МЕЖДУНАРОДНЫЙ ПРЕСС-КЛУБ

ОМСКАЯ ОБЛАСТЬ

ПЕРВЫЙ КРУПНОМАСШТАБНЫЙ РОССИЙСКИЙ ПРОЕКТ ПО РАЗРАБОТКЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО БРЕНДА

Конкурс на разработку стратегии развития бренда

- Заказчик - «Агентство рекламно-выставочной деятельности» при правительстве Омской области
- Победитель конкурса - ЗАО «Международный пресс-клуб. Чумиков ПР и консалтинг».
  - В марте 2011 года между сторонами подписан договор.
- В работу включился целый ряд известных российских и зарубежных специалистов в области территориального маркетинга, экономики, социологии, истории, рекламы, связей с общественностью (PR)

Экспертный совет

Состав совета: представители органов власти

- **Представители исполнительной власти**
  - Первый заместитель Председателя Правительства Омской области **А. Бесштанько** (председатель Экспертного совета)
  - Министр экономики Омской области **И. Мураев**.
- **Представители законодательной власти**
  - Депутат Государственной Думы РФ, член комитета по экономической политике и предпринимательству, руководитель федерального проекта «Парк» **М. Сутягинский**;
  - Депутат Законодательного Собрания Омской области, директор научно-производственного объединения «Мостовик» **О. Шишов**.

Состав совета: ученые

- Доктор экономических наук, научный руководитель Гильдии маркетологов, координатор Российской ассоциации маркетинга территорий, профессор Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, автор книги «Маркетинг территорий», учебников «Маркетинг» и «Стратегическое управление», Большого толкового словаря «Маркетинг» **А. Панкрухин**;
- Доктор социологических наук, профессор, руководитель Центра региональной социологии и конфликтологии Института социологии РАН, автор книги «Региональная социология» **В. Маркин**;
- Член-корреспондент РАН, доктор экономических наук, профессор, первый заместитель директора Института экономики РАН, руководитель направления «Экономическая политика» **Д. Сорокин**;
- Доктор философии, профессор Познаньского университета (Польша), автор книги «Территориальный маркетинг», преподаватель территориального маркетинга в ведущих университетах Польши, Испании, Португалии **М. Флорек**.

Состав совета: практики отрасли

- Руководитель Исполнительной дирекции проекта - доктор политических наук, профессор (факультет государственного управления МГУ им. М.В. Ломоносова), главный научный сотрудник (Институт социологии Российской Академии Наук /РАН/), генеральный директор Агентства «Международный пресс-клуб. Чумиков PR и консалтинг» (МПК), автор книг «Государственный PR», «Связи с общественностью: теория и практика» **А. Чумиков**;
- Доктор социологических наук, профессор, заместитель генерального директора МПК, заведующий кафедрой связей с общественностью Международной академии бизнеса и управления **М. Бочаров**;
- Начальник отдела спецпроектов МПК, кандидат исторических наук **М. Тишкова.**

Состав совета: практики отрасли

- Управляющий партнер группы компаний Stas Marketing Partners, автор книги «Новая геральдика: как страны, регионы и города создают и развивают свои бренды» **А. Стась**;
- Руководитель проектов Фонда «Институт экономики города», кандидат географических наук, автор книги «Маркетинг городов» **Д. Визгалов**;
- Сопредседатель Совета по национальной конкурентоспособности, генеральный директор Национального института конкурентоспособности, эксперт Всемирного банка **А. Шестопалов**;
- Независимый консультант по брендингу и создатель целого ряда омских брендов **С. Иванченко**.

Проект

Проект включает:

В краткосрочной перспективе:

- Проведение **внутреннего и внешнего аудита** бренда Омской области и целевых рынков.
- Формирование **платформы областного бренда** с использованием методик, позволяющих сформировать эффективный бренд региона.
- Разработку **вербальной и визуальной символики бренда** области.
- Подготовку **целевой программы продвижения бренда** Омской области на целевых рынках.

В долгосрочной перспективе:

- Организацию **эффективного управления** областным брендом.
- Устойчивое **информационно-коммуникационное** сопровождение развития бренда Омской области.

Первый этап

- **Комплексный аудит бренда Омской области.** Проведение **количественных и качественных исследований** в области текущего и перспективного состояния областного бренда на всероссийском и региональном уровне:
  - В целевых аудиториях (всероссийский, областной, экспертный опросы);
  - В медийном поле (федеральные, региональные, зарубежные /выборочно/ СМИ);
  - В литературе.

Первый этап

- **Анализ инвестиционных паспортов** области в целом и муниципальных образований, другой документации социально-экономического профиля.
- Подготовка подробного **SWOT-анализа региона**, включающего:
  - параметры анализа по каждому элементу (S,W,O,T);
  - стратегические альтернативы развития по пересечениям S-O, S-T, W-O, W-T.

Второй этап

– Проведение установочного **семинара-совещания** (апрель 2011 г.).

  Цель – представление и обсуждение подготовленных продуктов, получение ориентиров для дальнейшей работы.

  Включение публичного ресурса формирования областного бренда (пресс-конференция).

Третий этап

- Создание идеологического документа, регулирующего развитие бренда – **платформы бренда Омской области**, где будет представлено:
  - сравнительное позиционирование этой территории относительно других регионов России;
  - описание целевых групп областного бренда и их ключевых мотиваций и ожиданий.
- Обсуждение платформы на **стратегических сессиях** с представителями ведущих целевых групп (май 2011 г.):

  - Правительства области,
  - регионального бизнеса,
  - областной элиты.

Четвертый этап

- **Разработка инструментов продвижения бренда Омской области:**
  - Визуального блока (символика, слоган и их носители: сувенирная продукция, система навигации в регионе, концепция рекламы, сценарий проморолика);
  - Аудиостиля (техническое задание, экспериментальные элементы);
  - Интернет-портала (концепция).

Пятый этап

- **Разработка программы развития бренда Омской области:**
  - План коммуникаций с основными целевыми аудиториями (медиастратегия, книгоиздание, специальные проекты, семинары по подготовке кадров для реализации программы)
  - План распространения предложений региона, ориентированных на развитие, повышение инвестиционной привлекательности, лояльности населения.
- **Презентация программы развития бренда Омской области** (июнь 2011 г.)

Спасибо за внимание