

Задачи применения маркетинговых инструментов в муниципальном менеджменте

Обеспечение связи с общественностью и развития экономики МО на основе применения маркетинговых инструментов

проблемы

целевые сегменты

администрация МО

жители МО

руководители малых и средних предприятий, расположенных на территории МО

руководители крупных предприятий, в т.ч. расположенных за пределами МО

Примечание

создание маркетинговой информационно-коммуникационной системы (МИС)

получение обратной связи, выявление проблем МО и предложение эффективных мер деятельности администрации

привлечение к разработке и реализации планов перспективного развития МО

информирование о деятельности администрации МО

привлечение к решению социальных проблем

привлечение инвестиций на территорию МО

пути решения

проведение МИ для определения приоритетных направлений развития экономики маркетинговой стратегии

ценообразование (Price)

проведение социальных мониторингов

комплекс продвижения территории, товаров, работ, услуг местных фирм (в т.ч. ЖКХ), муниципальных проектов, формирование положительного имиджа администрации МО

рекламирование муниципального пространства в СМИ и на информационных материалах

проведение конкурсов

стимулирующее ценообразование

редакционные публикации интервью

личные контакты с целевой аудиторией

исследование сегментов территории (Product)

инструменты общего, социального маркетинга и маркетинга территории