



UNIONPOINT
CITYMARKETING



Každé město má svou marketingovou ikonu.
Pojďme ji společně hledat u vás!

Citymarketing

Promyšlená marketingová strategie je mocným nástrojem regionálního rozvoje, zajišťujícím větší flexibilitu a konkurenceschopnost. Městu či obci může zlepšit image, zvýšit přitažlivost pro nejrůznější cílové skupiny a přispět k sounáležitosti místních obyvatel, podnikatelů a dalších subjektů.

Mediální audit měst a obcí

- Cílem je prozkoumat, jak s veřejností komunikujete dnes, a navrhnout, jak úspěšněji komunikovat zítra. Společně nalezneme kladné stránky, vytipujeme slabá místa a odhalíme rezervy pro vaši budoucí úspěšnou prezentaci.

Mediální audit zahrnuje:

- Analýzu existujících tiskových materiálů (letáky, prospekty, radniční časopis), veřejných webových stránek a komunikačních toků uvnitř radnice.
- Osobní rozhovory s klíčovými pracovníky úřadu.
- Hodnocení výsledků.
- Doporučení, jakým způsobem, případně s jakými náklady opravit nedostatky či zavést chybějící komunikační prostředky.

V rámci městského marketingu nabízí agentura Union Point širokou paletu činností. Prostřednictvím mediálního auditu odhalíme klady a zápory v dosavadní komunikaci a doporučíme cesty vedoucí ke zlepšení. Vypracujeme komunikační mix pro účinnější komunikaci, poradíme v otázkách identity a kultury instituce a coby nezbytný předpoklad úspěšného zviditelnění navrhne jednotný vizuální styl.

Více informací získáte na www.unionpoint.cz nebo na telefonním čísle +420 222 222 593.



UNIONPOINT
CITYMARKETING

Komunikační mix měst a obcí

- Zabýváme se takovými okruhy, jako je umění správně nabízet služby „klientům“, tedy obyvatelům, turistům a možným investorům, zaměřujeme se na úroveň spolupráce s firmami, politiky, sdruženími, institucemi a jednotlivci či na kvalitu vztahů se sdělovacími prostředky.

Komunikační mix zahrnuje:

- Funkci tiskového mluvčího – najdeme a vyškolíme vhodného kandidáta, popřípadě za vás tento post převzeme.
- Mediální trénink – představitelům měst a obcí pomůžeme upevnit přesvědčivý projev a „akceschopnost“ před novináři.
- Krizové řízení – jak předejít ztrátě dobrého jména vinou náhlé krizové události.
- Propagační činnost, tzv. městský merchandising – pomůžeme s návrhem a tvorbou propagačních předmětů.
- Podporu prodeje – v souladu s vašimi možnostmi navrhne koncept, jak přilákat potenciální zákazníky.
- Event marketing – pozitivní zážitky např. ze společenských akcí posílí vaše dobré jméno.

Identita a kultura instituce

- Posilování identity a kultury, které utvářejí image města, je dlouhodobý, nikdy nekončící proces. Historie a tradice města, sdílené hodnoty a místní specifika by měly být náležitě komunikovány.

O čem komunikovat s veřejností:

- Že si vážíte místních tradic, aktivit, lidí, přírody.
- Že víte, v čem spočívá síla a hodnota vaší obce.
- Že máte jasné záměry s rozvojem obce – objasněte vaše cíle, prostředky a důsledky.
- Že péči o obyvatele a celou obec věnujete čas a úsilí.
- Že vytváříte prostor pro veřejnou diskusi, výměnu názorů, a tím spoluzodpovědnost občanů za místní rozkvět.
- Že vám záleží na zpětné vazbě od veřejnosti.

Jednotný vizuální styl města

- Pilířem identity města či obce je jednotný vizuální styl, v němž se prolínají místní tradice, dnešek i pohled do budoucna. Radnice i město, chtějí-li se úspěšně zviditelnit, dbají o kompaktní formu prezentace.

Důvody pro vytvoření jednotného vizuálního stylu:

- Je nezbytný k vylepšení celkové image města/obce.
- Upevní komunitu občanů, jejich soudržnost a zainteresovanost na místním rozvoji.
- Sjednotí mnohdy protichůdné zájmy nejrůznějších místních subjektů.
- Vypracujeme vám designový manuál, který definuje pravidla používání barev, městského znaku, log a dalších místních symbolů. Pravidla mají být závazná za nejrůznějších okolností – od tvorby tiskovin po vzhled informačních tabulí či zastávek MHD.

PR v komunální politice

- Zabýváme se také poradenstvím v oblasti politické komunikace – viz nabídka Tribune.

