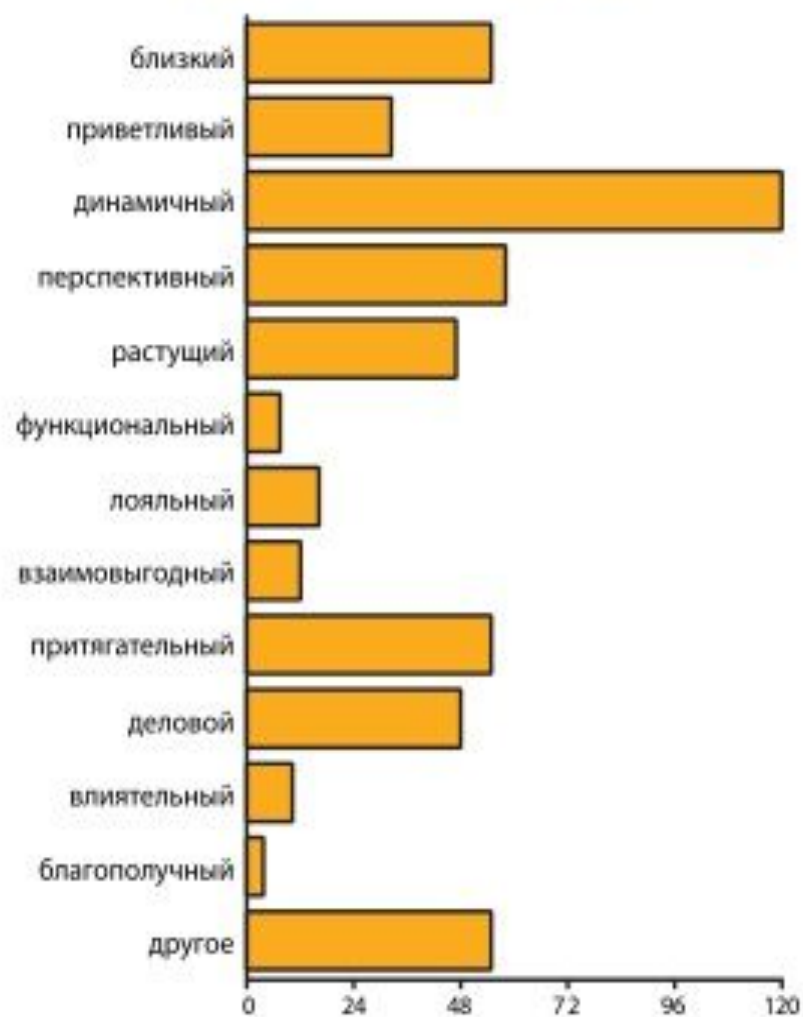
Использованы результаты опроса местного населения, представителей администрации и бизнеса, гостей города и жителей других городов.

В составе рабочей группы проведены креативные сессии по методикам АПВ Гутман, метод генерации смыслов Ярослава Трофимова.



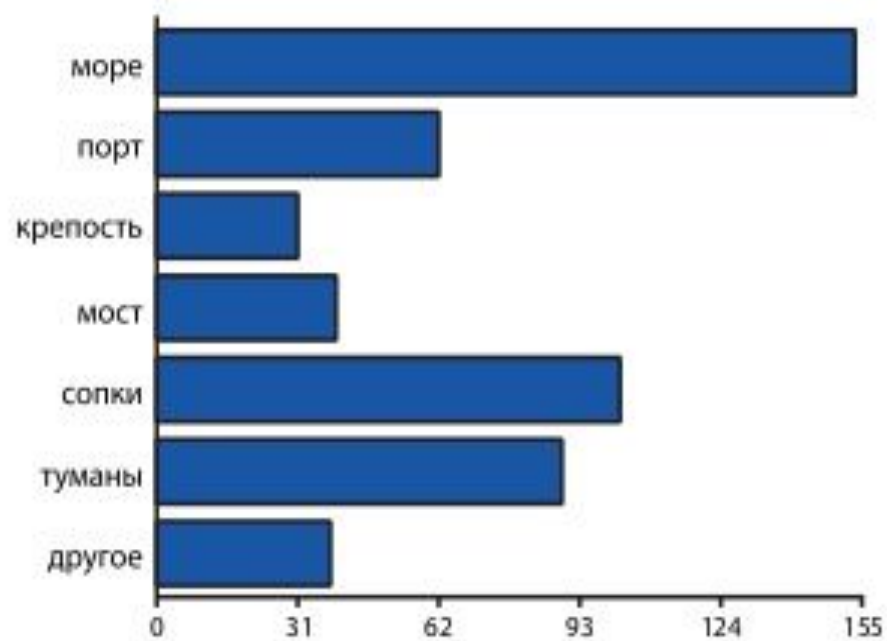
## Результаты онлайн-опроса жителей:

Какие характеристики наиболее точно передают ваше ощущение от города?

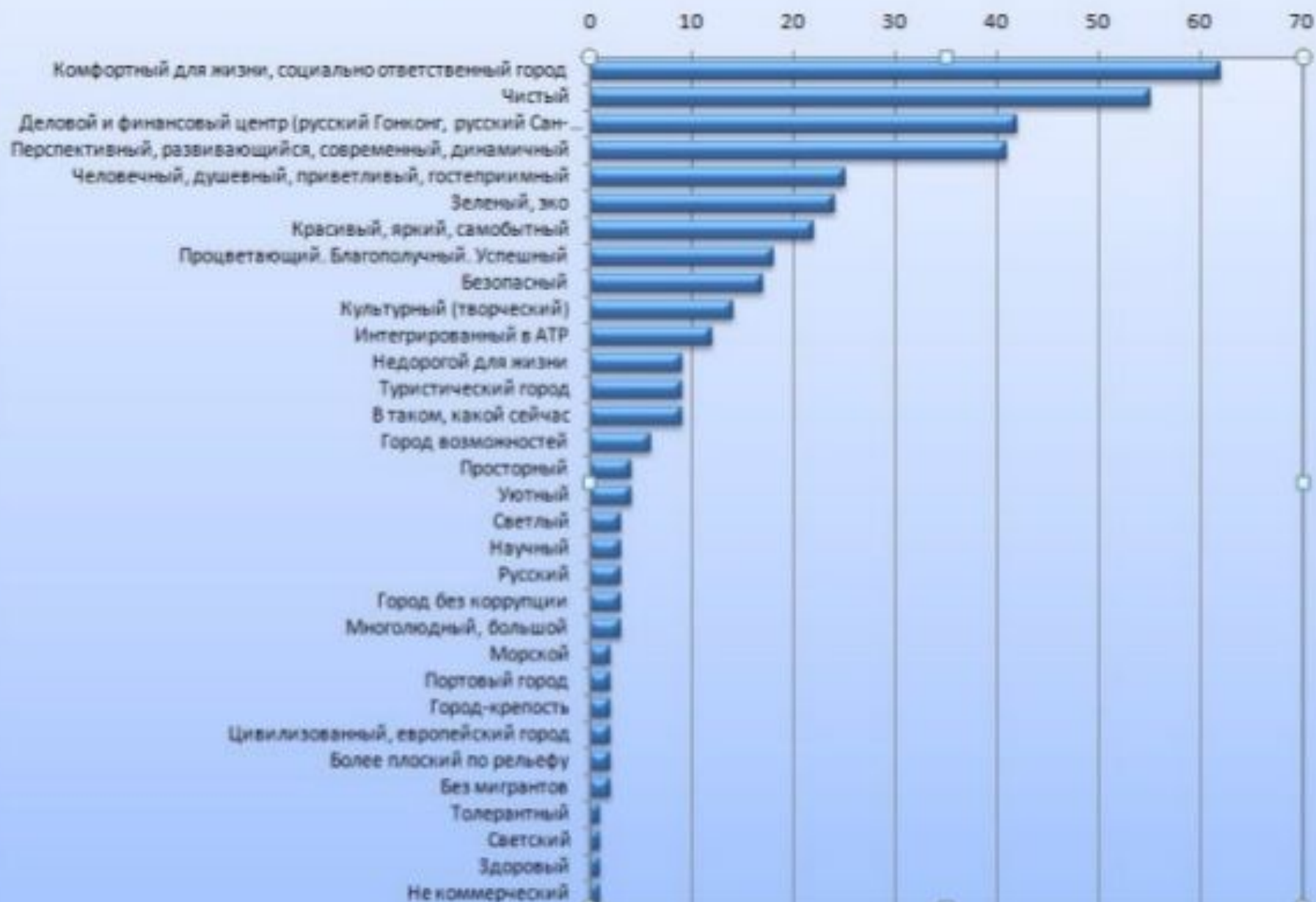


## Результаты онлайн-опроса жителей:

С чем у вас ассоциируется город Владивосток?



## В каком городе Вы хотели бы жить





# Ценности и группы

## Открытость

доступность / близость / понятность / лояльность / приветливость / прозрачность / транспарентность / мост /

## Развитие


развитие территорий / динамичность / перспектива / рост / развитие / расширение / подъем / действие / движуха / работающий / деятельный / отлаженный / функциональный / устремленный / устремление / направление / магистраль / ось / тенденция / дорога / путь / рельсы

## Сотрудничество

лояльность / выгода / взаимовыгодный / контакт / контактный / приветливость / взаимопонимание / взаимосвязанность / навстречу / саммит / притягательность / интеграционный / деловой / понятные правила игры / объединительный / слияние / содружество / содействие / часть целого / заботливый / внимательный / участие / участливый / поддержка / мост

## Значимость. Влияние

значимый / влиятельный / самодостаточный / обеспеченный / богатый / благополучный / достаток / успешный / преуспевающий / ценный / организованный / центральный / ключевой / заметный / центр международного контакта с АТР / мировой / международный / ключевой / серьезный / гордый / владение / командование / концентрация / сосредоточение / польза / прибыль / выгода

An aerial photograph of a city, likely Hanoi, Vietnam, showing a dense urban landscape with numerous high-rise apartment buildings and commercial structures. The city is built on a hillside, with green trees in the foreground. A large blue semi-transparent rectangle is overlaid on the center of the image, containing white text.

На наш взгляд, будущее города через 20-30 лет — крупный и сильный город, центр торгово-экономических отношений России и Азии, транспортно-логистический хаб в регионе Юго-Восточной Азии, деловой и динамичный город мирового значения.



Бренд-платформа города Владивосток

Деловой, Влиятельный, Динамичный, Привлекательный





An aerial photograph of a city, likely Vladivostok, showing a mix of modern and older buildings, a waterfront, and a large body of water. A semi-transparent blue rectangular overlay is positioned in the center of the image, containing white text. The text is centered and reads "Ключевое позиционирование" on the top line and "World Pacific City" on the bottom line in a larger font. The background shows a dense urban area with various architectural styles, a prominent red and white striped tower, and a large body of water in the foreground.

Ключевое позиционирование

World Pacific City

 **V L A D I V O S T O K** 

World Pacific City

 **ВЛАДИВОСТОК** 

Мировой тихоокеанский город

 **VLADIVOSTOK**   
World Pacific City

 **VLADIVOSTOK**   
World Pacific Logistics

 **VLADIVOSTOK**   
World Pacific Business

 **VLADIVOSTOK**   
World Pacific Culture



 **ВЛАДИВОСТОК** 

Мировой тихоокеанский город

 **ВЛАДИВОСТОК** 

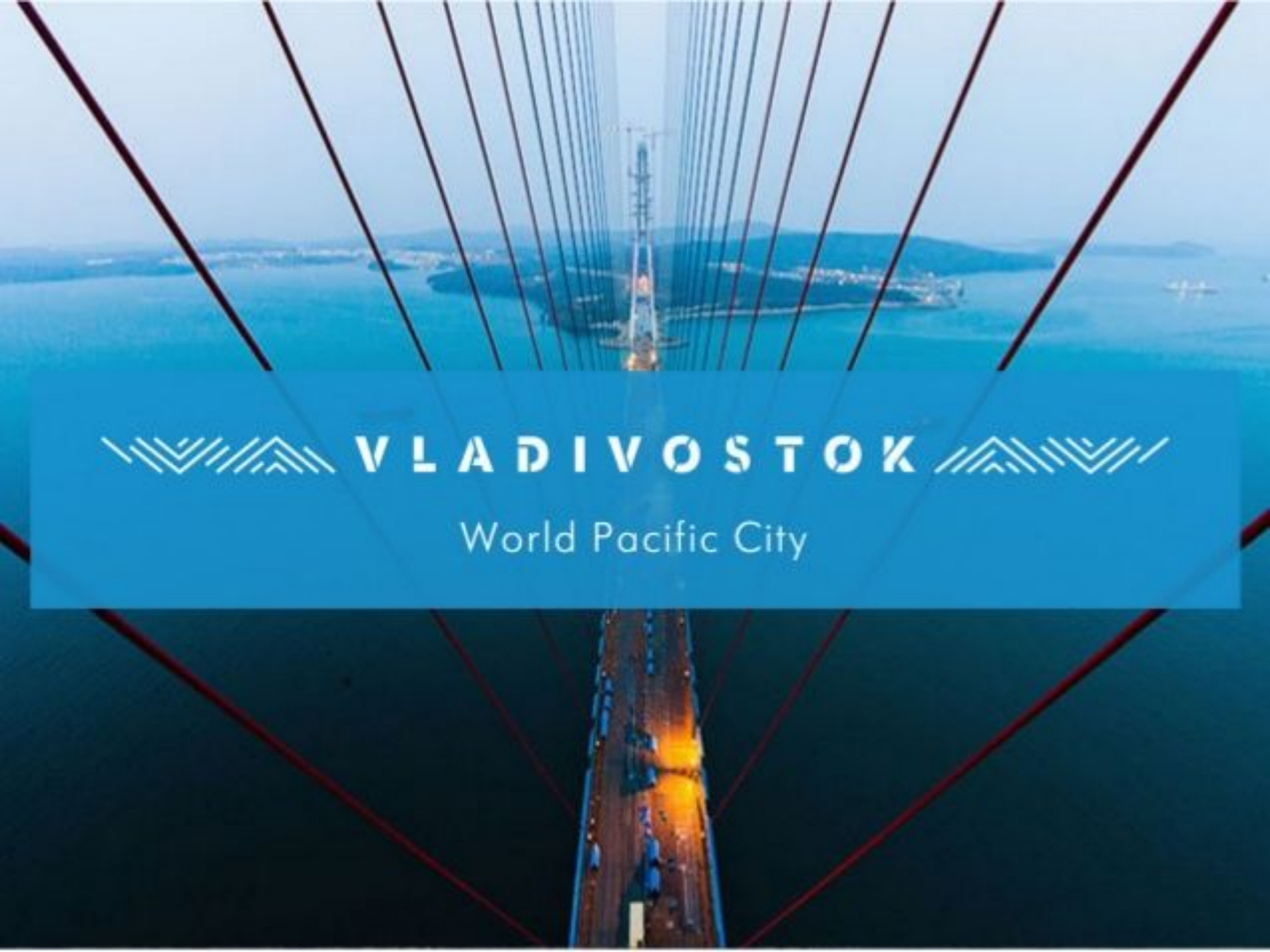
Тихоокеанский логистический центр

 **ВЛАДИВОСТОК** 

Тихоокеанский деловой центр

 **ВЛАДИВОСТОК** 

Тихоокеанский центр культуры



**V L A D I V O S T O K**



World Pacific City



V L A D I V O S T O K

World Pacific City





V L A D I V O S T O K

World Pacific City





VLADIVOSTOK

World Pacific Logistics

CMA CGM













VLADIVOSTOK

World Pacific Logistics







VLADIVOSTOK

World Pacific Business

**VLADIVOSTOK**

*World Pacific Business*







VLADIVOSTOK

World Pacific Culture













CLEAR CHANNEL

009054











# Бренд-стратегия

## Идентичность:

Владивосток — сильный, динамичный и быстро растущий российский город в Азиатско-Тихоокеанском Регионе. Это город с уникальным расположением, богатый ресурсами и связанный с миром всеми видами транспорта. Мы, жители города и его администрация, хотим заявить о Владивостоке всему миру, показать его потенциал и возможности развития.



# Определение целей

## Чего мы хотим достичь:

1. Повысить статус города и изменить его восприятие в стране и мире. Владивосток не «восточный край России и крабы», а центр международных взаимоотношений между Россией и странами АТР
2. Привлечь инвестиции и частные компании к развитию города — сделать город привлекательным для ведения бизнеса.
3. Поддержать свой внутренний бизнес и усилить его позиции, а значит, увеличить городской доход.
4. Сделать жизнь в городе удобной и комфортной для жителей.
5. Прекратить отток населения и сделать город привлекательным для его молодежи.
6. Сделать город привлекательным для туристов.

## Кого мы хотим привлечь:

1. Зарубежные компании из Японии, Китая, Кореи
2. Инвесторов из России
3. Людей, которые решили начать свой бизнес и еще выбирают для этого место
4. Туристов из центральных и западных регионов России, зарубежных туристов из Азии.

## Как мы будем оценивать результат:

1. Количество новых зарегистрированных компаний
2. Объем прямых привлеченных инвестиций
3. Число посетивших город туристов
4. Количество проведенных выставок и road-show
5. Миграционные потоки
6. Контент-анализ публикаций в российских и зарубежных СМИ и их тональность
7. Опрос жителей города



# Коммуникативная стратегия

Коммуникации разделяются на три уровня:

Уровень 1: Бренд

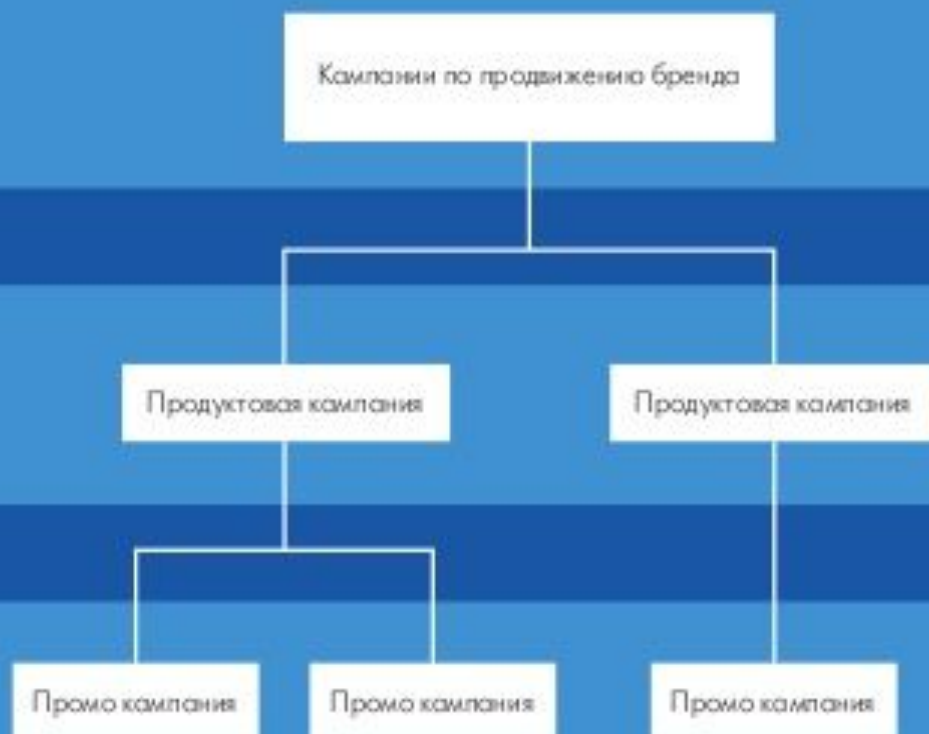
Уровень 2: Продвижение на уровне услуг и продуктов

Уровень 3: Промо отдельного объекта, события, места, мероприятия

Уровень 1: бренд

Уровень 2: продукт/услуга

Уровень 3: промо



# Пример продвижения по модели «360 градусов»

## Уровень 2: Продукт/Услуга

«Vladivostok CPP (Center Pacific Partnership)» — городской центр по обмену опытом между руководителями высшего и среднего звена частных компаний из России и странами Юго-Восточной Азии под эгидой администрации города.

### Задачи Vladivostok CPP:

- Укрепление связей между японскими компаниями и городским бизнесом
- Формирование положительной репутации бизнес-сообщества Владивостока
- Подготовка и организация встреч между представителями бизнеса
- Помощь в решении административных вопросов, связанных с организацией и проживанием сотрудников, участвующих в обмене
- Проведение периодических встреч, конференций, мероприятий и обсуждение результатов обмена
- Проведение мероприятий по продвижению Vladivostok CPP

### Предполагаемые участники:

- Представители администрации города
- Представители саморегулируемых бизнес-организаций города
- Специалисты по ведению переговоров
- Специалисты-востоковеды
- Представители туристического бизнеса

# Центр по обмену опытом между частными компаниями России и ЮВА

## Значение для городской администрации:

- повышение статуса города и его репутации
- привлечение прямых инвестиций в городские предприятия
- увеличение поступлений в городской бюджет за счет усиления городского бизнеса
- привлечение инвестиций в развитие туристической инфраструктуры города
- обмен актуальным опытом

## Позиционирование для бизнесменов из Владивостока:

- организация, предоставляющая уникальную возможность получить опыт работы в азиатских компаниях
- комфортный способ наладить новые связи и заключить новые сделки
- способ восстановления деловой репутации владивостокского бизнеса в глазах японцев
- приобретение знаний о японских подходах и технологиях работы
- погружение в повседневную жизнь, понимание своих партнеров из Азии: поведение, мотивы, уклад жизни, способ ведения
- переговоров и т.д.

## Позиционирование для бизнесменов из Азии:

- новый метод, с помощью которого можно понять как всё работает в России
- комфортный способ наладить новые связи и заключить новые сделки
- новый опыт и понимание своих партнеров в России
- получение реальной информации о возможных партнерах во Владивостоке и в России
- актуальная информация об инвестиционных возможностях



# Участие Vladivostok CPP в выставках и road-show, проводимых в странах ЮВА

## Уровень 3: Промо

### Задача:

- презентация Vladivostok CPP участникам выставки, представителям крупных и средних компаний
- заключение соглашений о сотрудничестве

### Сообщение:

- 3 месяца уникального опыта ведения бизнеса с Россией
- Новые сделки и возможности инвестиций
- Знание рынка и ведущих игроков в своем сегменте
- Постоянная поддержка городской администрации
- Специальные условия и преференции для компаний, участвовавших в обмене специалистами

# Согласованность

Для внедрения и практического применения стратегии необходимо создавать комитет по брендингу города. Основой такой организации может стать «Совет при администрации города Владивостока по стратегическому развитию города Владивостока»

## Предполагаемый состав комитета:

- Представители администрации на уровне заместителя мэра города.
- Экспертный совет представителей основных крупных частных компаний города на уровне топ-менеджмента, представители СРО Владивостока.
- Представители СМИ на уровне главных редакторов или руководителей.
- Представители крупных городских сообществ.
- Представители высших учебных заведений на уровне ректоров или заместителей.
- Деятели культуры.
- Представители законодательного собрания на уровне заместителя председателя или руководителя комитета.

## Основные задачи комитета:

- Ведение разъяснительной работы с городскими и региональными стейкхолдерами, по формированию правильного понимания стратегии развития города.
- Формирование визуальной стратегии оформления города и городских мероприятий.
- Участие в городском планировании и подготовка рекомендаций по приведению проектов в соответствие с ценностями бренда города.
- Вовлечение представителей креативной индустрии к участию в программах по брендингу города.
- Участие в подготовке мероприятий, проходящих на территории города.
- Организация обмена опытом между иностранными и местными частными компаниями на уровне топ-менеджмента и руководителей среднего звена.
- Организация road-show в странах АТР с презентацией инвестиционного потенциала города, участие в road-show ДВФУ.
- Информирование внутреннего бизнеса о перспективных планах развития территории и возможностях участия в государственно-частном партнерстве.
- Участие в международных выставках в странах ЮВА и презентация владивостокских компаний.
- Сбор и анализ информации о насущных проблемах и потребностях жителей города. Подготовка рекомендаций по решению этих проблем и доведение их до соответствующих органов управления.



**Спасибо за внимание!**

2013 год

Все используемые в презентации фотографии, принадлежат их авторам.