



АДМИНИСТРАЦИЯ
МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
ГОРОД КРАСНОДАР

Кейс «Продвижение города Краснодара»





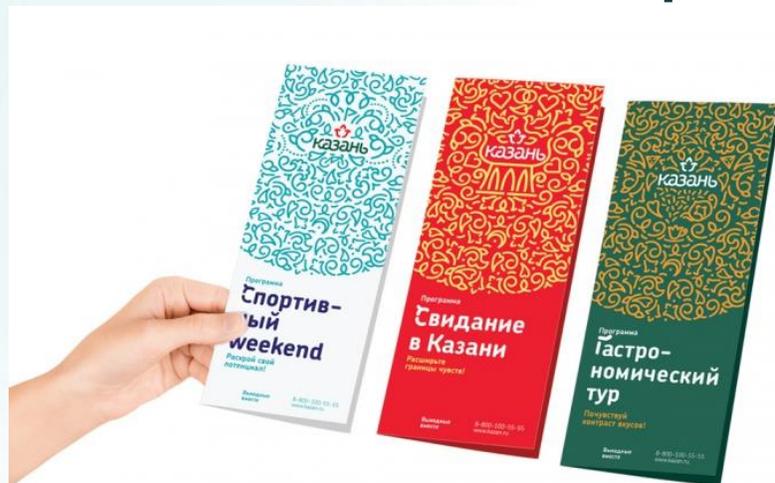
Имидж – образ, целенаправленно созданный для того, чтобы произвести наиболее благоприятное впечатление в той или иной сфере

Понятие имиджа применяется не только к личностям, организациям, но и к отдельным городам и регионам





Положительный имидж города необходим для привлечения туристов, улучшения социального самочувствия его жителей, а также для привлечения финансовых инвестиций





Имидж города влияет на различные стороны городского развития, прежде всего на экономику, культуру, миграционные процессы, и другое

Все это содержит в себе бренд города, который с помощью грамотных средств рекламы и PR компании определяет современный имидж города





Муниципальное
образование
г. Краснодар

«Встречаемся в Краснодаре»: разработан туристический бренд города

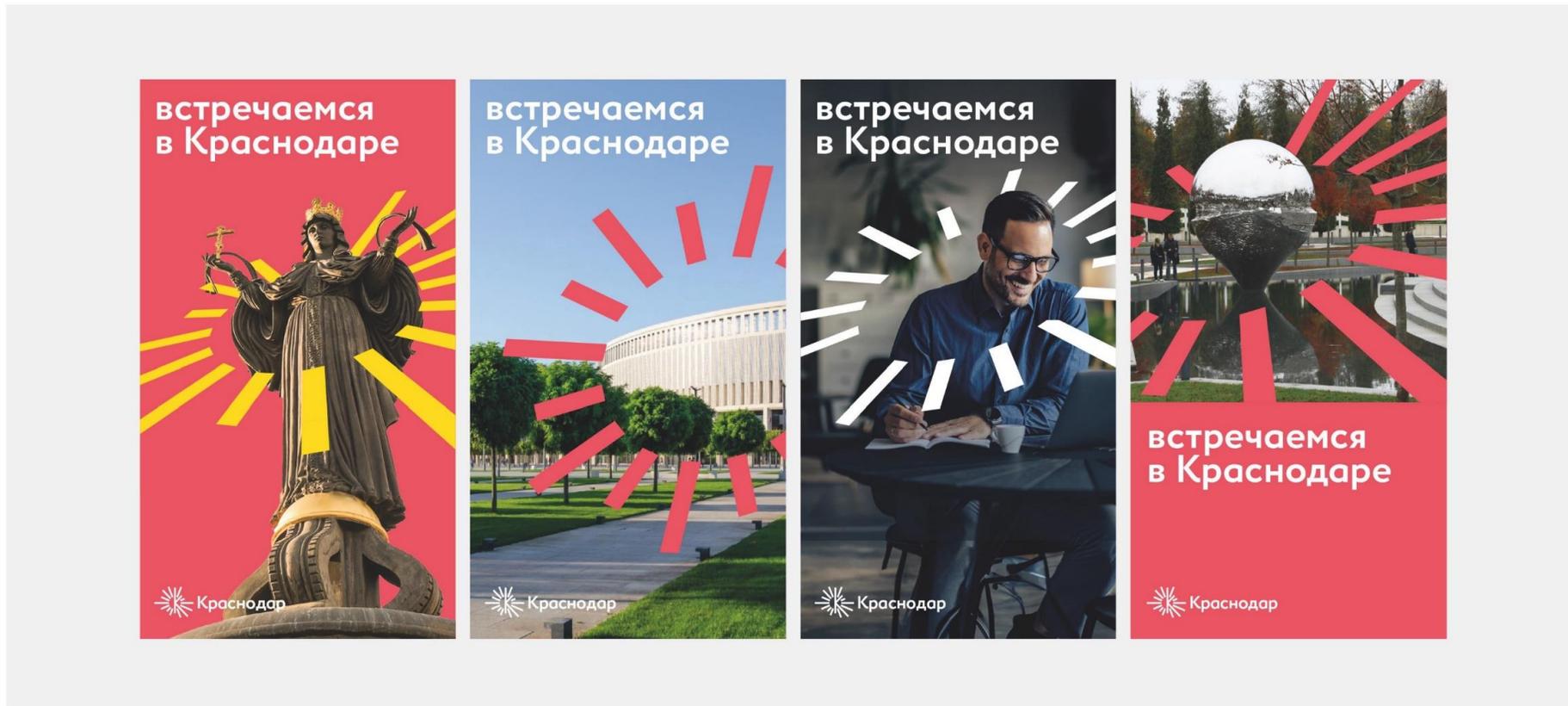
В Краснодаре разработан туристический бренд, презентация которого состоялась на международной выставке туризма и гостеприимства, которая проводится среди представителей туристической отрасли из разных стран и регионов

Как подчеркнули создатели бренда, Краснодар является центром Кубани. В России он занимает 16 строчку городов-миллионников, поэтому бренд представлен в виде лучей, в центре которого расположена буква «К». Длина лучей олицетворяет развитие и возможностей города, подчеркивая его динамику

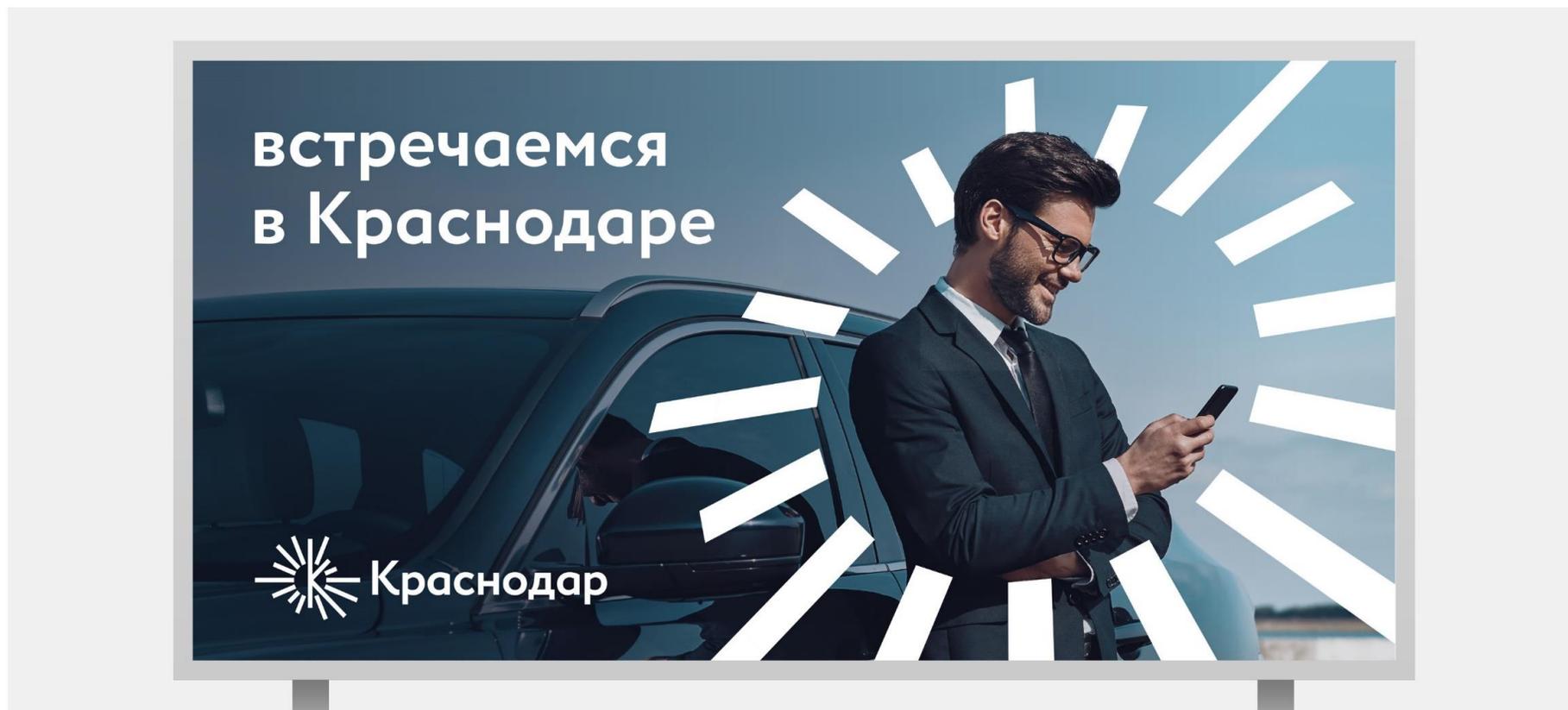


Принципы построения макетов

Макет может быть единым (без разделения) или делиться на части. Макет содержит текст, логотип, фото. Фирменная графика встраивается в фотоизображение, выделяет и фокусирует внимание на главном объекте сюжета, а сами лучи окрашиваются в белый или цвета из фирменной цветовой палитры.



Билборд



Автобус

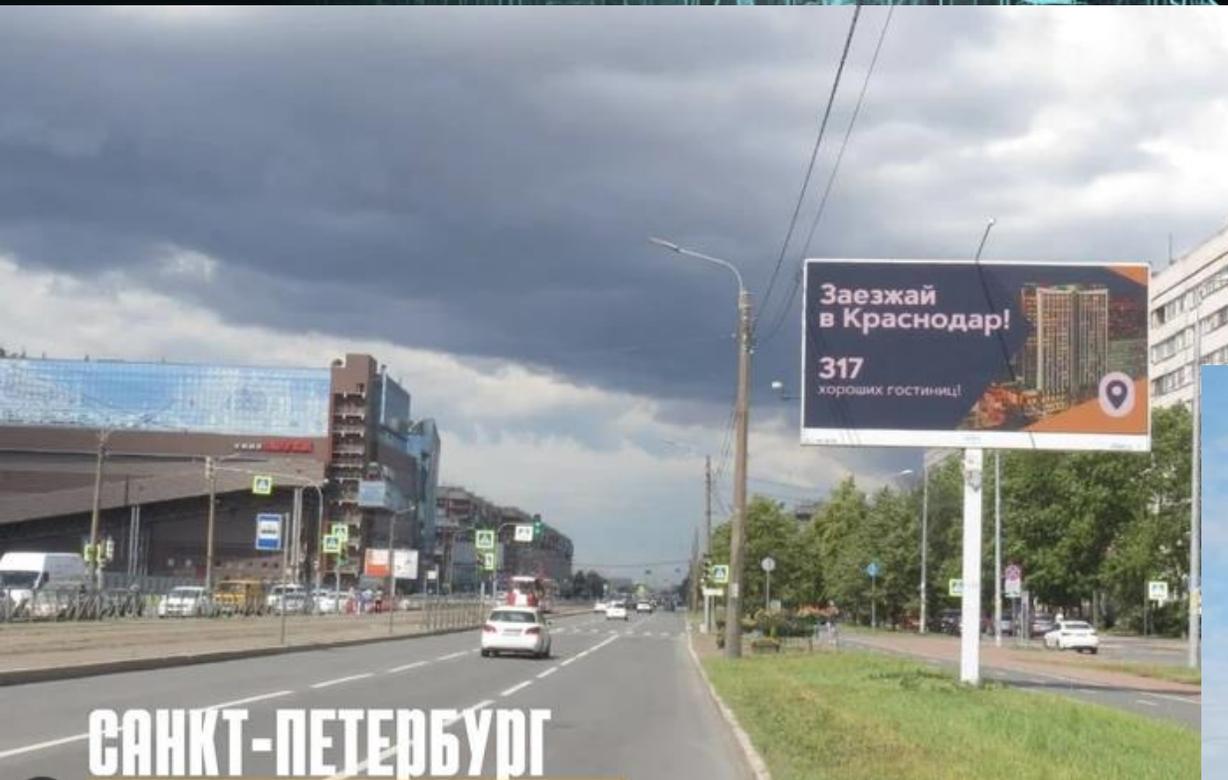




Муниципальное
образование
г. Краснодар

Варианты билбордов рекламы города

УПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИКИ
АМО г. КРАСНОДАР





1. Провести анализ российского опыта использования существующего бренда города в других регионах
2. На примере бренда города Краснодара разработать рекламную кампанию по внедрению и распространению бренда в городе, а также в соседних регионах (каким образом мы будем привлекать туристов с края, с регионов и др.)
3. Придумать способы продвижения информационной работы с целевыми группами потребителей (туристы, местные жители) (конкурсы, акции, розыгрыши и др.)



Спасибо за внимание!

