

ДОРОЖНЯ КАРТА
РОЗРОБКИ БРЕНДУ
МІСТА ПОЛТАВИ

Головною метою

є створення унікального дизайну бренду міста Полтави та системи візуальної ідентифікації (брендбуку) міста, що сприятиме популяризації ключових бізнес-напрямів міста Полтави в Україні та за кордоном, реалізації міжнародних проєктів, залученню інвестицій, поліпшенню туристичної привабливості міста та збільшенню туристичних потоків.

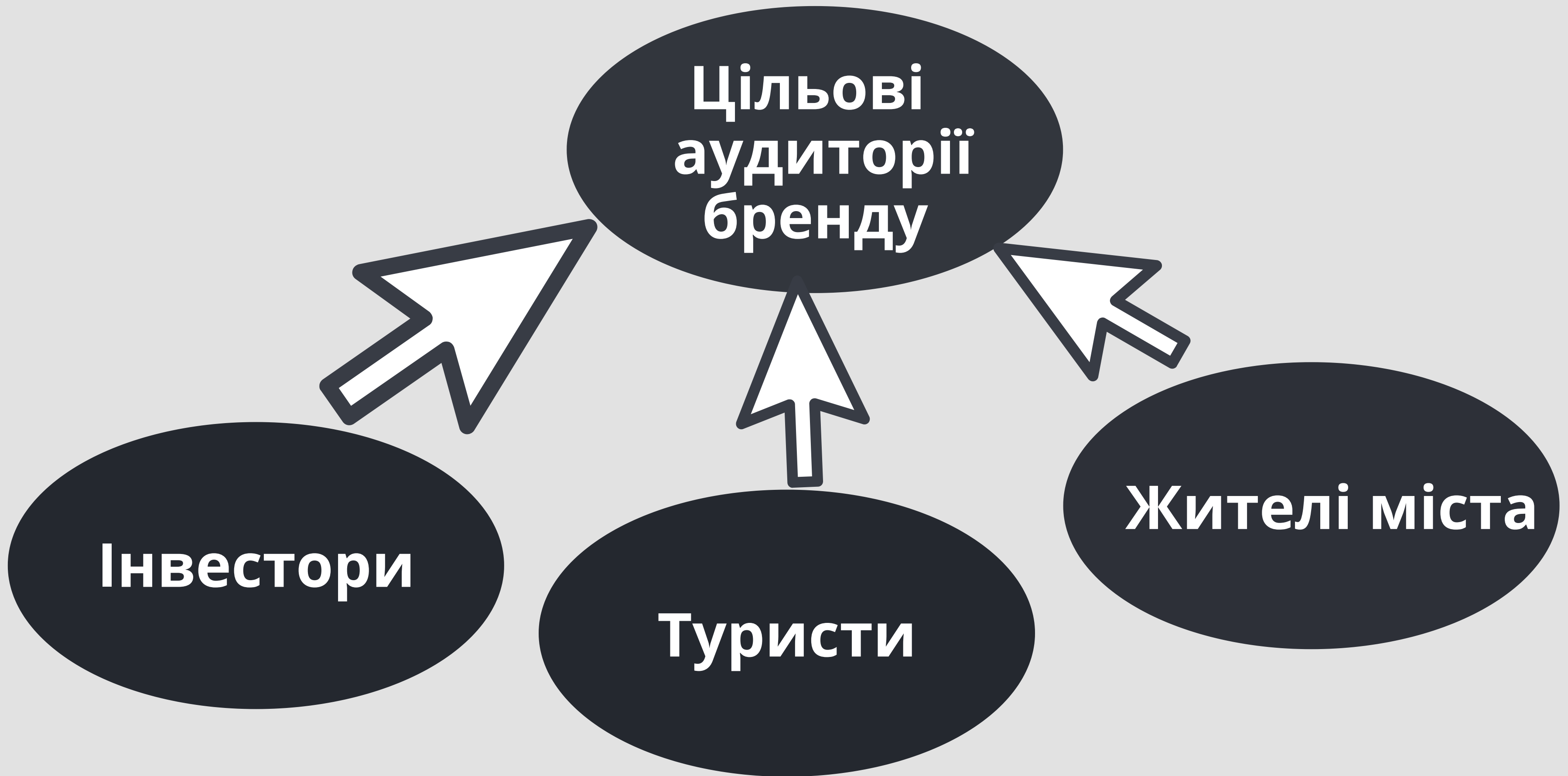
Етапи брендингу

- **Стратегічний етап (охоплює роботу над розумінням бренду та його сенсу, адже важливо розібратися, що ми хочемо сказати людям та які цінності донести).**
- **Візуальна складова (входить уся айдентика, логотип).**
- **Регулярна комунікація (це рекламні кампанії, SMM та інші комунікації, що доносять до людей єдину ідею).**

Основним завданням є:

- Розробити ідею, яка об'єднує місцевих жителів і служить основою для комунікації міста із зовнішнім світом;
- Провести глибинні інтерв'ю;
- Виявити образ міста.

Цільові аудиторії на які спрямований бренд



Крок 1

Створення робочої групи з розробки бренду міста та системи візуальної ідентифікації (брендбуку)

Основними завданнями робочої групи є:

- координація процесу створення бренду міста;
- оголошення, проведення презентації бренду міста;
- активна співпраця з командою Стратегічної спілки "0532п"

Крок 2

Підписання Меморандуму

про співпрацю щодо створення унікального дизайну бренду міста й системи візуальної ідентифікації (брендбуку) та реалізації проекту "Брендінг міста Полтави" між Стратегічною спілкою "0532п" та Полтавською міською радою

Крок 3

Дослідження особливостей міста:

- З'ясувати, чого бракує місту, щоб стати головним вибором туристів;
- Визначити, яким саме має бути образ міста, щоб привабити туристів.

Крок 4

Проведення глибинних інтерв'ю

- Метою є визначення гіпотези для формулювання стратегії бренду
- Головним завданням є отримання глибинної інформації про думки, мотиви та уявлення мешканців міста Полтави

Крок 5

Розробка концепції бренду міста:

- ідея бренду (відображає його сутність, визначає цільову групу, для якої місто буде привабливим);
- функціональні та споживчі асоціації (образи, які невід'ємно пов'язані із містом як серед цільових груп, так і серед груп, що не будуть цільовими);
- візуальний образ (асоціюється з містом і розміщується на офіційних документах, брошурах, рекламних щитках).

Крок 6

Промоційні заходи та просування бренду міста

- ЗМІ;
- Спеціальні заходи для цільових груп;
- Інтернет-комунікація (веб-сайт і групи в соціальних мережах);
- Інформаційні матеріали: буклети, плакати, ліфлети.

Розроблено Департаментом економіки і інвестицій

м. Полтава, вул. Соборності, 36
dep_economy_invest@rada-poltava.gov.ua

