Подчеркнуть достоинства и привлечь внимание инвесторов - главные цели проекта по созданию бр

Горловский Медиа Портал
09.02.11 14:56

С 2010 года на территории пяти городов Донецкой области (Артемовск, Горловка, Краматорск, Макеевка, Красноармейск) по инициативе Донецкой облгосадминистрации при поддержке Немецкого общества международного сотрудничества GTZ начата работа по созданию бренда города в рамках пилотного проекта.

Как сообщили "Горловскому Медиа Порталу" в пресс-службе ОГА, рабочие группы во главе с муниципалитетами в рамках проекта «Содействие местному экономическому развитию промышленных городов Донецкой области» на практике рассматривают понятия территориального маркетинга при помощи экспертов - каким быть городу в будущем, в каком городе хотели бы жить его жители, что выгодно отличает его от соседей, какой бренд будет успешным, какой вектор развития выбрать в дальнейшем.

С 7 по 11 февраля в пилотных городах проекта проходит серия практических семинаров, в рамках которых инициативные группы городов анализируют свои сильные и слабые стороны, определяют конкурентные преимущества своих территорий, знакомятся с современными методами, моделями и инструментами регионального брендинга на примере их применения в условиях Украины. В Горловке такой семинар прошел вчера, 8 февраля.

"Залогом успешного развития на сегодняшний день непременно является умение раскрыть, подчеркнуть достоинства и привлечь к себе внимание инвесторов. Бренд территории позволяет властям и бизнесу наиболее эффективно взаимодействовать с различными целевыми группами: инвесторами, рынками, населением, туристами. Маркетинг может способствовать тому, чтобы сюда ехали туристы, чтобы с нашими городами работали бизнесмены и инвесторы, чтобы учиться, работать, жить в них было престижно. По мнению экспертов, если территория обладает собственным брендом, именем, которое привлекает внимание, которому доверяют, значит, такая территория будет к себе привлекать инвестиции в широком смысле слова. Если она не обладает брендом, то она будет ограничена внутренним развитием и в лучшем случае использоваться как некая сырьевая база. Главное, чтобы работа над созданием и продвижением бренда не была остановлена, а каждый город нашел свой неповторимый, притягивающий образ, который позволит будущим поколениям территории иметь шанс на развитие и процветание" , - подчеркнули в пресс-службе ОГА.