



УВАРОВО
вишнёвая столица

АНАЛИЗ ГОРОДА

Стратегия продвижения

исходя из социального
и экономического положения города,
ресурсов города

Ассоциации, связанные с городом

Территориальные бренды

известные брендовые продукты,
услуги, объекты, события



СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА ГОРОДА



**Привлечение
инвестиций**



**Привлечение
туристов**



**Город
комфортный
для жизни
(прирост населения)**

ЭТАПЫ БРЕНДИРОВАНИЯ

- 1** Проведение стратегического анализа бренда, идентификация целевой аудитории
- 2** Оценка существующего имиджа города
- 3** Определение стратегии продвижения города
- 4** Разработка системы идентичности бренда, формирование его стилистической базы, основанной на образах, ассоциирующихся с городом
- 5** Работа над городским пространством на базе разработанной системы идентичности



В ЧЕМ УНИКАЛЬНОСТЬ ?
ПРЕДЛОЖЕНИЯ

УВАРОВО -
ВИШНЕВАЯ
СТОЛИЦА



ЧТО ДАЁТ БРЕНДИНГ РЕГИОНУ ?

**УЗНАВАЕМОСТЬ,
ИЗВЕСТНОСТЬ**

**КОНКУРЕНТНО-
СПОСОБНОСТЬ**

**ЗАЩИТА И СИЛА
ДЛЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ
ПРОГРАММ**

**ПОДДЕРЖКА
РЕГИОНАЛЬНЫХ
ПРОДУКТОВЫХ
БРЕНДОВ**

**СОЦИАЛЬНЫЙ
ЭФФЕКТ
ВНУТРИ РЕГИОНА**



КАК ВЛИЯЕТ БРЕНД ТЕРРИТОРИИ НА МЕСТНЫХ ЖИТЕЛЕЙ?



**ЖЕЛАНИЕ
РАЗВИВАТЬ
И ОБЕРЕГАТЬ**

СПЛОЧЕНИЕ

**ЖЕЛАНИЕ
ОСТАТЬСЯ**

ГОРДОСТЬ



КАК ВЛИЯЕТ БРЕНД ТЕРРИТОРИИ НА ТУРИСТОВ



ФЕСТИВАЛЬ

ВИШНЕ  ВАРОВО



КАК ВЛИЯЕТ БРЕНД ТЕРРИТОРИИ НА ТУРИСТОВ



КАК БРЕНД ТЕРРИТОРИИ ВЛИЯЕТ НА ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ЖИТЕЛЕЙ

МЕСТО ПРИВЛЕКАТЕЛЬНО
КАК ВАРИАНТ ДЛЯ ПОСТОЯННОГО
МЕСТА ЖИТЕЛЬСТВА

АЛЬТЕРНАТИВА СТОЛИЦЕ

МНОГООБЕЩАЮЩЕЕ
ПЕРСПЕКТИВНОЕ МЕСТО



ВИЗУАЛЬНЫЙ ЯЗЫК ГОРОДА



ПРЕДЛОЖЕННЫЕ ВАРИАНТЫ



ВЫБРАННЫЙ ВАРИАНТ



УВАРОВО
вишнёвая столица



В ПЛАНАХ

АУДИОЛОГОТИП

ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ

ВСТРАИВАНИЕ В ГОРОДСКУЮ СРЕДУ

РАЗВИТИЕ ЗЕЛЕННОЙ РЕКРЕАЦИОННОЙ ЗОНЫ

КАРТИРОВАНИЕ И НАВИГАЦИЯ

УПРАВЛЕНИЕ ТУРИСТИЧЕСКИМ ПОТОКОМ

ПРОГРАММА УЛИЧНОГО ИСКУССТВА - АРТ ОБЪЕКТЫ



ВСЕ В ВЫИГРЫШЕ!

