

УДК 339.138

РАЗРАБОТКА КОНЦЕПЦИИ PR-ПРОДВИЖЕНИЯ ГОРОДА МОГИЛЕВА

Д. А. САВИЦКАЯ, В. А. САФОНОВА
Научный руководитель Л. А. КЛИМОВА
Белорусско-Российский университет
Могилев, Беларусь

Для совершенствования имиджа, повышения лояльности граждан к городу и его достопримечательностям была разработана концепция PR-продвижения. Создание фирменного стиля позволит сделать процесс продвижения более эффективным и процесс взаимодействия с общественностью максимально легким.

Для успешного PR города и привлечения гостей нужны такие события, как фестивали, форумы, спортивные и культурные мероприятия, новые экскурсионные и туристические маршруты, а также создание уникальной айдентики, главным элементом которой является логотип города. Целевая аудитория города включает в себя три сегмента: местные жители, туристы и инвесторы разного возраста.

В данной работе был разработан логотип и все его возможные варианты, размеры, способы использования и цветовая гамма. Идея бренда заключается в букве «М», которая олицетворяет не только начало названия города, но и слоган концепции «#Мой Магілёў». В качестве главного символа в логотипе выступают две точки над буквой «М», которые представляют букву «Ё», как бы напоминая о том, что не следует забывать про эту букву в названии города. Стилистика логотипа города разработана в оттенках красного и зеленого. Эти цвета взаимодополняют друг друга и олицетворяют национальный флаг страны. Красный цвет, особенно яркий и насыщенный, всегда привлекает внимание. Это цвет молодости и стремления к приключениям. Зеленый цвет демонстрирует атмосферу спокойствия. Помимо этого, в дизайне присутствует орнамент, который обрамляет букву «М» по бокам.

Логотип будет представлен на остановках общественного транспорта и на нем самом, марках, печатных изделиях, сайте, открытках, брелоках и в качестве флагов при оформлении города.

Средствами маркетинговых коммуникаций, которые используются для продвижения города, выбраны такие рекламные носители, как деловая документация, сайт, сувениры, наружная реклама (билборд) и POS-материалы. Носители располагаются как в центре города, так и в общественных местах. Также для узнаваемости города как бренда были привлечены СМИ, которые будут привлекать внимание потребителей и конкурентов.

Таким образом, данная концепция PR-продвижения направлена на управление взаимоотношениями с потребителями и играет важную роль в популяризации бренда города, повышении лояльности граждан. Такое продвижение позволит более эффективно формировать любовь и приверженность к своему городу.