



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

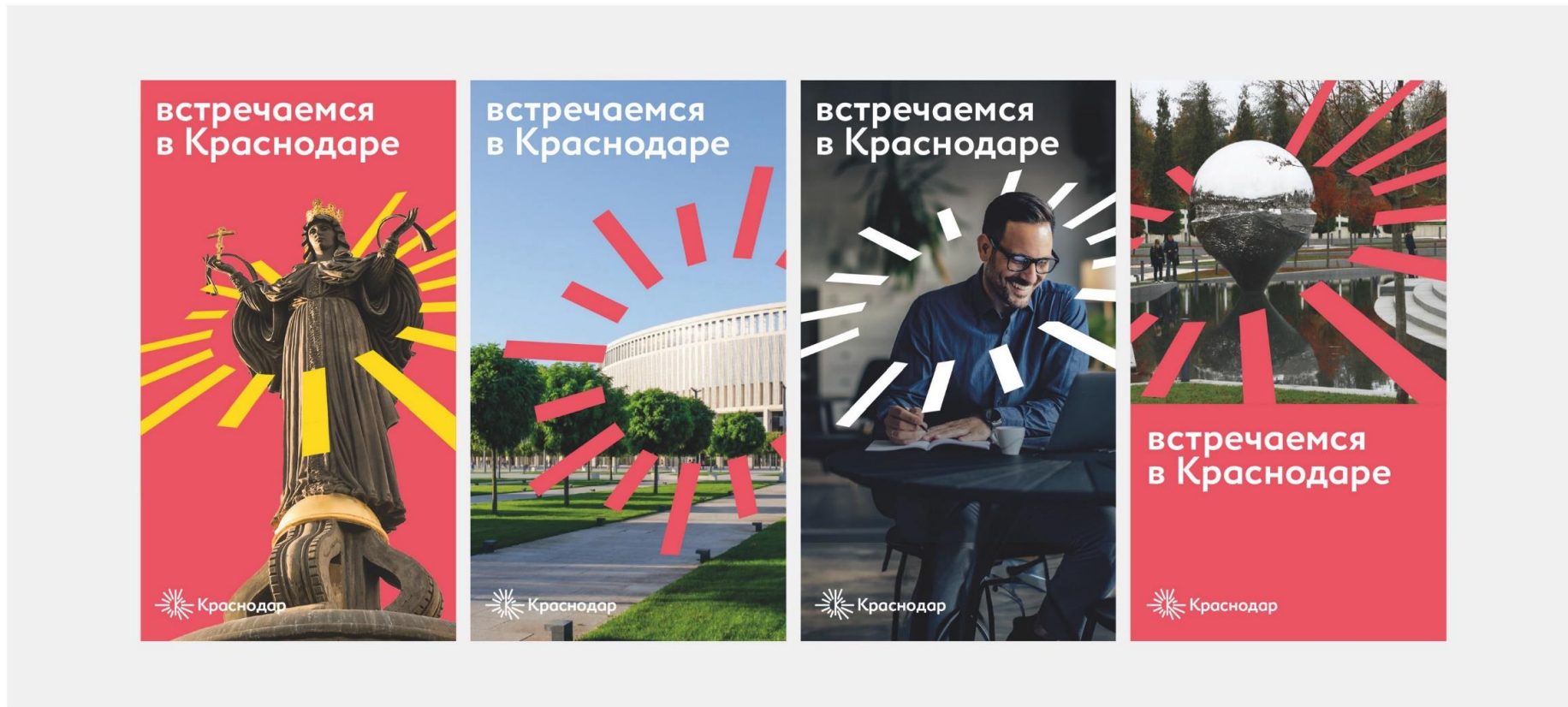
В Краснодаре разработан туристический бренд, презентация которого состоялась на международной выставке туризма и гостеприимства, которая проводится среди представителей туристической отрасли из разных стран и регионов

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

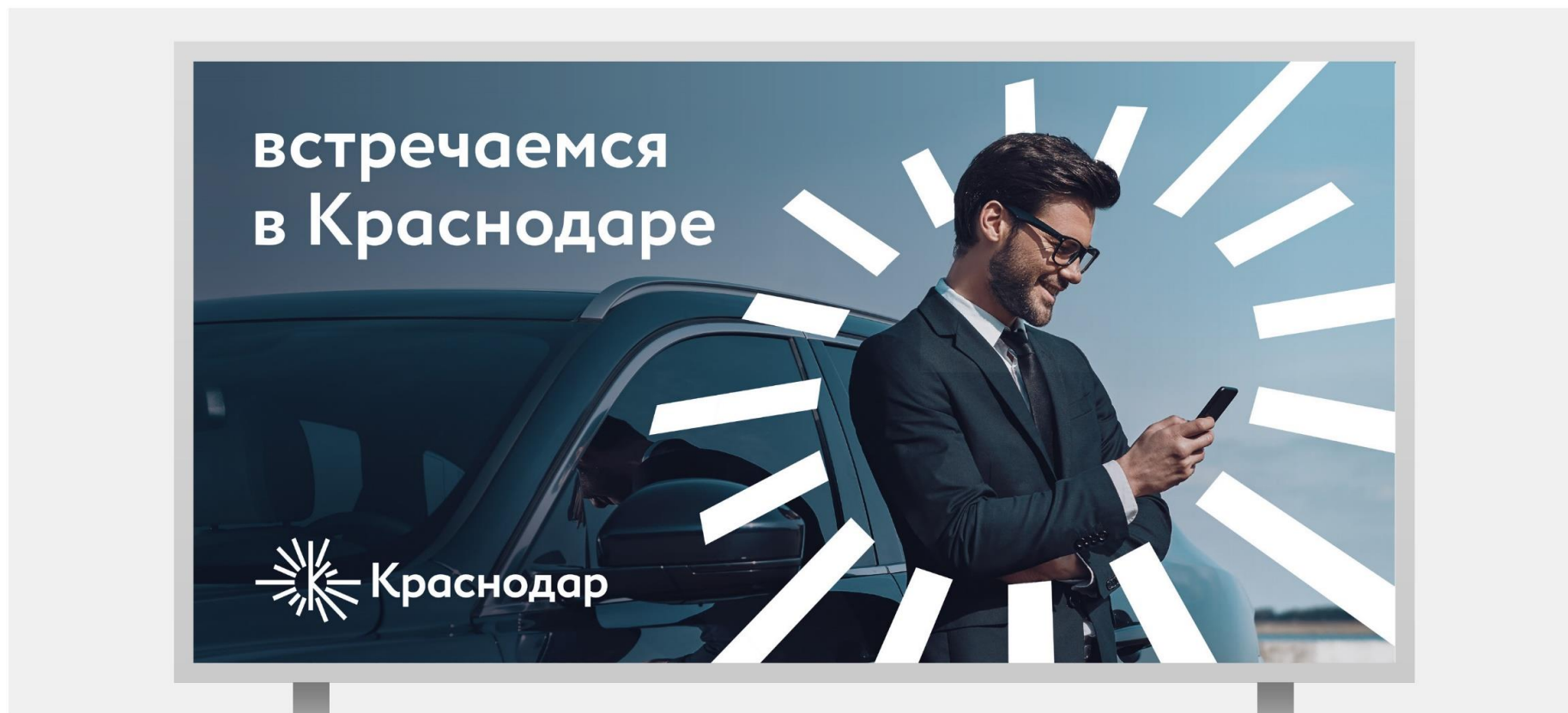


# Принципы построения макетов

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!**

