



УВАРОВО
вишнёвая столица

АНАЛИЗ ГОРОДА

Стратегия продвижения

исходя из социального
и экономического положения города,
ресурсов города

Ассоциации, связанные с городом

Территориальные бренды

известные брендированные 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!

