

# Маркетинг региона в условиях новой информационной реальности

Дмитрий Гавра

Заведующий кафедрой связей с общественностью в бизнесе  
СПбГУ, д.соц.н. , профессор, академик РАЕН,  
лауреат Премии Правительства РФ

## Что происходит: изменение среды для территории, новые возможности и угрозы

- Факторы изменения:
- глокализация и глобально-локальная территориальная конкуренция нового типа
- Формирование глобальной инфосферы
- дигитально-интерактивная революция и социальный Web
- Новая социальность

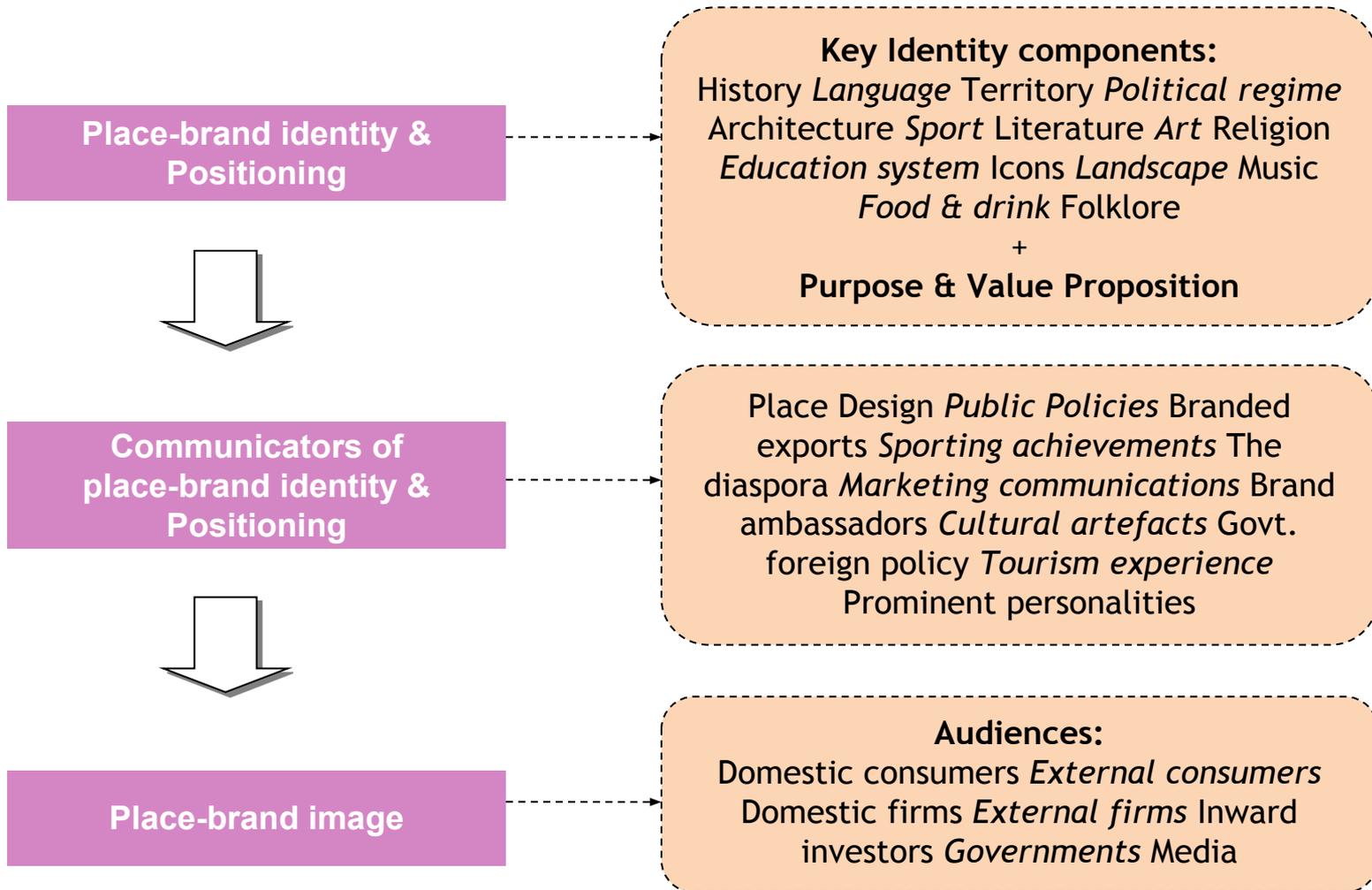
# Особенности информационного пространства XXI века и новые вызовы для территориального маркетинга

- Информационно избыточное высококонкурентное и очень шумное
- Неуправляемое в рамках вертикали власти
- неподконтрольное правительству, губернатору, мэрии, администрации территории
- транспонирующее роли традиционных/ нетрадиционных спикеров
- глобальное, локальное и индивидуальное одновременно
- интерактивное UGC (=Web 2.0)
- способное породить Web – waves

# Что еще происходит, важного для территории?



# Процесс брендинга территории

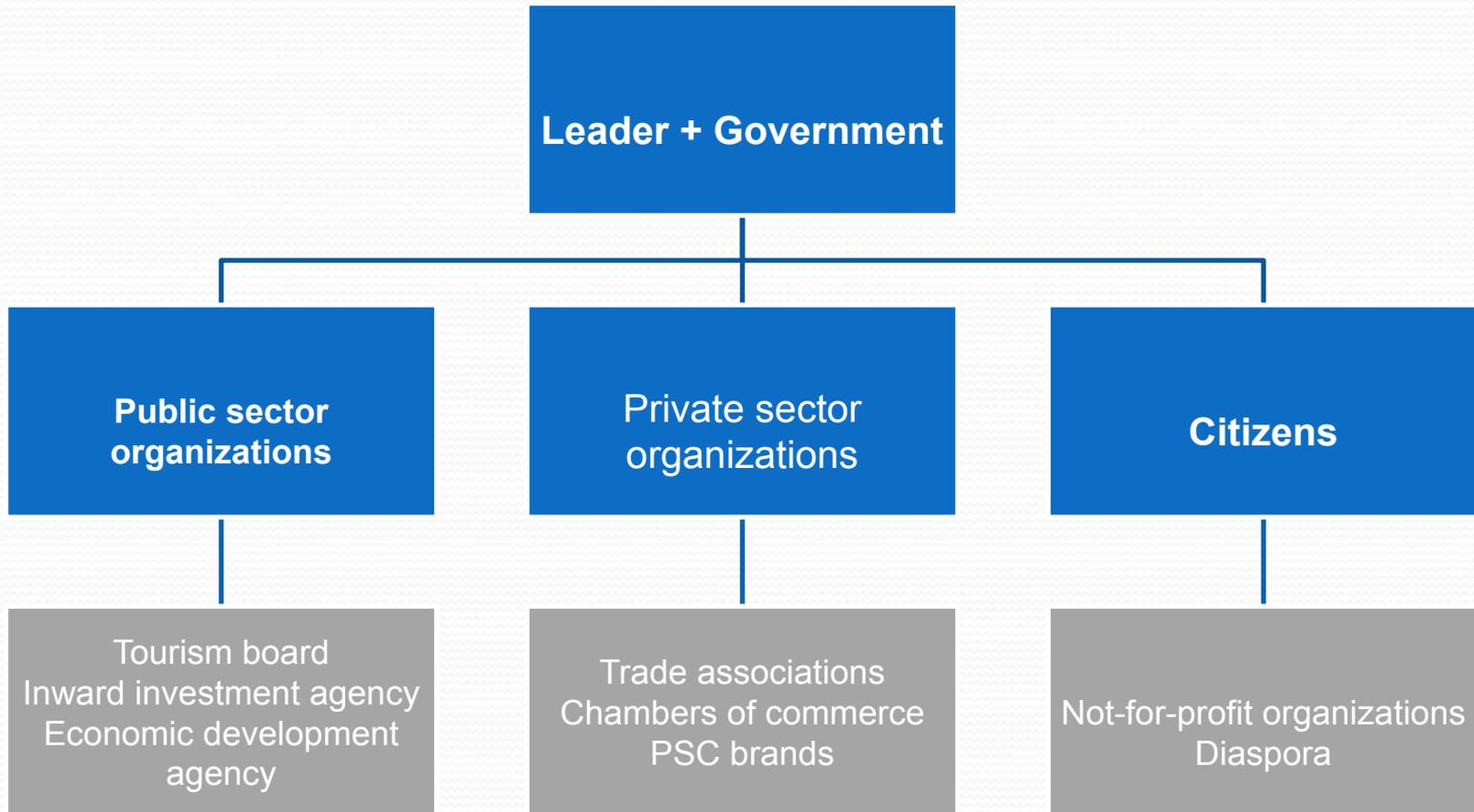


# What is needed (Belloso, Dinni, Gavra)

6

1. Shared vision of the future
2. Shared leadership to define and realise the brand
3. A clear understanding of where the brand of the region stands and how it was formed
4. Connecting up the stakeholders
5. 'On brand' actions that demonstrate the regionals brand instead of just communications
6. **Regional brand partnership and stakeholder engagement + citizen ambassadors**

**What is needed** Strong leadership + Shared vision +  
involvement of regional stakeholders <sup>7</sup>



# SHARED VISION - CASE: EDINBURG

## Visit

- The world's greatest stage for the world's greatest festival
- Boutique city – high class, independent, human scale
- You'll never have the same experience twice
- Real, authentic people and place

## Live & Work

- A dynamic career in one of the most liveable cities in the world
- An active city embracing world class heritage, culture and sport
- Compact and cosmopolitan
- Full of green spaces and with easy reach of countryside
- A place to love and raise your family

## Invest

- A global financial centre
- Knowledge & R&D = innovation capital
- 'In good company' (with the world's most successful companies)
- Creative, competitive, & connected
- A skilled - talented workforce

## Study

- World class academic pedigree
- Graduate job opportunities in a diverse knowledge economy
- Vibrant, friendly student life
- Compact and accessible
- Culturally diverse

КАК ЭТО ДЕЛАТЬ И  
КАК ЭТО ДЕЛАЮТ

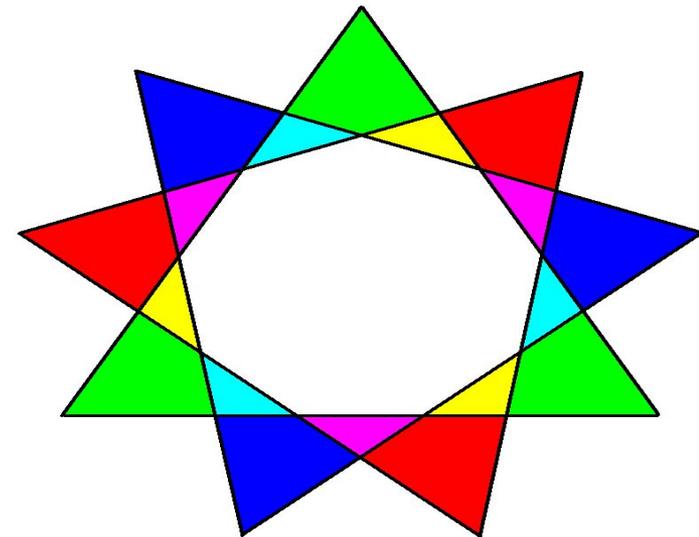
# Как это делается?

- Продвижение в среде Web 2.0. PLACE SMM & SEO
- Territorial storytelling management
- Territorial crowdmarketing & personal engagement
- Технологии mobile social city
- Territorial creative spaces & creative class management

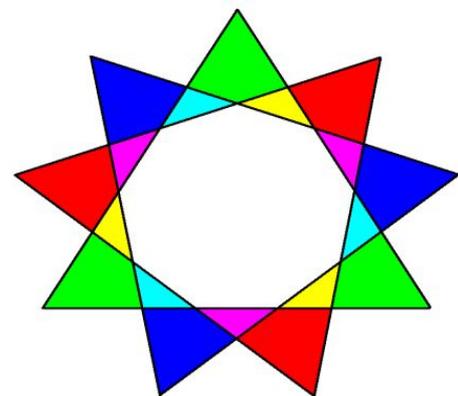
# Первая аксиома современного маркетинга территории:

If the place can't be perfect, at least it can be interesting.

Что такое интересный для стейкхолдеров регион – попытка ответа – Нонагон (девятиугольник) Гавры



# NONAGON МАРКЕТИНГА ИНТЕРЕСНОЙ ТЕРРИТОРИИ



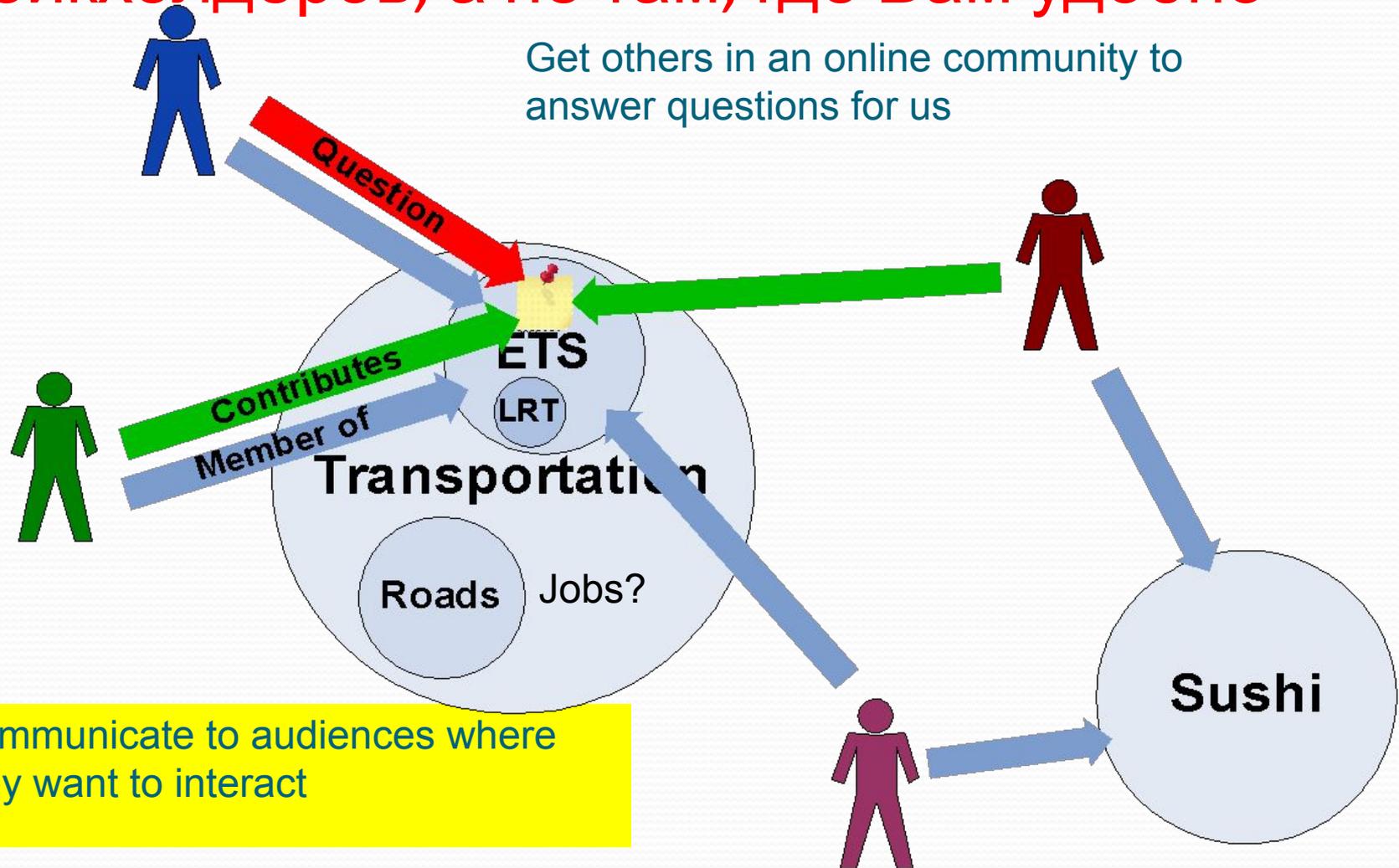
Интересный регион =

1. контентно релевантный в комбинации эмоции и когниции +
2. понятный +
3. модный (стильный) +
4. нарративный +
5. стимулирующий креативность и привлекающий креативный класс
6. интернализированный (персонально вовлекающий и стимулирующий внутреннюю активность стейкхолдеров) +
7. crowdcreating +
8. оптимально упакованный+
9. удобно доставленный

(с) Д.Гавра

# Вторая аксиома современного маркетинга региона: работайте на площадках стейкхолдеров, а не там, где Вам удобно

Get others in an online community to answer questions for us



Communicate to audiences where they want to interact

# Третья аксиома: хотите успеха – реализуйте модель mobile social region

- Территория должна быть визуализирована в смартфоне
- Если нет – Вы потеряли нерв времени – and you loose traffic & money.
- EUROHOLIDAYMAKER Survey 2013
- 53% - good mobile social coverage – определяющее в выборе дестинации
- 85% - требуют wi-fi в отеле

# Четвертая аксиома: нет нарративной логистики – нет успеха территории: Истории!!!!

◎ Интересный = нарративный

Вопрос для территориального брендинга:

Вы умеете придумывать истории?

Вопрос для коммуникативной логистики:

Вы умеете рассказывать истории кому нужно?

О своем регионе?

О районах и локальных дестинациях?

О людях?

О местах?

О событиях?

# Почему истории, почему нарратив?

Истории – это «ДНК культуры». Именно они – эпицентр культурного картирования.

Задача состоит в том, чтобы стимулировать порождение историй, которые соединяют три типа нарративов:

**возвышающих прошлое,  
поддерживающих настоящее  
визуализирующих будущее.**

Тезис: стейкхолдеры территории гораздо более активно вовлекаются в визуализацию будущего, если они получают вдохновляющее видение прошлого и настоящего.

# Edmonton Stories

Edmonton Stories - Edmontonstories.ca - Windows Internet Explorer

http://www.edmontonstories.ca/

Edmonton Stories - Edmontonstories.ca

Home · Stories · Q&A · About · Help

Search GO

## Edmonton Stories

Stories About Working Stories About Living Stories About Visiting Share Your Story

**FEATURED STORY**  
**BOOK + DOG = READER**

I watched a boy – he was around 12 – who'd never seen this before. There were about 5 dogs in the room. His mom was pushing him. And he's going "Ah no, too old for this." Too manly, you know. [Continue...](#)

**MORE STORIES ABOUT...**

- Opportunity (39)
- Life with Children (47)
- Festivals (33)
- Going Out (39)
- Outdoor Activities (47)
- Business (47)
- Culture (51)
- Quality of Life (87)
- Religion (36)
- New Friends (36)

# Пятая аксиома: ничего не делаем в одиночестве

- Вовлекаем население
- Работаем с волонтерами
- Занимаемся краудсорсингом

# St-Petersburg versus Edmonton: рекрутирование волонтеров

City of Edmonton Attractions & Recreation Volunteers | Facebook - Windows Internet Explorer

http://www.facebook.com/involvededmonton

View Favorites Tools Help Convert Select

http://vk.com/club21104833

Гавра... Я Санкт... Я билет... Дмитр... Я Гранд... Я Афш... Я волон... Я Санкт... Я Форум... Я Вол... X

Рекомендуемые сайты Я Яндекс Почта Рекомендуемые сайты Дополнительные на...

Обратите внимание, что **ВКонтакте** окончательно переехал на новый короткий адрес — <http://vk.com/>  
Подробнее о переезде >

**В** контакте регистрация

Телефон или email

Пароль

Войти

Регистрация

Забыли пароль?

Открытая группа

**Волонтеры Санкт-Петербурга**

Описание: привет!  
Это только начало, друзья!!!

Местоположение: Санкт-Петербург, Россия

Свежие новости

Обсуждения

9 тем

**Нужны волонтеры в центр социального обслуживания Кировского района**

18 сообщений. Последнее от Натальи Степановой, 2 апр в 19:09 →

**Ищу волонтеров**

11 сообщений. Последнее от Светланы Лукашевич, 14 мар в 12:36 →

**Соц. исследование «Определение степени вовлеченности молодежи в волонтерскую деятельность»**

4 сообщения. Последнее от Сергея Желова, 7 дек 2013 →

Фотографии

В основном альбоме 30 фотографий Все альбомы

358 записей

к записям от имени сообщества

Участники

491 человек

Марина Dashuly Соня

Владимир Диана Елена

Ссылки

3 ссылки

Попробуй себя

Протрини им свою руку помощи

Facebook

Sign Up

inVOLved: City of Edmonton Attractions & Recreation Volunteers

Sign up for Facebook to connect with inVOLved: City of Edmonton Attractions & Recreation Volunteers

inVOLved: City of Edmonton Attractions & Recreation Volunteers

Wall Info Photos Discussion

inVOLved: City of Edmonton Attractions & Recreation Volunteers

**Wanted: SwimAbilities Volunteer**

Volunteer Services is piloting a new volunteer service with swim lessons for kids with special needs. Get some great hands-on volunteer experience with a swim therapist...

Mon at 10:49am

Jhong likes this.

Jhong Poblete i waanna join

Mon at 11:39am

inVOLved: City of Edmonton Attractions & Recreation Volunteers

spots left in our "Volunteer Impact" at 7:30 pm. If you are currently volunteering, please email rfvolunteer@edmonton.ca to RSVP for more details!

November 10 at 8:49am

Jhong likes this.

Inbox - Microsoft Office Outlook

Computer - Microsoft Office Word

inVOLved... 3 Reminders

RU 17:41 06.04.2014

# Возможность и решение: Картирование локальных идентичностей + вовлечение местных сообществ

The screenshot displays the Goroda.ru website interface. At the top, the browser address bar shows the URL <http://goroda.co/blog/sankt-peterburg/>. The website header features the logo "Города" (Goroda) with the tagline "Блого-социальная сеть новой формации" (Blog-social network of a new formation). Navigation links include "топики", "блоги", "люди", "активность", "фото городов россии", and "видео". A search bar is located on the right side of the header.

The main content area is titled "Санкт-Петербург" (Saint-Petersburg) and includes the subtitle "Блог, посвящённый северной столице России, городу, построенному Императором Петром I!" (Blog dedicated to the northern capital of Russia, a city built by Emperor Peter I!). Below this, a section labeled "9 топиков" (9 topics) contains a search bar and a large map of Saint-Petersburg. The map is overlaid with numerous small, semi-transparent icons representing user-generated content or local identity markers.

On the right side of the page, there is a "Навигатор по сайту" (Site Navigator) section with two dropdown menus: "Выбери рубрику" (Choose category) and "А теперь блог" (Now the blog), followed by a "Посмотреть" (View) button. Below this is a featured image of a bridge at night, with the text "Опыт" (Experience) and "0.00" displayed underneath.

The Windows taskbar at the bottom shows the system tray with the date "06.04.2014" and time "17:37".

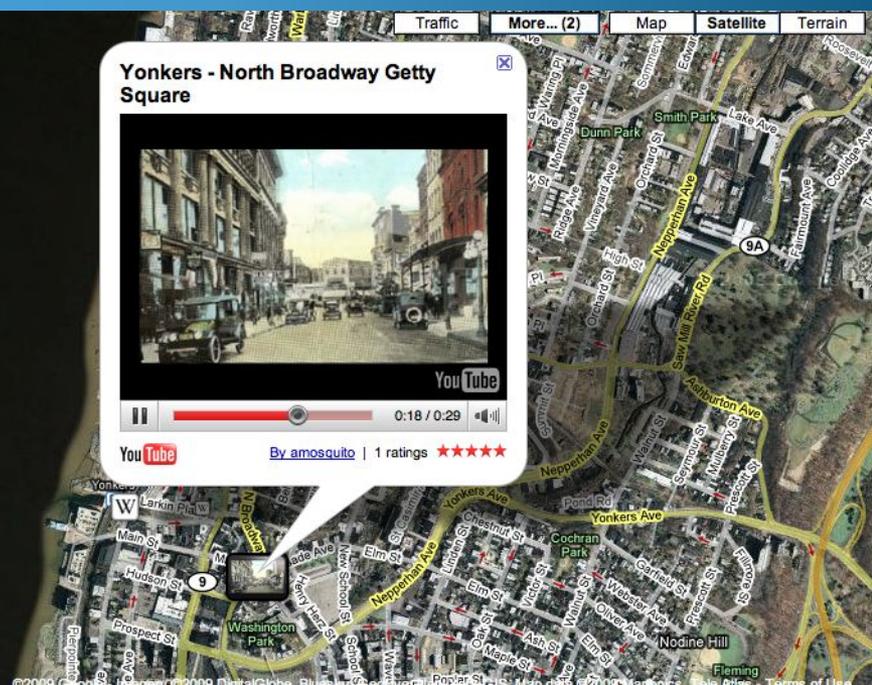
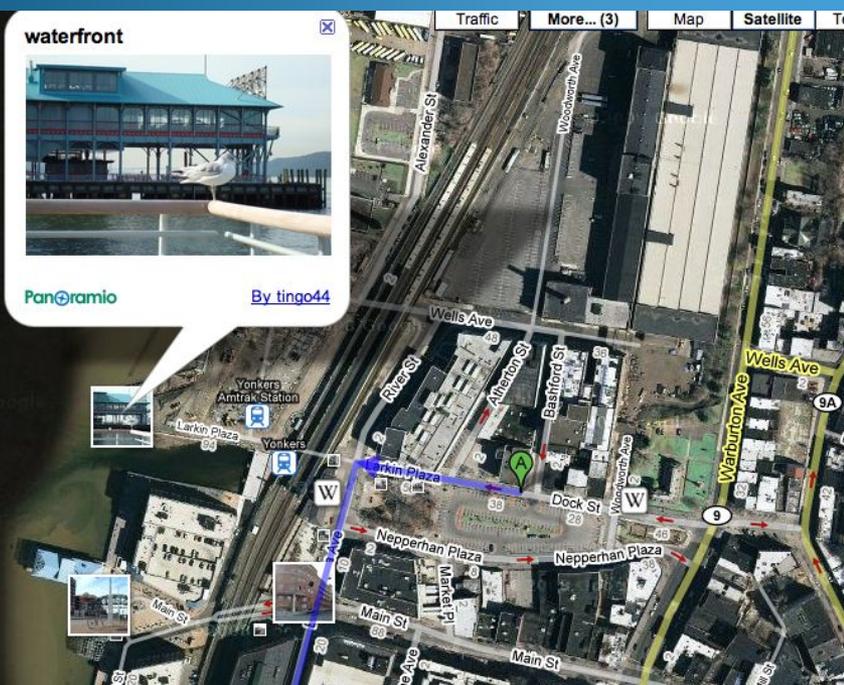
Упростить доступ к актуальному контенту культуры территории через:

- web карты со ссылкой на видеоподкастк ивента/фестиваля;
- доступ к цифровым коллекциям местных библиотек, музеев, галерей, фотографий, аудиозаписей, архивных материалов

# Помогаем людям рассказывать локальные истории... Кастомизируем Google maps с помощью специфических Вики-ресурсов (Wikipedia), видеоподкастов, схем и графиков, фотографий, нарративов и т.д. и т.п.

These are actual Google map views of Yonkers NY. Note the W's for Wikipedia entries and the You Tube Video link to a historical animation

that a local created and linked to the map. (Imagining linking any image or media file to a site map. Encourage locals to add their content.)



# Помогаем людям нарисовать культурную карту территории ...

## Search by Cultural Category

- ▶ [Creative Cultural Industries](#)
- ▶ [Spaces and Facilities](#)
  - ▶ [All Spaces and Facilities](#)
  - ▶ [Art Galleries](#)
  - ▶ [Arts Studios](#)
  - ▶ [Broadcast Studios](#)
  - ▶ [Film/Video Studios](#)
  - ▶ [Libraries and Archives](#)
  - ▶ [Pay and Specialty TV Stations](#)
  - ▶ [Performing Arts Facilities](#)
  - ▶ [Public Museums](#)
  - ▶ [Sound Recording Studios](#)
- ▶ [Cultural Heritage](#)
- ▶ [Natural Heritage](#)
- ▶ [Festivals and Events](#)

Chewstick

**Chewstick**

28 Elliot Street  
Lower Section  
Hamilton, ON  
HM 11

(V) (441) 292-2439

[www.chewstick.com](http://www.chewstick.com)



[Print this page](#)

**Description**

[Description](#)

[Coupon](#)

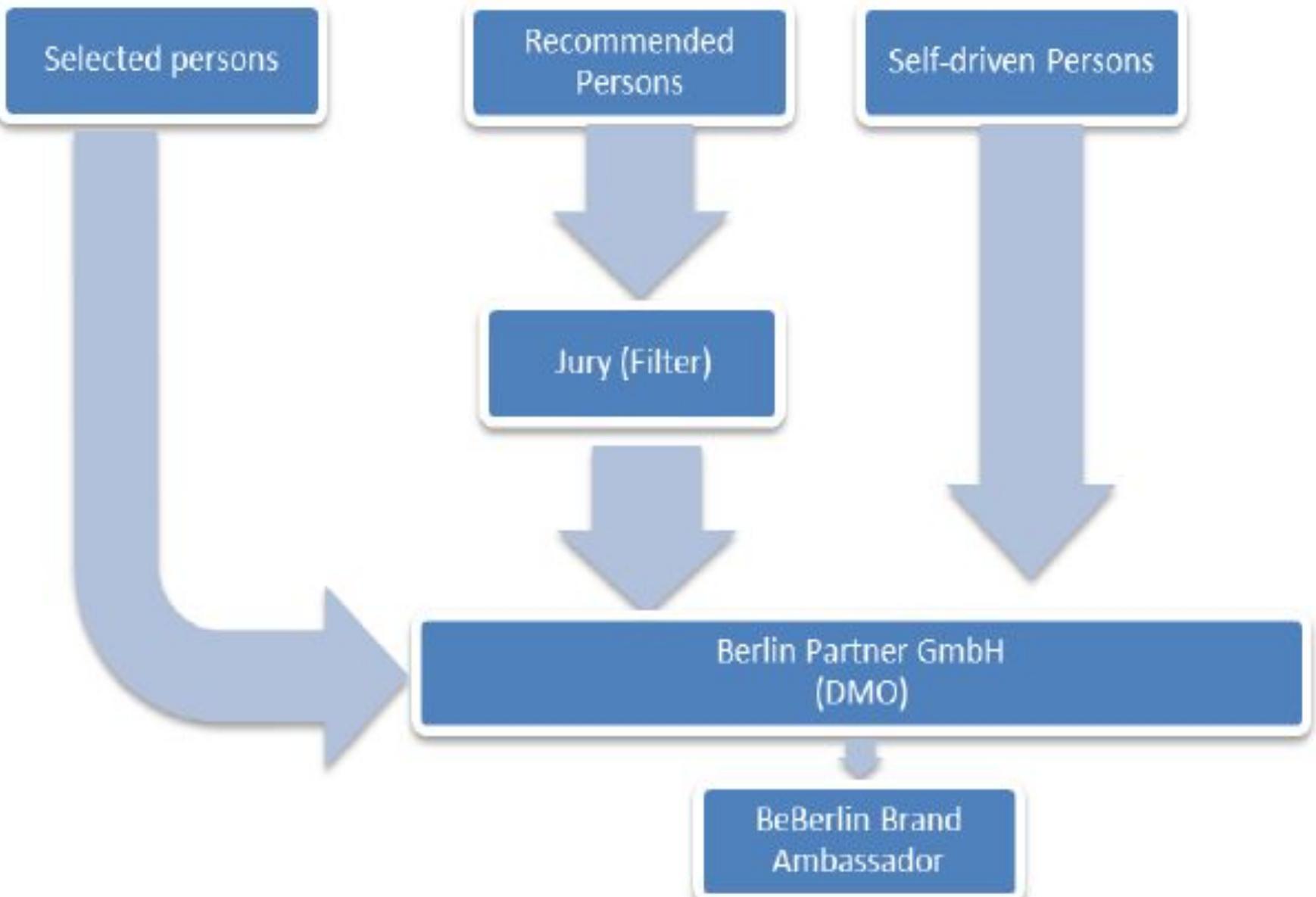
[Directions](#)

[Send by email](#)

[Video](#)

[Facebook](#)

Not only was this the kick off bashment for 2010 celebrating the Chewstick legacy, we were also able to raise significant funds for our after-school, prison outreach, cultural arts and community programs. Much thanks to everyone that participated and contributed, we could not do this without you!



# Be BERLIN CASE

The screenshot shows a web browser window displaying the Be Berlin website. The browser's address bar shows the URL <http://www.sei.berlin.de/berlin-box/die-bx>. The website header includes the Be Berlin logo and navigation tabs for NEWS, BERLIN DAYS, BERLIN LIVE, BERLIN BOX, KAMPAGNE, and DESIGN-WETTBEWERB. The main content area is titled 'DIE BOXEN' and features a large red 'Berlin Box' graphic. Below the main heading, there is a section titled 'Was ist die Berlin Box?' with a paragraph of text. To the right of this text is a large red 'Berlin Box' graphic. Below the text and graphic is a three-step process diagram: 1. 'Vor der Veranstaltung: Berlin-Box oder Ausstellung bestellen', 2. 'Versand der Materialien', and 3. 'Nach der Veranstaltung: Beschreibung, Fotos, Videos und Eintrag auf unserer'. To the right of the main content is a sidebar with a 'Partnerseiten' section. This section includes a 'Der Industrie-Blog' with a 'Mehr Infos' link, a grid of four small images with the text 'Ich bin ein berliner.', and a 'Berlin Partner' section with a 'Mehr Infos' link. At the bottom of the sidebar is a 'Berlin Sciences' section. The browser's taskbar at the bottom shows various application icons and the system tray with the date 10.04.2013 and time 9:51.

**be Berlin** NEWS BERLIN DAYS BERLIN LIVE **BERLIN BOX** KAMPAGNE DESIGN-WETTBEWERB

## DIE BOXEN

[Berlin Box\(en\) bestellen](#)

### Was ist die Berlin Box?

Profitieren Sie von dem weltweiten Interesse an Berlin. 20 Jahre nach der Deutschen Wiedervereinigung ist Berlin eine lebendige Stadt, die einen rasanten Wandel durchlebt hat. Berlin ist heute ein zukunftsweisendes Industrie- und Dienstleistungszentrum, einer der innovationstärksten Wissenschaftsstandorte Europas und weltweit eine der führenden Kulturmetropolen. Wir bieten Ihnen Unterstützung für Ihre Messen, Kongresse, Ausstellungen oder Business-Lunches. Über einen kostenlosen Service können Sie unsere Berlin-Box zur externen und internen Kommunikation bestellen.



- 1** Vor der Veranstaltung: Berlin-Box oder Ausstellung bestellen
- 2** Versand der Materialien
- 3** Nach der Veranstaltung: Beschreibung, Fotos, Videos und Eintrag auf unserer

### Partnerseiten

#### Der Industrie-Blog

[Mehr Infos](#)



#### Berlin Partner

[Mehr Infos](#)

#### Berlin Sciences

Настроить...

# ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ТЕРРИТОРИИ

- Использование технологий региональных SMM и SEO.
- Территориальный creative class management.