



Роль PR-сообщества в
формировании имиджа города
(в преддверии 1000-летия г.
Ярославля)

Чем города зарабатывают имидж?



Ярославль...?

Представительство «РАСО-Ярославль»



- Ведущие бизнес-структуры региона
- Представители органов власти и местного самоуправления
- Ведущие ВУЗы города
- Студенческое сообщество
- Пул доверенных СМИ



«РАСО-Ярославль»: репутация формирует доверие



- Региональная PR-премия «Общественный резонанс»
- Региональный тур Открытого Всероссийского конкурса студенческих работ в области связей с общественностью «Хрустальный Апельсин»
- Благотворительная экологическая акция «оБЕРЕГАЙ!»
- Конференции, семинары, круглые столы, пресс-туры, презентации, конкурсы...



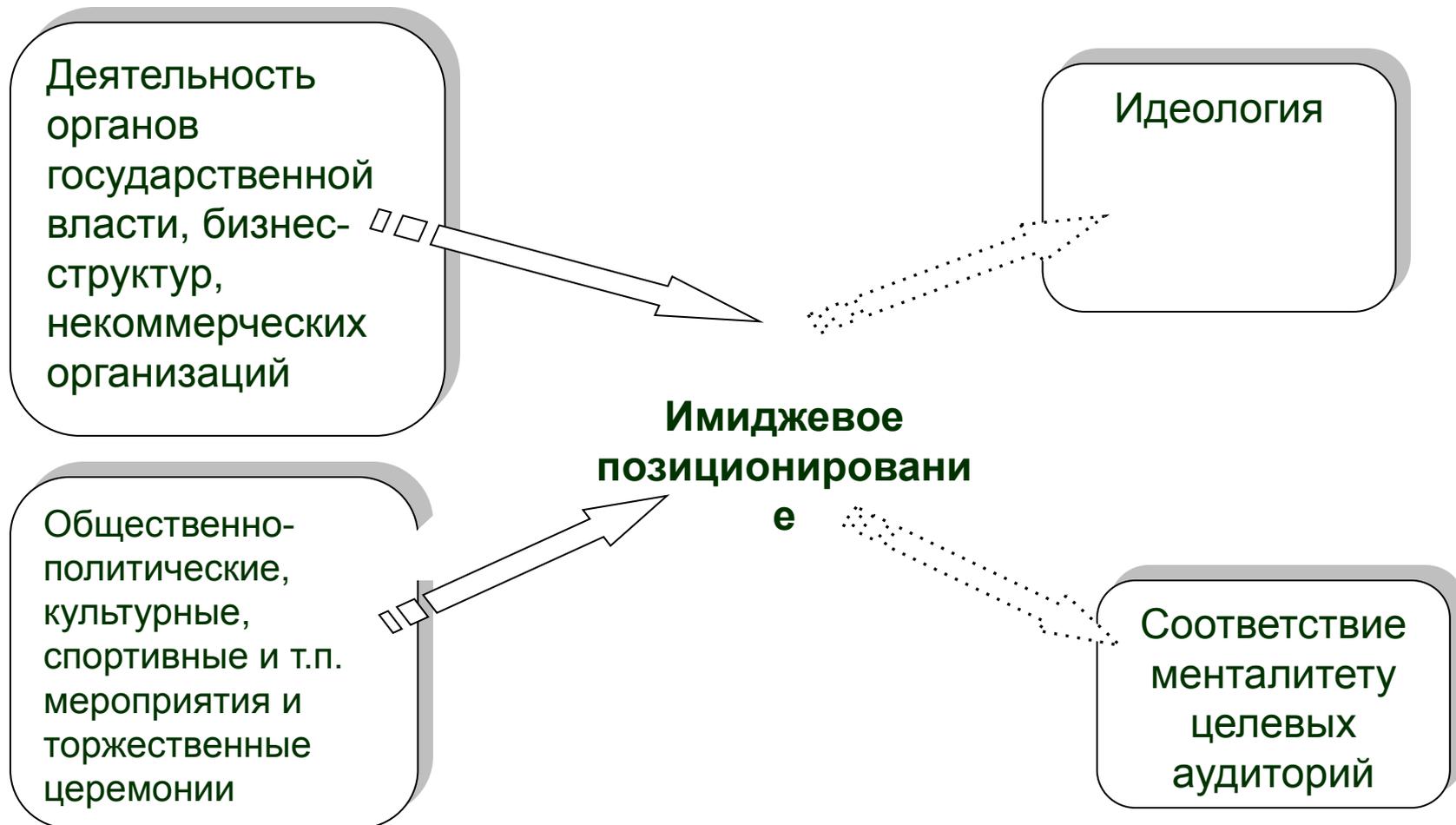
Проблематика

- Спонтанность и хаотичность формирования имиджа и репутации территории
- Отсутствие четкого и целостного образа
- Формирование территориального самосознания жителей города

Ярославль: 1010 – 2009 – 2010-



Основной подход



Технологии

- Привлечение первых лиц государства и региона
- Участие в программе мероприятий видных общественных и культурных деятелей
- Принятие в состав членов НП «РАСО-Ярославль»
Управление коммуникаций и общественных связей
Правительства Ярославской области
- Введение статуса «Почетного члена» НП «РАСО-Ярославль»
- Взаимодействие с «РАСО - связи с общественностью» (Москва)

Федеральная и
региональная
поддержка

Позитивный
потенциал

Внимание
общественности
и СМИ

1000-летие г.Ярославля



- Президент РФ – глава оргкомитета по подготовке юбилея
- Патриарх Московский и Всея Руси примет участие в программе юбилея города - освещении Успенского кафедрального собора
- Ярославль – объект всемирного наследия

1000-летие г. Ярославля: более 300 программ и проектов



- Внешнеэкономические связи и туризм
- Международные связи
- Сфера услуг
- Образование
- Культура
- Физическая культура и спорт
- Здоровоохранение
- Молодежная политика

Древний город, устремленный в будущее



- Ярославский зоопарк
- Сити-парк
- Перинатальный центр
- Планетарий
- Успенский кафедральный собор
- Развитие инфраструктуры

Технологии

- проведение социологических исследований и общественных слушаний;
- информационно-аналитическая и экспертно-консультационная работа;
- обеспечение организационной и финансовой поддержки мероприятий со стороны ведущих бизнес-структур региона;
- организация PR-поддержки мероприятий и программ;
- создание презентационной, рекламной и видеопродукции.

1612 – 2012: от научного проекта к событию всероссийского масштаба



2008 г.

Учредительная конференция
«1612: вера, народ, власть»

2009 г.

- Научная конференция «От противостояния к единению»
- Общероссийское совещание по вопросам федерализма и укрепления российской государственности

2009 – 2012 гг.

Программа общероссийских
юбилейных торжеств

«Разбор полетов». Что дальше?

- Имидж и репутация города должны быть признаны одним из его активов, требующих изучения, развития и активного целенаправленного продвижения.
- Необходима долгосрочная PR-стратегия продвижения города в условиях информационного общества.
- Вопросы формирования имиджа и репутации города должны рассматриваться на уровне властей с привлечением широкого круга региональных специалистов и населения.

Спасибо за внимание!

**Кряжева Надежда
Леонидовна**

150003, г. Ярославль,
ул.Советская, д. 33/12, к.20
Тел./факс (4852) 25-15-08
e-mail: yarprofi@mail.ru
<http://www.raso.ru/>

