

# СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ: создание бренда территории

Виктория Кулакова,  
дизайн-студия «Victory House»,  
ведущий эксперт АРР ТОТГ  
по развитию территории



# Территория — «товар» с многими составляющими

Вы нашли свои сильные стороны?

Насколько понятны ваши коммуникации в том числе визуальные?

Насколько имидж отображает ваши ценности (приоритеты)?

# Как быть понятным?

1. SWOT + другие виды анализа
2. 2-3 приоритетных направления развития
3. Стратегия – Программы – Проекты

1. Кто мы? Что имеем?
2. Формируем образ: лого + + айдентика + брендбук
3. Формируем имидж системным маркетингом (участие в мероприятиях, Интернет, реализовывая проекты в рамках Стратегии)



ТАВРІЙСЬКЕ ОБ'ЄДНАННЯ  
ТЕРИТОРІАЛЬНИХ  
ГРОМАД

простір перспектив

=



+



+



=

T

+



+



+



+







# Стратегічне бачення на 10 років

**Тавричанська громада у 2028 році –**  
провідна громада України за розвитком  
інновацій та підприємництва, всеукраїнський  
центр тваринництва, рослинництва та  
агротуризму, високий рівень комфорту і  
добробуту мешканців забезпечується  
сучасними управлінськими рішеннями  
відкритої влади.

## Напрями розвитку Тавричанської ОТГ

- А. Платформа розвитку інновацій**
- В. Територія підприємництва  
та інвестицій**
- С. Громада комфорту і добробуту**
- Д. Простір активних громадян**



**Тавричанська ОТГ**  
інновації для сталого розвитку

# Схема напрямів і стратегічних цілей

## НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ГРОМАДИ

**А. Платформа  
розвитку  
інновацій**

**В. Територія  
підприємництва та  
інвестицій**

**С. Громада  
комфорту і  
добробуту**

**Д. Простір  
активних  
громадян**

## СТРАТЕГІЧНІ ЦІЛІ

**А1. Організаційно-  
управлінські  
інновації**

**В1. Створення умов  
для розвитку  
підприємництва**

**С1. Збереження  
та розвиток  
соціально-  
побутової  
інфраструктури**

**Д1. Розвиток  
громадської  
активності**

**А.2 Економічні  
інновації**

**В2. Підвищення  
конкурентоспромо-  
жності АПК**

**С2. Формування  
сучасної  
соціально-  
культурної  
інфраструктури**

**Д2. Гуртування  
та єднання  
громади**

**А.3  
Інфраструктурні  
інновації**

**В3. Розвиток  
інвестиційної  
спроможності**



**Тавричанська ОТГ**  
інновації для сталого розвитку

Какова разница посыла?





Брендинг в туризме отличается тем, что  
**обязан вызывать эмоции**

будьте «красноречивы»



***4 шага, чтобы вас запомнили:***

- 1. Анализ***
- 2. Стратегия - Приоритеты***
- 3. Разрабатываем понятные  
визуальные коммуникации***
- 4. Системная промоция***

Кулакова Виктория

[www.VictoryHouse.com.ua](http://www.VictoryHouse.com.ua)

[brand@victoryhouse.com.ua](mailto:brand@victoryhouse.com.ua)

**+38-095-946-0158**