

Брендинг территории Геленджика и рекламные инструменты для продвижения нового образа региона

Разработала студентка ФГБОУ ВО
«Государственный университет
управления»
Сержан Анастасия



Как известный курортный город на Черноморском побережье, имеет высокий потенциал для развития туристической индустрии. Итогами 2023 года в области экономики стали: рост оборота розничной торговли на 14,9% к уровню прошлого года и составил 25,4 млрд руб.; рост среднемесячной заработной платы, который составил 14,9%, до 54,4 тыс. руб.; объем услуг курортно-туристического комплекса возрос на 35% к уровню прошлого года и составил 9 млрд руб., а уровень регистрируемой безработицы составил 0,2% к численности экономически активного населения.

Славится прекрасной погодой и теплым климатом, окружен Голубой бухтой, что является визитной карточкой города, привлекающая туристов как в летний, так и зимний сезон, насладится чистым, прохладным бризом от моря. Реликтовые пицундские сосны, находящиеся на территории, обладают лечебными свойствами и выживают даже в самых суровых условиях, цепляясь корнями за скалы и горы, что восхищает и показывает величественность этих хвойных растений.



Авторская разработка символики региона

Геленджик



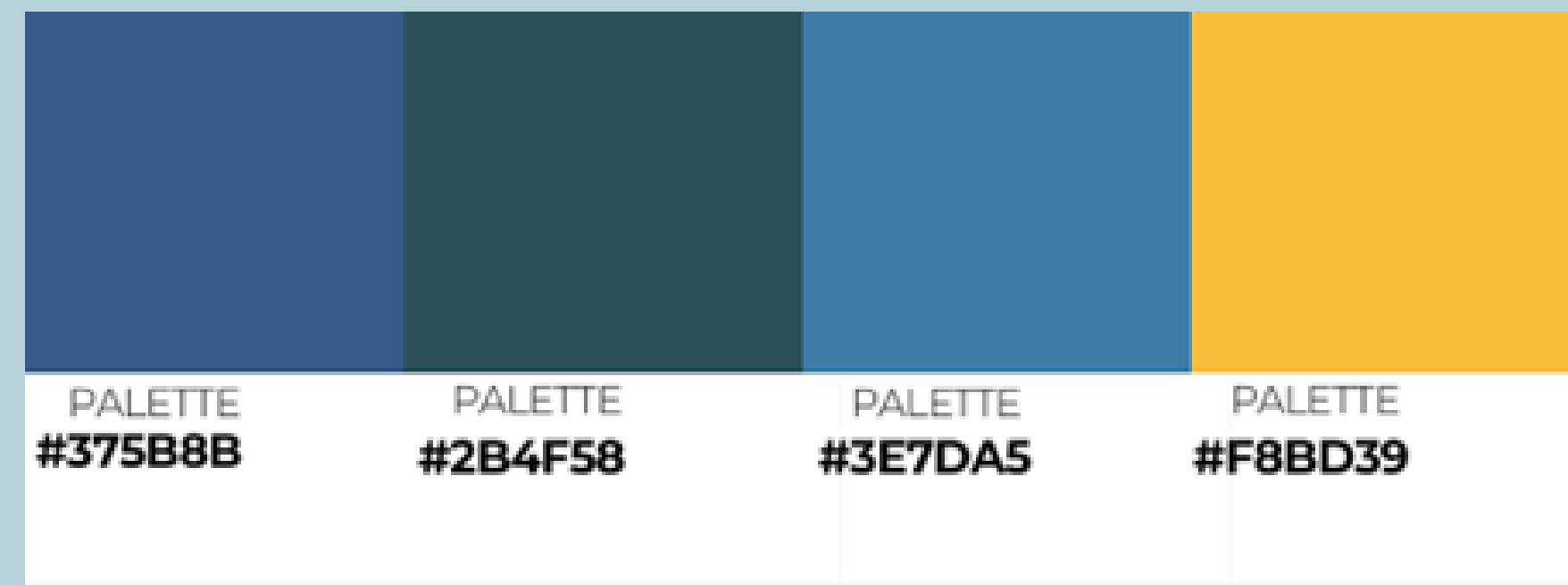
Сосновый вальс на скалистых берегах

Геленджик



Сосновый вальс на скалистых берегах

Были использованы следующие цвета для обновленного бренда. Все эти компоненты создают единый образ Геленджика, полюбившийся многим жителям и туристам.



Использование бренда

Изображение символа территории интегрировано в инфраструктуру города и публичные пространства, где символ в сочетании с пространством территории создает долгосрочную ассоциацию с брендом. Столбы с информационными указателями дополнены символом территории, которые показывают направление к улицам, зданиям, чтобы закрепить в сознании аудитории бренд, сделать запоминаемым и узнаваемым.



Концепция

Отраслевой направленностью креативной концепции является фармацевтика и косметология из сборов природы в Геленджике. В хуторе Джанхот есть бор реликтовой пицундской сосны, который обладает лечебными свойствами в 6 раз более активными, чем обычная сосна. Смола и эфирные масла, которые выделяются при нагревании на солнце из хвойных растений, используются в медицине, именно фармакологии. Идея заключается в строительстве в бору собственного производства, куда можно привлечь работников заниматься в сфере легкой промышленности. Задействовать местные природные материалы для местного производства ароматизаторов, солей для ванны, скрабов. Эти продукты будут использоваться в санаторных комплексах города для гигиены, в дерматологии, как бытовые средства. В последствии можно будет организовывать экскурсии на производство, создать музеи местного производства. На городских ярмарках и фестивалях будут представлены товары, которую смогут приобрести посетители.

Туристический слоган

*Геленджик – неиссякаемый источник
южного гостеприимства,
богатырского здоровья и вечной
молодости. Окунись в мир природной
красоты, гармонично
перекликающиеся с городской
инфраструктурой, где каждый миг
наполнен чистейшим горным и
морским воздухом. Наполнись
здоровьем здесь и сейчас!*



Разработанные рекламные варианты для продвижения

Сувенирная продукция часто остаётся у человека надолго, напоминая о бренде или мероприятии. Сувениры создают чувство принадлежности к событию и стимулируют дальнейшее взаимодействие с брендом, что особенно важно для привлечения и удержания клиентов. Также используется сити-лайты, панели-кронштейны и реклама на транспорте. Они привлекают внимание широкой аудитории и охватывают разные слои населения.



Спасибо за внимание!

