

CityBranding

Kentleri Markalaştırma Programı

www.referansnoktasi.com





Bir kent neden markalaşmaya çalışır?

- Tarih göstermiştir ki bazı kentler büyür, bazıları küçülür, bazıları da yok olur. Kentlerin kaderi ekonomik cazibeleriyle doğru orantılıdır. Ekonomik cazibeyi artırmak ise markalaşmadan geçiyor ve bu da şehrin ileri gelenlerinin sorumluluğundadır.
- Bir kent, ülkesindeki ve dünyadaki yatırımları, alıcıları ve turistleri kendisine çekmek için markalaşma faaliyetleri yürütür.
 - Bu amaçla yeryüzündeki binlerce kent birbiriyle rekabet halindedir.
 - Bazı kentler bu rekabetin farkındadır, bazıları değil.
- Kentinizde yaşayanlara daha yüksek yaşam kalitesi sunmak için dünyadaki tüm kentler ile rekabet içinde olduğunuzu bilmek, “Marka Kent” olma bilincinin ilk aşamasıdır.

“Rekabet sadece ürünler ve firmalar arasında gerçekleşmez. Ülkeler ve şehirler de birbirleriyle rekabet eder.”

Philip Kotler
Pazarlama Gurusu



Büyük şehir ile marka kent arasındaki fark nedir?

- Coğrafi olarak avantaja sahip her şehir kendi kaynaklarıyla büyümeyi başarabilir. Düzenli olarak nüfusu, kişi başı geliri artabilir. Kentsel dönüşümünü sağlayabilir. Pırıl pırıl sokakları, harika yapıları, tıkr tıkr çalışan kamu kuruluşları, şehrine aşık hemşerileri olabilir. Milyonluk şehir olabilir, ama bu onu markalaştırmaz.
- Kendi yağıyla kavrulan, içe kapanık şehirler Marka Kent olma iddiası taşıyamazlar.
 - Bir kent dışardan yatırımcı, alıcı ve turist çekmek için markalaşır.
 - Ne kadar büyük ve gelişmiş olursa olsun; dışardan yatırımcı, alıcı ve turist çekemiyorsa o kent için markalaşmış diyemeyiz.
- İçine kapanık şehirler zamanla boşalır, küçülür ve tarihten silinir.

Bazıları diyor ki...

“Marka kent Gaziantep, marka kent Maraş, Diyarbakır, Mardin, Şanlıurfa diyenlere sormak gerekiyor. Ne markası kardeşim? Önce doğru dürüst alt yapını bitir, trafiğin adam gibi aktığı caddelerin olsun. Kaldırım kenarlarında naylon poşet ve izmaritlerin değil, çiçek yapraklarının olduğu yaşam alanların olsun. İnsanlarını eğit ki marka şehri yarattığında onu yaşatacak vatandaşın olsun. Yoksa geçip milletin karşısına “ben markayım” demekle olmuyor... Eloğlu bunu öyle yapmıyor; her şeyini tamamladıktan sonra marka kent olmaya hak kazanıyor.”



Marka Kent olmak için ne gerekiyor.

- Şehrin gelişim planlarını tamamlamak, kentsel dönüşümünü sağlamak, Marka Kent olmak için yeter şart değildir.
- Marka Kent olmak için öncelikle kenti ve ili dışa açmanız gerekir.
 - Hemşeri olmayan yatırımcıları, alıcıları ve turistleri sürekli artan bir ivme ile şehre çekebilmeniz gerekir.
- Kentsel eksikliklerinize rağmen Marka Kent olabilirsiniz.



Yatırımcıların, Alıcıların ve Turistlerin İlgisi Nasıl Çekilir?

- Şehrinizi merak ettirerek. → Algısal Dönüşüm
Zihinsel Tatmin
- Keyifle yaşanılacak bir şehir ortamı yaratarak. → Kentsel Dönüşüm
Fiziksel Tatmin
- Şehre gelenlere misafirperver davranarak. → Kültürel Dönüşüm
Duygusal Tatmin
 - Şehre gelenlere kendi kültürünüzü dayatmakla değil, onların kültürlerine göre hizmet üreterek.
- Sanayi ve ticareti kolaylaştırarak ve kümeleyerek → Ekonomik Dönüşüm
Ekonomik Tatmin

CityBranding Nedir?



CityBranding Nedir?

- CityBranding, Referans Noktası'nın geliştirdiği kent markalaştırma programıdır.

- İl ve ilçelere sunduğumuz CityBranding programımız ile bizden hizmet alan kentin;
 - markalaşma süreçlerini belirliyoruz,
 - sürece katkısı olacak kişi ve kurumları belirliyoruz,
 - konumlandırmasını belirliyoruz.
 - konumlandırmaya katkısı olacak projeler geliştiriyoruz,
 - iletişim planı hazırlıyoruz,
 - tasarım uygulamaları gerçekleştiriyoruz.



CityBranding Programı

1. Ön görüşme
 2. Teklifleşme
 3. Sözleşme imzalama
 4. Kent hakkında ön araştırma.
 5. Kentin fikrini almak için "Panel + Sempozyum + Beyin Fırtınası"
 6. Kentin ve ilin özelliklerinin envanterini çıkarmak ve yerinde tespit
 7. Kent kurumlarını ve derneklerini ziyaret; "Görüş Alışverişi"
 8. Kent markası için konumlama belirlemek
 9. Kenti markalaştıracak projeler geliştirmek
 10. Projeleri teste tabi tutmak; Pre-Test (Kentte, Türkiye'de ve Dünyada araştırmalar)
 11. Projelerin elenmesi ve uygulanacak projelerin seçimi.
 12. Projeler uygulama planı.
 13. Kenti markalaştırma iletişim planı
 14. Planların şehir kurumlarına ve derneklerine sunumu
 15. İletişim mesajlarının ve tasarımlarının hazırlanması
 16. Projelerin, konumlandırmanın ve kampanyanın kamuoyuna lansmanı
 17. Markalaşma süreci danışmanlığı ve denetimi
1. Paket: 4, 5, 6, 7, 8
2. Paket: 9, 10, 11, 12
3. Paket: 13, 14, 15, 16
4. Paket: 17

CityBranding hakkında
bilgi edindiđiniz için
teşekkürler.