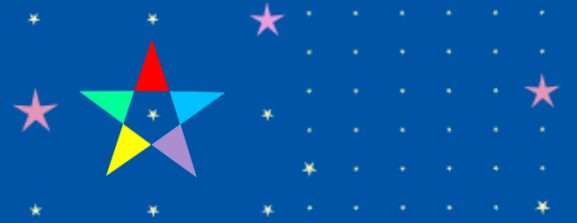


# Városbranding ...gondolatébresztő

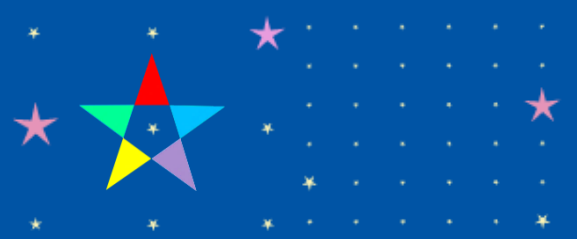
**Idézetek az Adrian Docea-val készült interjúból**

**<http://www.urbact.hu/node/405>**

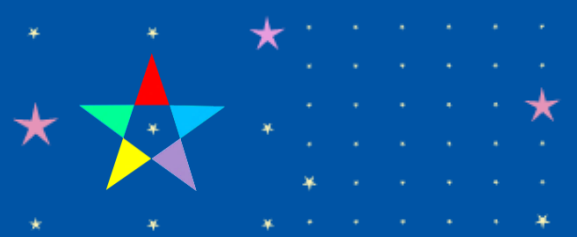
[www.urbact.hu](http://www.urbact.hu)  
[www.urbact.eu](http://www.urbact.eu)



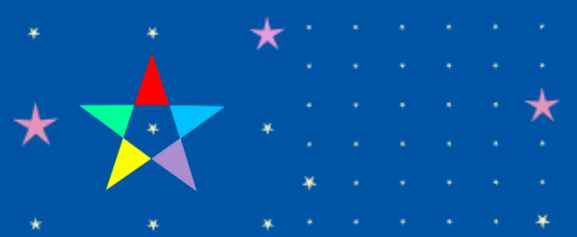
Amíg te a városod logóját tervezed,  
addig Ázsiában a semmiből  
építenek fel egész városokat.



Teljesen kifogytunk az időből. **Európának fel kell gyorsítania**, vagy elveszítjük a befektetőket, turistákat, diákokat, induló vállalkozásokat és a legjobb mérnököket, feltalálókat és kreatív gondolkodókat elcsábításáért folytatott csatát. Túl lassúak vagyunk, túl konzervatívak, túl nyugodtak a jövőnkkel szemben. Miközben az egész világ változik.

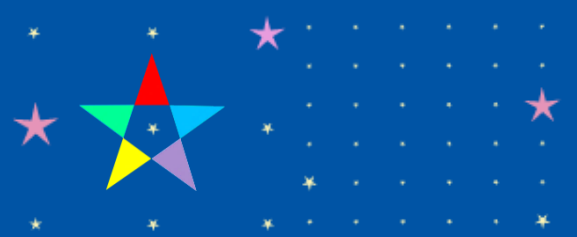


**A legtöbb város ugyanazokat a kliséket és képeket, ugyanazokat az online stratégiákat és eszközöket használja a saját népszerűsítésére. Ráadásul a szlogenjeik is szinte egyformák. A kommunikációjuk annyira középszerű, hogy még azelőtt elfelejtetted, amit láttál, hogy megosztanád azt egy másik emberrel.**



Az emberi agy naponta több mint 3000 kereskedelmi üzenettel találkozik.

Viszont csak 1%-ukra emlékszik. Hacsak a városmárkád nem kommunikál jobban, okosabban, kreatívabban, mint 99 másik város, az emberek agya gyorsan ki fogja törölni üzenetedet.

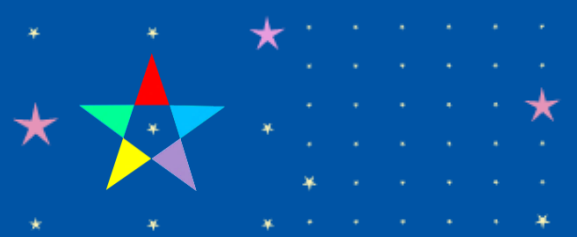


**„A magánszektorban a vállalatok milliárdokat költenek márkáépítésre, mivel megértik, hogy az emberek nem csak termékeket, hanem történeteket is vásárolnak. Érzékelés. És az érzékelés kezelésének tudományát nevezzük márkastratégiának. ”**



Hogy lehet tehát, hogy az európai városok kevesebb, mint 1%-ának van professzionálisan kezelt márkája?

- 1. Az emberek gyakran összekeverik a márkát a logóval*
- 2. A városmárka-építés egy új tudomány*
- 3. A polgármesterek nem termékként tekintenek a városukra*

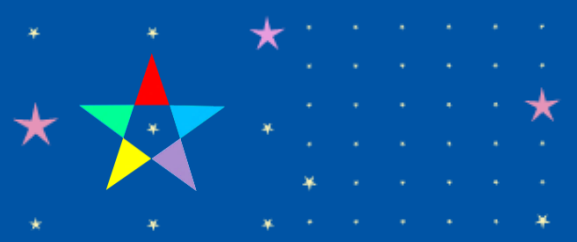


## **Stratégia nélkül a logód nem jelent semmit.**

Komoly városmárka-stratégia nélkül a város nem rúg labdába a globális szintén, ahol több ezer város verseng ugyanazokért az értékes erőforrásokért: befektetőkért, turistákért, diákokért, induló vállalkozásokért, mérnökökért, feltalálókért, kreatív elmékért.

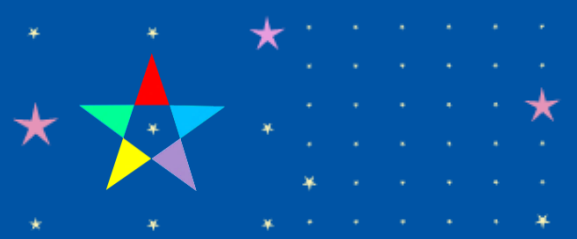
Miért választanák a Te városod? Mert van egy szép logója?



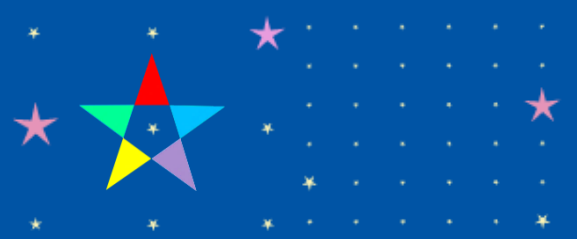


A legtöbb európai város nem rendelkezik marketing részleggel. Annak a néhánynak pedig a túlnyomó többségét olyan emberek irányítják, akiknek nincs tapasztalata a kereskedelmi világ vezető márkáival.

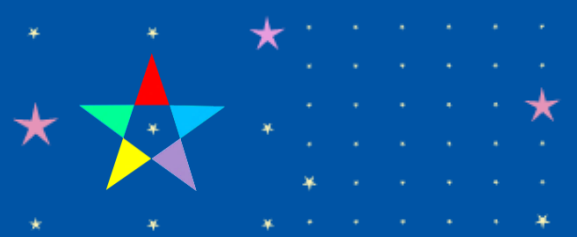
- Miért van ez? **Kevésbé fontos a városod, mint egy csomag chips?** A chips márkát jobb marketing szakemberek támogatják, mint a te városod marketing csapatát...



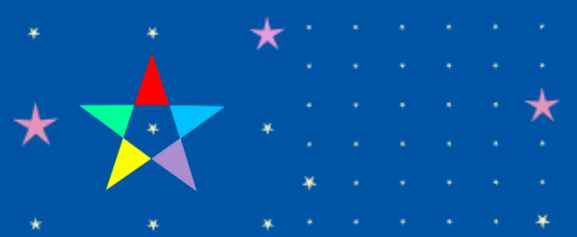
A városvezetők esetleg azt gondolják, hogy a városok olyan összetett kreációk, amelyekre nem lehet városmárkát tervezni. De **nem lehet halogatni a városod márkastratégiájának építését csak azért, mert a város összetett.** Minden összetett. Mióta hagyunk abba egy munkát csak azért, mert nehéz, Európa?



Akár tetszik, akár nem, a városod egy termék. Sikere vagy kudarca attól függ, hogy az emberek hogyan érzékelik ezt a terméket. És a márka = érzékelés. Tehát, ha nem vagy felkészülve arra, hogy a terméket márkanévként, stratégiaileg és szakszerűen kezeld, a városod el fogja veszteni a csatát.



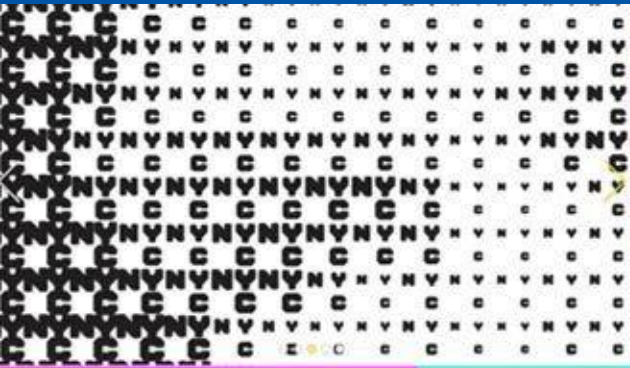
**Akár tetszik, akár nem, a városod egy termék.**  
Sikere vagy kudarca attól függ, hogy az emberek hogyan érzékelik ezt a terméket. És a márka = érzékelés. Tehát, ha nem vagy felkészülve arra, hogy a terméket márkanevként, stratégiaileg és szakszerűen kezeld, a városod el fogja veszteni a csatát.



# Tekints városodra induló vállalkozásként!

City as a startup

<http://urbact.eu/city-branding-making-invisible-visible>



There is only one New York City  
But  
There is no one New York City

NYC's  
Groundbreaking  
Visitor Center  
Unveiled By Mayor  
Bloomberg

