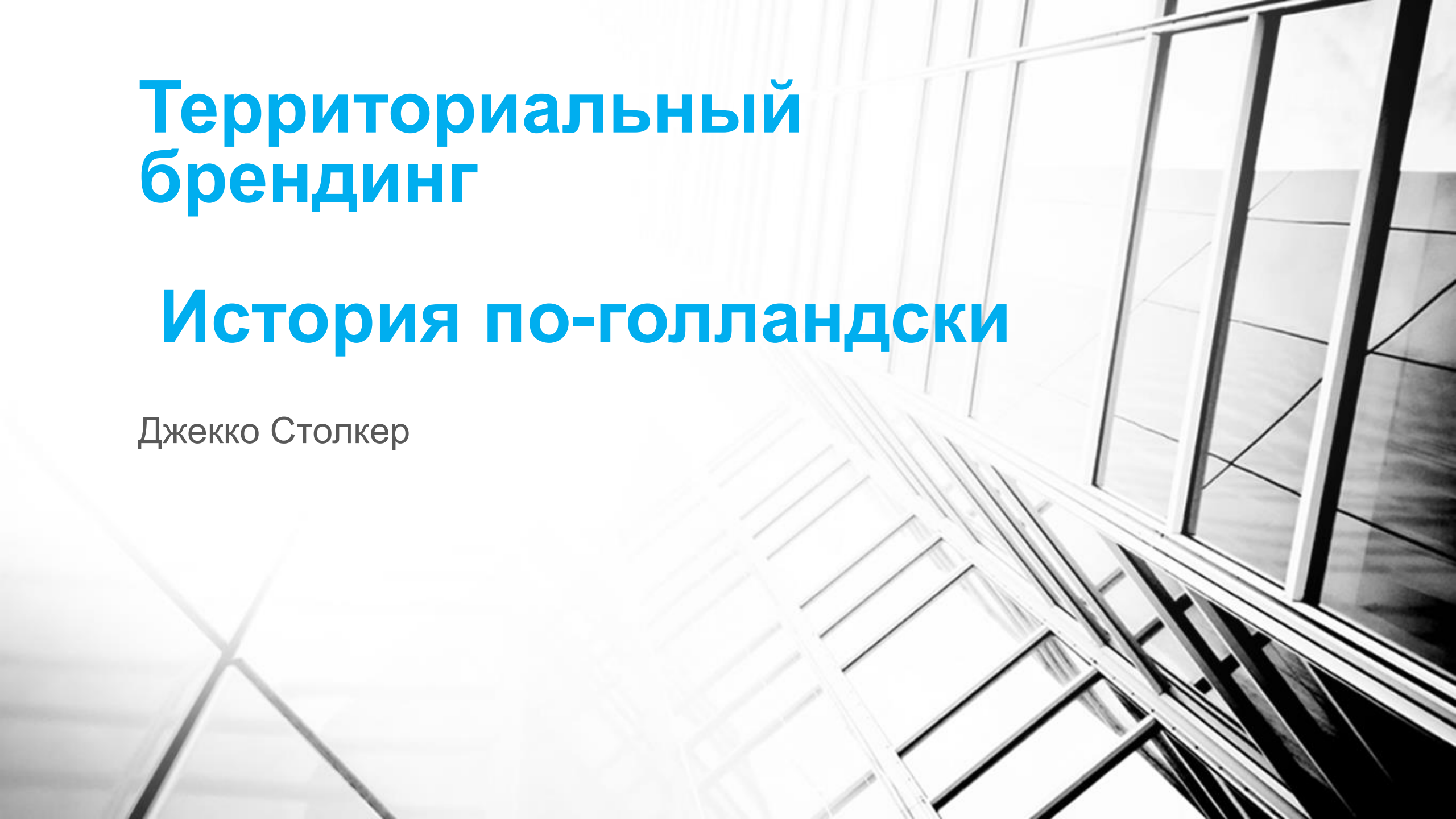


Территориальный брендинг

История по-голландски

Джекко Столкер



Что, если вашу страну видят такой?



Но вы хотите, чтобы вас видели так:



I amsterdam.®

**Тогда у нас есть только одно
решение:**

Территориальный брендинг

Топ-20 сильнейших национальных брендов

The Top 20 Most Valuable Nation Brands

01 2011 RANK: 1 \$14,641B ▲19% RATING: AA UNITED STATES		11 2011 RANK: 11 \$1,058B ▲84% RATING: A- RUSSIA	
02 2011 RANK: 3 \$4,847B ▲61% RATING: A+ CHINA		12 2011 RANK: 14 \$962B ▲42% RATING: AA AUSTRALIA	
03 2011 RANK: 2 \$3,903B ▲27% RATING: AA GERMANY		13 2011 RANK: 13 \$908B ▼25% RATING: A SPAIN	
04 2011 RANK: 4 \$2,552B ▲30% RATING: AA- JAPAN		14 2011 RANK: 17 \$885B ▲61% RATING: AA SWITZERLAND	
05 2011 RANK: 5 \$2,189B ▲18% RATING: AA UNITED KINGDOM		15 2011 RANK: 12 \$872B ▲9% RATING: AA NETHERLANDS	
06 2011 RANK: 6 \$1,963B ▲7% RATING: AA- FRANCE		16 2011 RANK: 15 \$767B ▲14% RATING: A MEXICO	
07 2011 RANK: 8 \$1,611B ▲28% RATING: AA CANADA		17 2011 RANK: 18 \$722B ▲26% RATING: A+ SOUTH KOREA	
08 2011 RANK: 10 \$1,376B ▲46% RATING: A BRAZIL		18 2011 RANK: 18 \$666B ▲48% RATING: AA SWEDEN	
09 2011 RANK: 9 \$1,247B ▲2% RATING: A INDIA		19 2011 RANK: 19 \$487B ▲33% RATING: A TURKEY	
10 2011 RANK: 7 \$1,104B ▼30% RATING: A ITALY		20 2011 RANK: 24 \$472B ▲75% RATING: A POLAND	

For full results see Appendix 1 or visit www.brandirectory.com



Нидерланды



Нидерланды занимают 6-е место среди сильнейших национальных брендов

	Nation Brand	Brand Rating 2012	BSI 2012	Investment 2012	Tourism 2012	Product 2012	Talent 2012
1	Singapore	AA	74	75	68	73	78
2	Switzerland	AA	74	74	68	72	79
3	United States	AA	74	74	66	73	77
4	Germany	AA	73	72	70	73	72
5	Sweden	AA	72	74	63	71	78
6	Netherlands	AA	71	69	66	70	76
7	Canada	AA	70	70	67	68	77
8	Australia	AA	70	69	72	67	75
9	United Kingdom	AA	70	69	68	67	73
10	Hong Kong	AA	69	70	64	67	70



В чем секрет?

- ДНК голландцев (наследственность)
 - Креативность: Амстердам является творческой столицей Европы
 - Высокий уровень образования населения: Нидерланды занимают 7 место в мире по чтению, математике и науке
 - Голландская продукция высоко ценится во всем мире : Philips, Heineken, Royal Dutch Shell, Viktor & Rolf, Marlies Dekkers, G-Star, Mexx, Gsus and Scotch & Soda
 - Роттердам является третьим по величине портом мира
 - Адаптация к другим культурам
 - Ведущие в технологии
 - Больше?

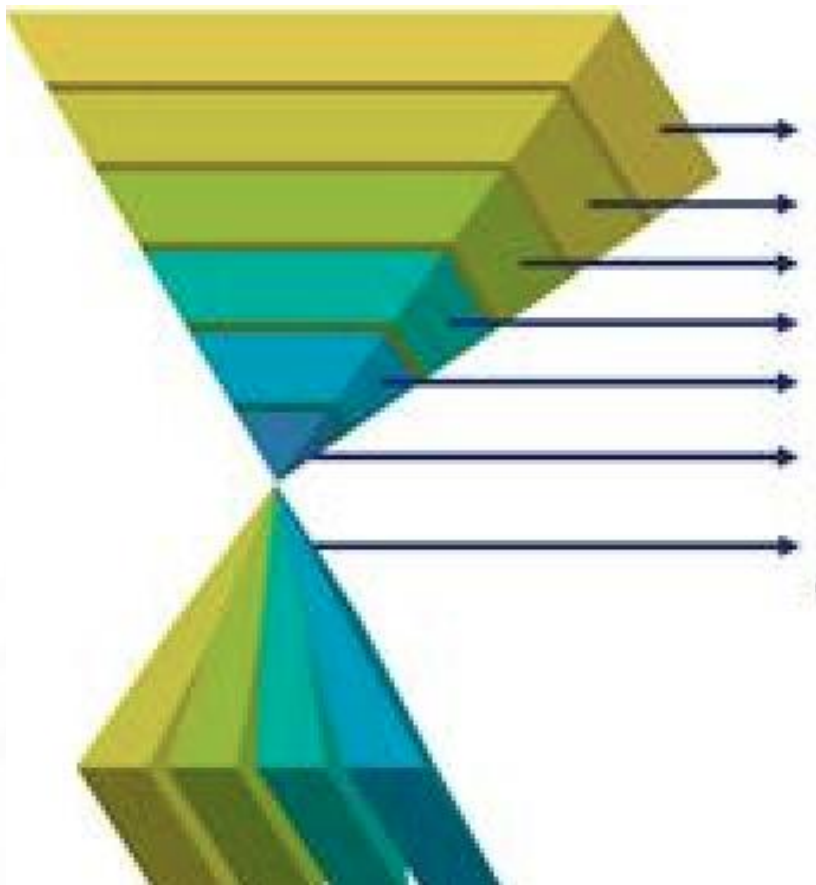


Как Нидерланды работают над территориальным брендингом

- Как термин и профессия, городской маркетинг был создан в Голландии в 80-х годах
- Вопросы первостепенной важности в повестке дня местных властей:
 - в городской маркетинг Гаага инвестирует в 8 млн евро
 - IAMSTERDAM
- Повышенное внимание к туризму
- Развитие инфраструктуры в самом широком смысле слова



Стратегия территориального брендинга



1. Определение цели
2. Разработка отличительных черт и назначений
3. SWOT-анализ
4. Определение целевой группы
5. История и ценности бренда
6. Разработка стратегии
7. Реализация



Правила территориального брендинга

- Разработайте действенную рекламную кампанию
 - Активно привлекайте ресурсы Web 2.0: Mobile, Augmented Reality и т.д.
 - Организуйте культурные мероприятия
 - Отслеживайте развитие ситуации и адаптируйте свою стратегию
 - Всегда помните о ваших ценностях!
-
- **Помните: Одно противозаконное действие может разрушить многое!!**