

МАРКЕТИНГ ТЕРРИТОРИЙ



Что же представляет собой территориальный маркетинг?



... маркетинг в интересах территории, ее внутренних субъектов, а также внешних субъектов, во внимании которых заинтересована территория.

А. Панкрухин

Что же представляет собой территориальный маркетинг?



МАРКЕТИНГ
ТЕРРИТОРИЙ

Маркетинг территорий – достижение целей аудиторий, представляющих данную территорию (населенный пункт) путем правильного позиционирования территории и формирования эффективного комплекса территориального продукта, «цены» территории, системы сбыта и продвижения территории



Комплекс территориального маркетинга

1. Территориальный продукт – ассортимент, количество и качество ресурсов территории, востребуемых ее потребителями: ее географическое положение, население (персонал), качество жизни, инфраструктура, способность работать с высокими технологиями, сырьевые ресурсы, уровень деловой активности, уровень развития рекламного рынка, рынка public relations и т.д.;



Комплекс территориального маркетинга

- 2. Цена территориального продукта –** Ресурсы, предоставляемые за получение территориального продукта. Для жителей это стоимость жизни; для компаний – это транспортные расходы, стоимость аренды офисов, время и усилия, нужные для получения необходимой информации, стоимость проекта в части стройматериалов и оборудования, подготовка площадки, строительство и т.д.;

Комплекс территориального маркетинга



3. Сбыт территориального продукта – предложение потенциальным инвесторам материальных ресурсов, кадров либо потребителей, высокоинтеллектуального потенциала, возможность современных информационных технологий, сетевых и виртуальных организационных структур;

Комплекс территориального маркетинга



4. Продвижение территории – это мощная коммуникационная поддержка региона. Прежде всего – рекламное и PR-обеспечение, включая определение адресатов и каналов продвижения информации, ее оптимальных форм, носителей рекламы.

Исходное положение



В Украине в настоящее время территориальный маркетинг не оценен в должной мере и незаслуженно игнорируется в процессе управления территориями.



Что скажут эксперты?



Общественациональный
проект продвижения
украинских территорий

«Украинские территории / **PROMO**»



Основные направления:

- 1.** Пропаганда и популяризация основ маркетинга территорий
- 2.** Мотивация субъектов украинской власти и бизнеса в создании территориального продукта территории (города)
- 3.** Разработка практических рекомендаций по внедрению основ маркетинга территорий для органов местной власти и территориального самоуправления;
- 4.** Проведение бесплатных предварительных консультаций по проблемам маркетинга территорий.



Основные направления:

- 5.** Проведение методико-практических конференций и тренингов из проблем маркетинга территорий.
- 6.** Рекомендация исполнителей мероприятий по дальнейшей практической реализации проектов в сфере маркетинга территорий.
- 7.** Формирование базы данных и базы кейсов из реализации проектов маркетинга территорий.

Инициаторы

МАРКЕТИНГ
ТЕРРИТОРИЙ



- **Союз рекламистов Украины**
- **редакция журнала «Маркетинг и реклама»**
- **информационно-аналитический центр Publicity**
- **компания стратегических коммуникаций Publicity Creating**

МАРКЕТИНГ
ТЕРРИТОРИЙ



ПРИСОЕДИНЯЙТЕСЬ!

www.reklamspilka.org.ua