

<http://newbranding.ru>



# Идеология и структура территориального бренда

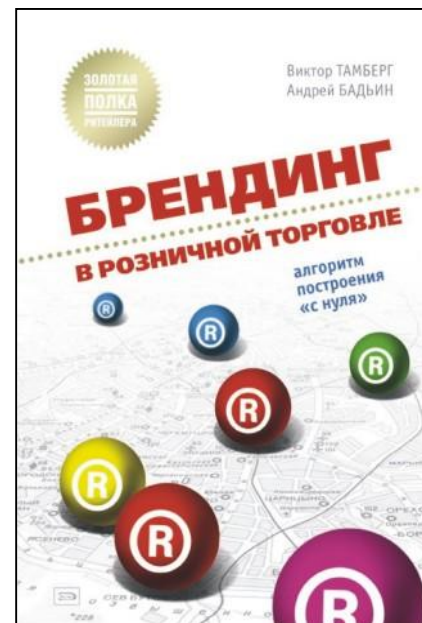
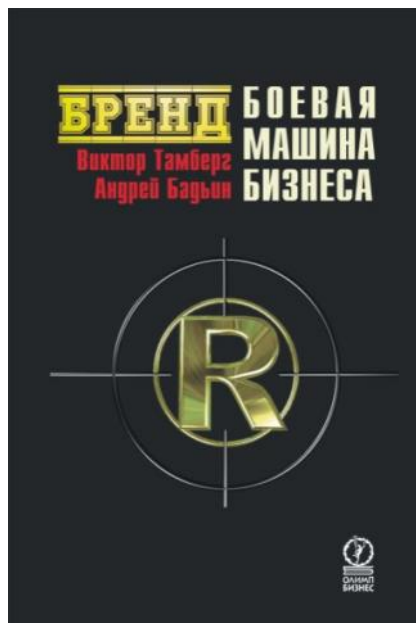
**Виктор Тамберг**  
Консультационное бюро «ТАМБЕРГ & БАДЬИН»

**Воронеж 2010**



<http://newbranding.ru>

**Виктор Тамберг и Андрей Бадьин.**  
**Авторы 3-х книг и более 100 программных статей в области маркетинга, брендинга, рекламы.**  
**Создатели концепций по управлению выбором потребителя, не имеющих аналогов в мировой практике.**



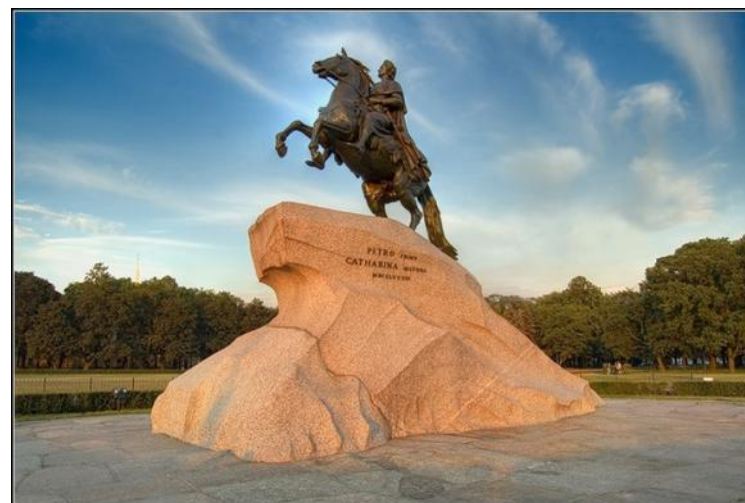
# Брендинг городов: мода или инструмент развития?



**Пермь**



**Псков**



**Санкт-Петербург**

<http://newbranding.ru>

# Бренд = стереотипный образ



**Задача бренда – «помочь» в выборе.**



# **Любой бренд – инструмент продаж** **Кому и зачем «продаем» город Воронеж?** **Туризм, бизнес, жители?**



**У каждой группы свои интересы и потребности!**  
**Пытаться заинтересовать всех – невыгодно.**

# Восприятие территориального бренда



**338 424 км<sup>2</sup>**  
**5 340 093 чел.**  
**ВВП 190 862 млрд**



**Президент:**  
**Тарья Халонен**



**Культура**  
**Финляндии**

## **Идеология бренда города это:**

- 1. Рациональное представление о городе**
- 2. Персоналии, связанные с городом**
- 3. Культура, существующая в городе**

**Объединенные в единый комплекс\***

**\*согласно модели позиционирования бренда Тамберга & Бадьина**

**Идеология должна разрабатываться исходя из  
интересов и запросов аудитории.**

# Рациональное представление о городе

Территория, условия, местонахождение, инфраструктура и т.п.

## Для чего город предназначен?





# Продвижение персоналий

Известные выходцы из города, руководство, авторитетные персоны.

## Кто этот город представляет?



# Развитие культурой среды

Образование, развлечения, история, традиции и т.п.

## Чем «живет» город и его жители?



# Тактические действия

**(исходя из стратегических целей и идеологии)**

- Идентификация (фирменный стиль, сувениры)**
- Брендинг компаний**
- Брендинг потребительских продуктов и брендов**
- Брендинг отдельных территорий города**
- Брендинг событий**
- Брендинг персон (первых лиц и бизнеса)**
- Брендинг мероприятий**
- Брендинг учреждений и объектов инфраструктуры**

**Каждый отдельный бизнес может и должен  
работать на общее дело**

# NB!

**Брендинг это не провозглашение какой-то идеи.  
Брендинг это инструмент планирования и  
реализации структурных изменений.**

<http://newbranding.ru>

**Спасибо за внимание!**  
**<http://newbranding.ru>**