

Településfejlesztési Szövetség
Budapest, 2022. november 11.

Városból márkát?!
Mit vehetünk át a vállalati brandingből?
És mit ne vegyünk át?

Dr. Papp-Váry Árpád



A településekre, városokra
márkaként gondolnak az emberek?

Brand

A man with dark hair is looking upwards with a thoughtful expression. The background is a dark chalkboard filled with white, hand-drawn question marks and the word 'Brand' in a large, bold, chalk-like font. A grey rectangular box is overlaid on the right side of the image, containing text in a sans-serif font.

**A márka az eredmény.
A márkázás (márkaépítés)
pedig a folyamat.**

Brand

VÁROS, TELEPÜLÉS
(objektív valóság)

VÁROSMÁRKÁZÁS
bizonyos jellemzők kiemelése
vagy megteremtése és azok
konzisztens kommunikációja

EGYÉB ELEMÉK
a befogadók érzékelésében

VÁROSMÁRKA
az emberek érzései,
gondolatai, tapasztalatai
az adott városról

Ha jó a városmárka, akkor nő ...

- A turisták száma és az általuk elköltött összeg
- A tőkebefektetők, vállalkozások száma, munkahelyek és adóbevételek
- A helyiek identitása, büszkesége, elégedettsége, kötődése, a lokálpatriotizmus
- Potenciális új lakosok érdeklődése, száma, minősége
- A településen gyártott termékek népszerűsége, kereslete
- A településre vonzott rendezvények, események száma és minősége
- A város országos publicitása
- Összességében a település versenyképessége
- A jólét és jóllét
- A polgármester és az önkormányzat hitelessége, népszerűsége

PAPP-VÁRY ÁRPÁD

MENÜ

- FŐOLDAL / KÖNYVEIM / MÁRKÁZÁS (BRANDING) / SZEMÉLYES MÁRKÁZÁS ////////////////
- ORSZÁGMÁRKÁZÁS / **VÁROSMÁRKÁZÁS** / GERILLAMARKETING ////////////////
- PRODUCT PLACEMENT / SPORTMARKETING / EGYÉB REKLÁM ÉS MARKETING ///////
- KÖNYVAJÁNLÓ / ARTICLES IN ENGLISH / KAPCSOLAT ÉS SAJTÓ ////////////////



HOGYAN LESZ A TELEPÜLÉSÉBŐL MÁRKA?

A városmárkázás alapjai

■ DR. PAPP-VÁRY ÁRPÁD

Melyik polgármester ne szeretné, ha települése vonzóbb lenne a turisták számára?

Ha növekedne a befektetők, vállalkozások száma és így az adóbevételek?

Ha népszerűbbé válnának a településen termesztett és gyártott termékek?

Ha szívesen költöznének ide máshonnan, dolgoznának, tanulnának a településen?

De legfőképp: ha a helyiek, a városban élők elégedettebbek lennének, büszkébbek városukra, erősödne az identitásuk?

**NÉHÁNY PÉLDA, HOGY
MIT VEGYÜNK ÁT
A VÁLLALATI BRANDINGBŐL?**

Piackutatás







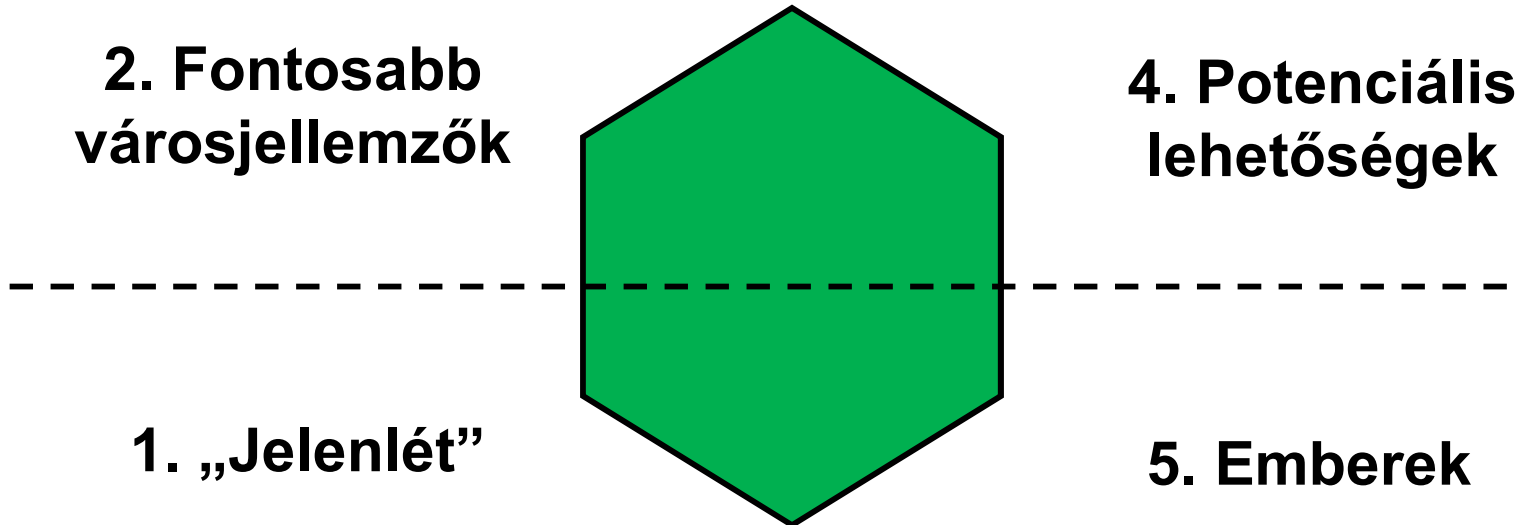


Objektívőbb

**3. Lakhatási, letelepedési
előfeltételek**

**2. Fontosabb
városjellemezők**

**4. Potenciális
lehetőségek**

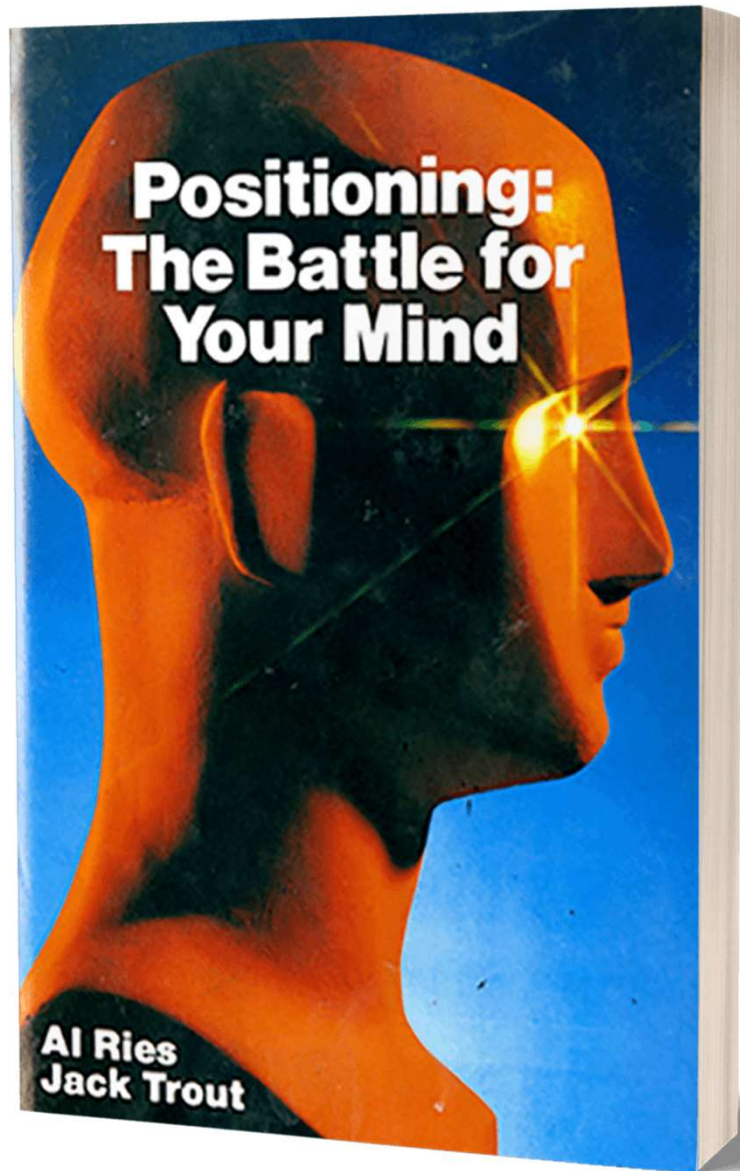


1. „Jelenlét”

5. Emberek

6. Városi élet, pezsgés

Szubjektívőbb



Pozicionálás

BMW Driving	LEXUS Luxury	MERCEDES Prestige
SCION Youth	TOYOTA Reliability	VOLVO Safety





NHK NEWS CLIP

We, Yubari declare to be a city of peaceful couple.



NHK NEWS CLIP



NHK NEWS CLIP



YUBARI CITY CAMPAIGN

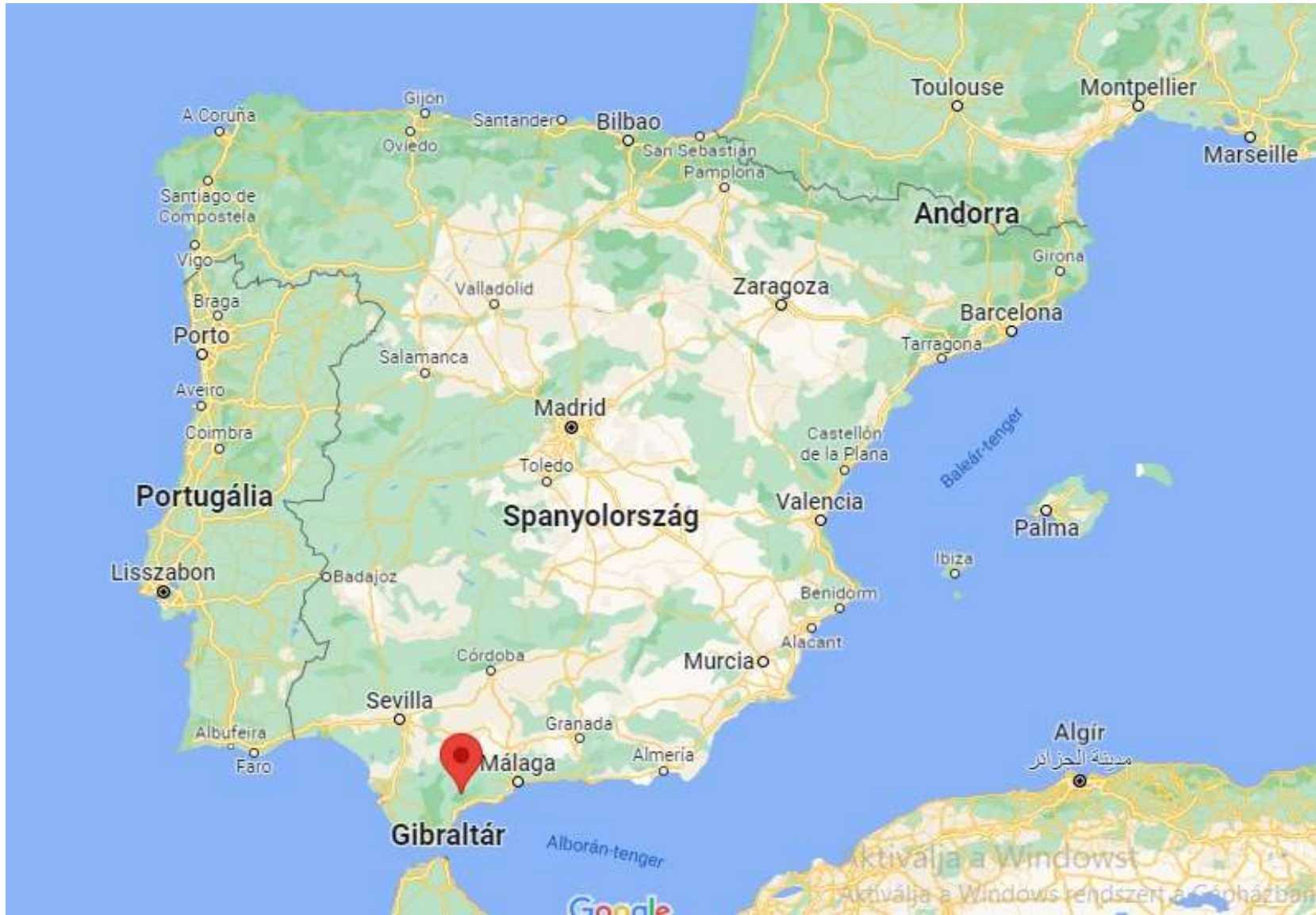
NO MONEY BUT LOVE.

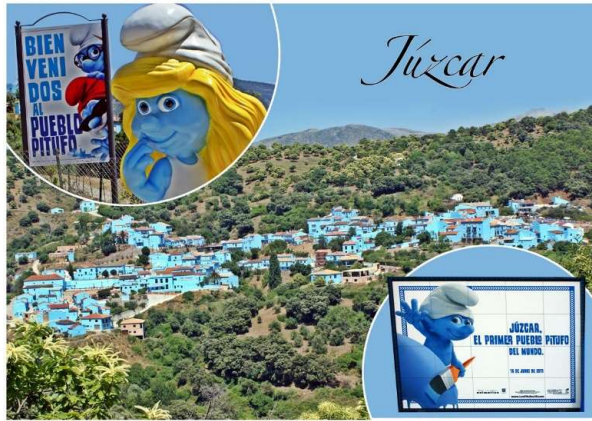
Background: With a debt of **\$353 million**, Yubari City, Japan, was bankrupt.

Challenge: Promote Yubari, reenergize its' citizens, and help erase the debt.

Idea: Yubari has the lowest divorce rate in Japan so we created the idea, "Yubari, no money but love". In expanding this idea we created a loveable, yet ironic character called "Yubari Fusai". "Fusai" means both "debt" and "spouse" in Japanese. Then we collaborated with the City government to create revenue-generating schemes positioning the city as a destination for happy couples.

Results: **\$1.5 million** generated in unpaid media + Tourism up 10% year-on-year + **\$31 million** generated towards alleviating the city's debt.





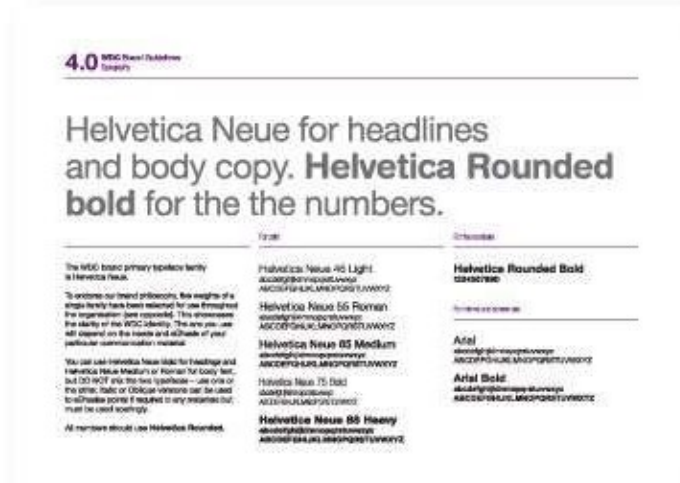
Stratégiai tervezés

STRATEGIC PLANNING

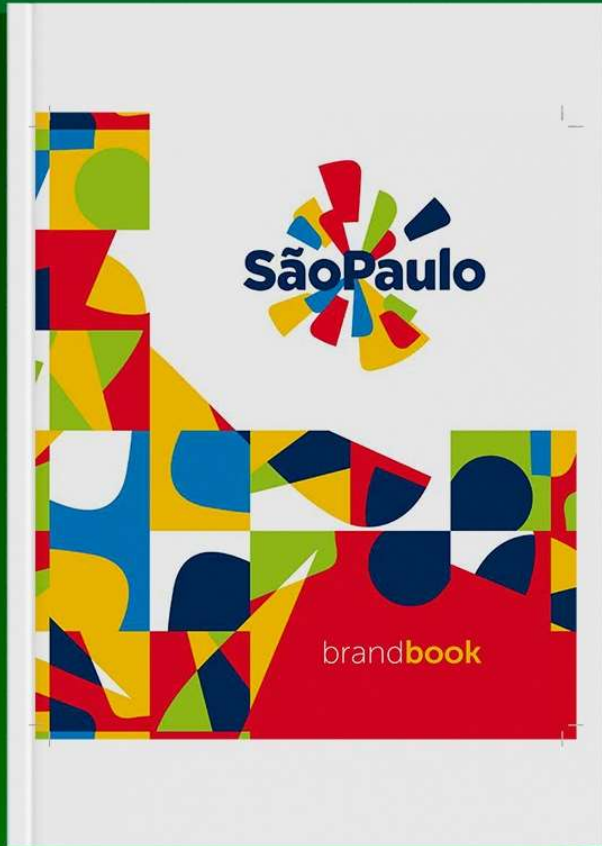


8-lépcsős modell

- 1) Felvezetés, a városmárkázás céljainak tisztázása**
- 2) Városmárka munkacsoport felállítása**
- 3) Városmárka felmérése és helyzetelemzése**
- 4) A városmárka stratégia központi ötlete**
- 5) A központi ötlet beépülése a kínálatfejlesztésbe**
- 6) A központi ötlet beépülése a kommunikációba:
egységes vizuális és verbális arculat megteremtése**
- 7) Integrált marketingkommunikációs mix használata**
- 8) Rendszeres monitoring, értékelés, visszacsatolás**



Arculati kézikönyv, egységes kommunikáció





Szólok

ITT KEZDŐDIK A BALATON



Szólok

ITT KEZDŐDIK A BALATON

ARCULATI KÉZIKÖNYV

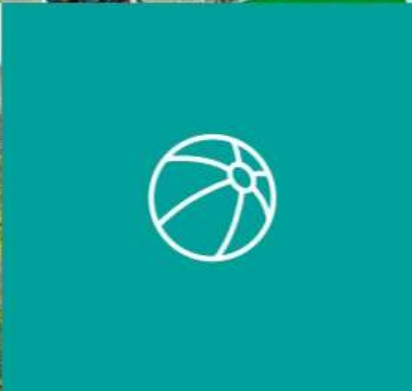
Ferling

FERLING Kft. | 2017



Bevezetés



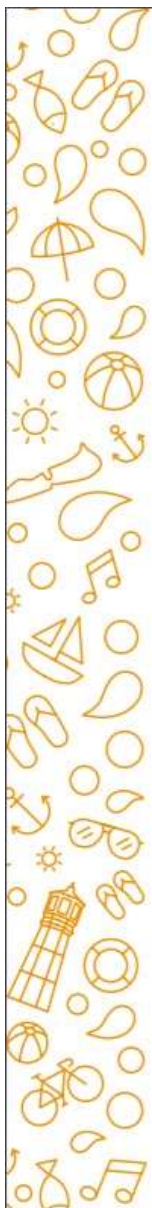


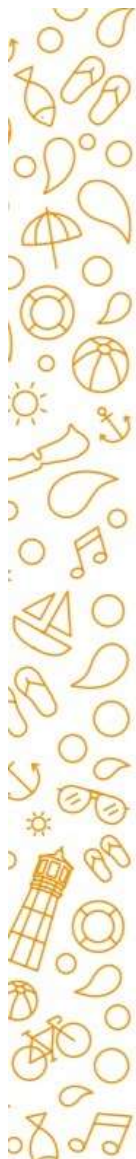
GRAFIKAI ALAPELEMÉK | LOGOTÍPIA SZÍNVÁLTOZATAI



● CMYK: 78,32,15,2
RGB: 41,138,183
PANTONE 7461C
#288ab6

● CMYK: 0,0,0,100
RGB: 0,0,0
PANTONE Black C
#000000





GRAFIKAI ALAPELEMEK | ARCULATI VEZÉRSZÍNEK

A felhasznált színek igazodhatnak évszakokhoz, valamint meghatározott témákhoz is.

ÉVSZAK SZERINT

TAVASZ



CMYK: 0,57,97,0
RGB: 243,146,7
PANTONE 151C
#f39206



CMYK: 0,80,95,0
RGB: 233,78,27
PANTONE 179C
#e84e1b



CMYK: 0,95,20,0
RGB: 231,29,114
PANTONE 213C
#e61d72



CMYK: 50,0,100,0
RGB: 149,193,31
PANTONE 376C
#95c11e



CMYK: 80,10,45,0
RGB: 0,161,154
PANTONE 3275 C
#00a09a

NYÁR



CMYK: 0,80,95,0
RGB: 233,78,27
PANTONE 179C
#e84e1b



CMYK: 0,100,85,0
RGB: 228,4,40
PANTONE 711 C
#e30327



CMYK: 70,0,100,0
RGB: 82,174,50
PANTONE 361C
#51ae32



CMYK: 85,50,0,0
RGB: 89,113,184
PANTONE 7455C
#1d70b7



CMYK: 35,100,35,10
RGB: 163,25,91
PANTONE 2415C
#a2195b

ŐSZ



CMYK: 0,57,97,0
RGB: 243,146,7
PANTONE 151C
#f39206



CMYK: 0,80,95,0
RGB: 233,78,27
PANTONE 179C
#e84e1b



CMYK: 0,100,85,0
RGB: 228,4,40
PANTONE 711 C
#e30327



CMYK: 50,0,100,0
RGB: 149,193,31
PANTONE 376C
#95c11e



CMYK: 100,87,22,6
RGB: 36,55,118
PANTONE 287C
#233775

TÉL



CMYK: 66,4,33,0
RGB: 79,182,181
PANTONE 7466C
#4fb6b5



CMYK: 80,10,45,0
RGB: 0,161,154
PANTONE 3275 C
#00a09a



CMYK: 100,0,0,0
RGB: 0,159,227
PANTONE Process Cyan
#009ee3



CMYK: 85,50,0,0
RGB: 89,113,184
PANTONE 7455C
#1d70b7



CMYK: 100,87,22,6
RGB: 36,55,118
PANTONE 287C
#233775



GRAFIKAI ALAPELEMEK | **ARCULATI VEZÉRSZÍNEK**

TÉMA SZERINT

VÁROS



CMYK: 100,87,22,6
RGB: 36,55,118
PANTONE 287C
#233775

TURISZTIKA



CMYK: 0,57,97,0
RGB: 243,146,7
PANTONE 151C
#f39206

KULTÚRA



CMYK: 0,80,95,0
RGB: 233,78,27
PANTONE 179C
#e84e1b

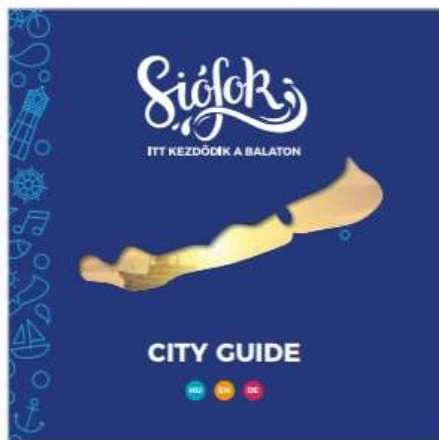
SZABADIDŐ



CMYK: 60,4,100,0
RGB: 120,179,43
PANTONE 369C
#78b32b



ARCULATHORDOZÓ ELEMÉK | **KIADVÁNYOK**



Siófok

ITT KEZDŐDIK A BALATON

< május 2017 > 01 02 03 04 05 06 07 08 09 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31



Feliratkozás a hírlevélre:

Keresett szó, kifejezés ...



TOURINFORM IRODA



A SIÓFOKI TOURINFORM IRODA MUNKATÁRSAI MAGYAR ÉS IDEGEN NYELVEN KÉSZSÉGGEL TÁJÉKOZTATJÁK ÖNT SZÁLLÁSHELYEKRŐL, ...

A SIÓFOKI FÜRDŐEGYLET-TURISZTIKAI EGYESÜLET AZ ÉV LEGJOBB KÖZÖSSÉGI MÉDIA



HAGYOMÁNYTEREMTŐ CÉLLAL INDÍTOTTA ÚTJÁRA A TURIZMUS.COM ÉS A FÉSZBUKER.HU A TOURISM SOCIAL MEDIA AWARDS (TSMa) VERSENYT, MELY A

ONLINE RENDEZVÉNYNAPTÁR 2017



ELKÉSZÜLT SIÓFOK 2017-ES ONLINE RENDEZVÉNYNAPTÁRA! SIÓFOK NEVE AZ ORSZÁG LEGNAGYOBB RÉSZÉNEK EGYET JELENT A FORRÓ ...

SZÉP KÁRTYA ELFOGADÓHELYEK SIÓFOKON



SZÉP KÁRTYA ELFOGADÓHELYEK SIÓFOKON - A SZÉCHENYI PIHENŐ KÁRTYA, AZAZ SZÉP KÁRTYA SZÁMOS HELYEN ÉS SZÉLES KÖRBE ...



ARCULATHORDOZÓ ELEMÉK | AJÁNDÉKTÁRGYAK

BÖGRE



KULACS





ARCULATHORDOZÓ ELEMÉK | AJÁNDÉKTÁRGYAK

NAPSZEMÜVEG



PÓLÓ





ARCULATHORDOZÓ ELEMÉK | AJÁNDÉKTÁRGYAK

STRANDTÁSKA





ARCULATHORDOZÓ ELEMEEK | AJÁNDÉKTÁRGYAK

TOLL



SAPKA



JÁTÉKKÁRTYA



STRANDLABDA

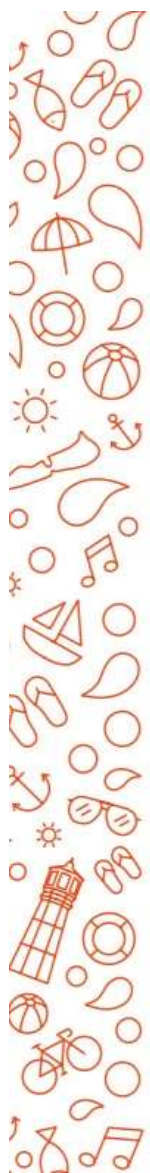


TÖRÖLKÖZŐ



Városi intézmények arculati koncepció





VÁROSI INTÉZMÉNYEK ARCULATI KONCEPCIÓ | **Logó**



SIÓFOK VÁROS
ÖNKORMÁNYZATA



SIÓFOKI TURISZTIKAI
EGYESÜLET



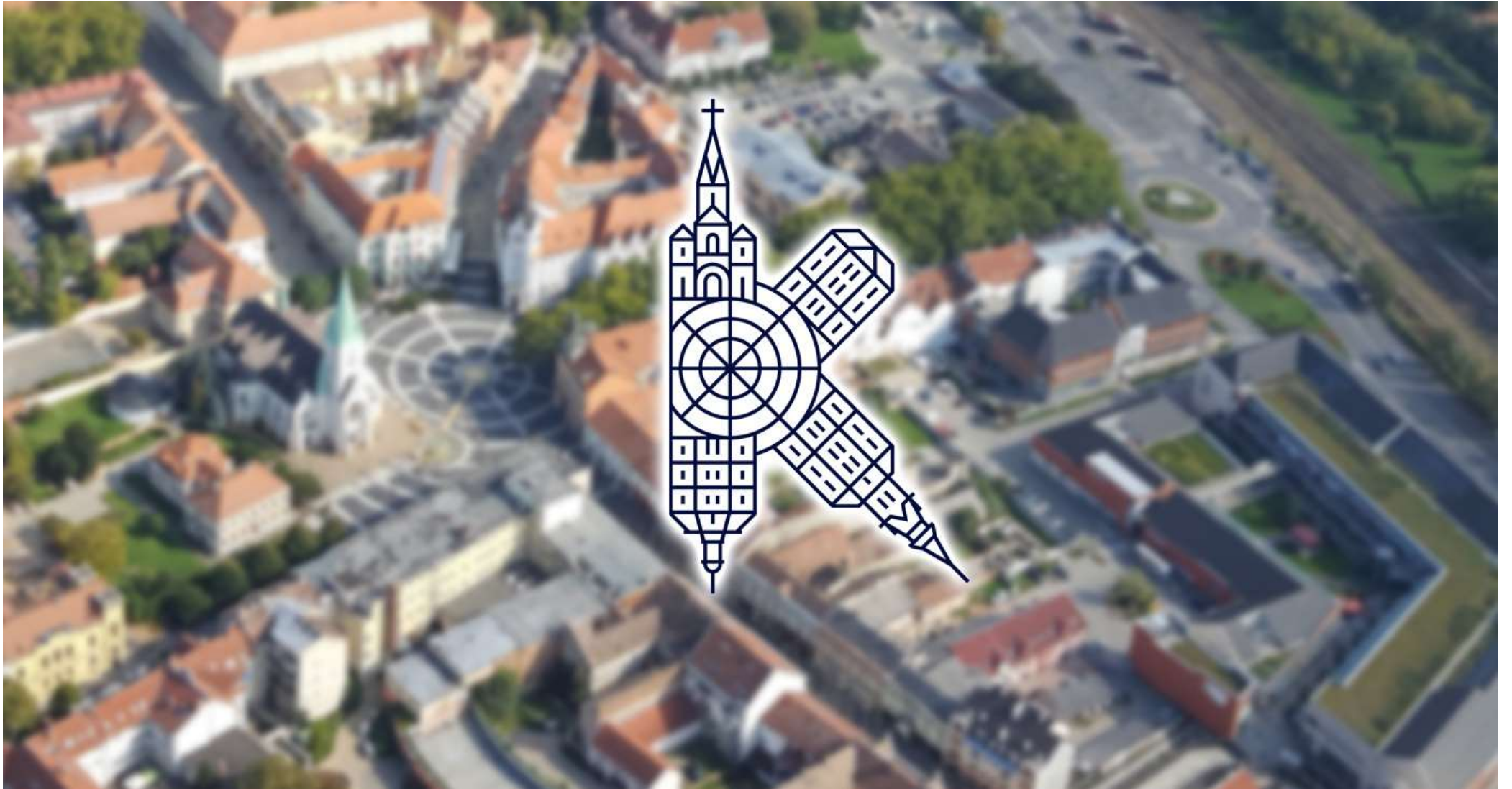
KÁLMÁN IMRE
KULTURÁLIS KÖZPONT



BALATONI REGIONÁLIS
TÖRTÉNETI KUTATÓINTÉZET KÖNYVTÁR
ÉS KÁLMÁN IMRE EMLÉKHÁZ

Szófok 50

ITT KEZDŐDIK A BALATON



KAPOSVÁR

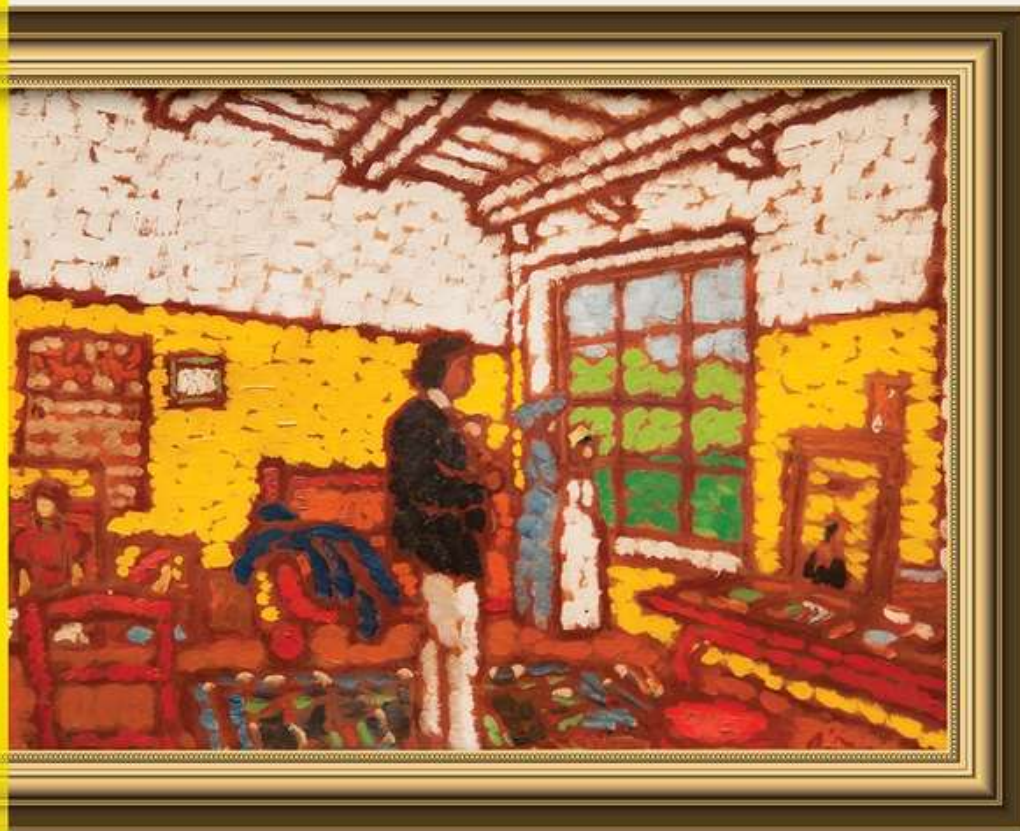


RIPPL-RÓNAI JÓZSEF

Kaposvári műterem

Rippl-Rónai Múzeum,
Kaposvár

KAPOSVÁR



GYÁL AZ INNOVATÍV
KERTVÁR•S

Elsődleges logó

GYÁL AZ INNOVATÍV
KERTVÁR•S

Másodlagos logó



Színes ill. monokróm változatok



A logó felhasználása nagyon fontos momentuma az egységes arculat kialakításának. Meghatározott variánsainak ideális használata játékoságot kölcsönöz a folyamatosan változó környezetben.

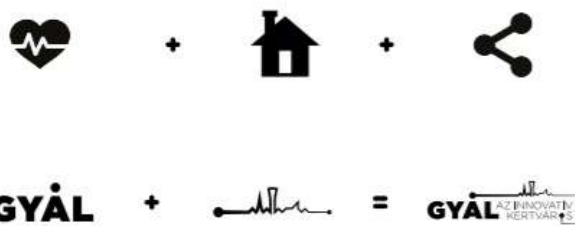
Általánosságban az elsődleges logót ajánlott használni, de ha ismétlődő jelenléte túl nyomasztóvá válna, akkor a másodlagos logók, színesíthetik az adott elemet. Ezek a variációk színben is illetve monokróm környezetben is használhatóak.

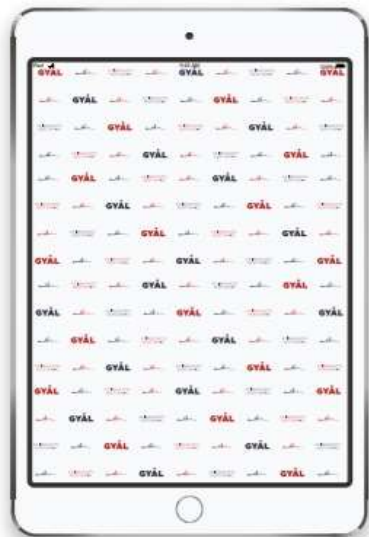
Gyál város címerét minden esetben homogén háttérre és önállóan szabad elhelyezni. Kiegészítésként a logót a súlyponttól távolabb az oldal alsó sarkában el lehet helyezni, de kizárólag fekete/fehér vagy monokróm változatban.

A logók variációi megtalálhatóak a **logo_gyal.ai** nevű fájlban.

A grafikai arculatnak a legmeghatározóbb eleme a logó, mely a város nevét és értékeit igyekszik magán hordozni. Gyál logója több aspektusból áll össze. Ezek a szimbólumok a város sajátosságai. Olyan fűszerei, melyek Gyál városát olyan zamatosá teszik:

- A közösség együtt dobbanó szive
- A város építészeti értékei által kialakult városképi sziluett
- A dinamikusan fejlődő ipari szféra
- Az innovatív gondolkodás







**MAGYAR
MARKETING
SZÖVETSÉG**



**VÁROSMARKETING
GYÉMÁNT DÍJ**

SIKERES KÖZÖSSÉGEK DÍJA

Négy kategória:

- **Rendezvény-esemény kategória (Event-marketing)**
- **Marketingkommunikációs megoldások és tartalom kategória**
- **Marketingstratégiai, márka és identitásépítési, arculati program**
- **Városfejlesztési, pályázati projektek marketingje**



VÁROSMARKETING GYÉMÁNT DÍJ

SIKERES KÖZÖSSÉGEK DÍJA



VÁROSMARKETING
DÍJ

TÉRKÉP 2021



- Nevezés
- Nem történt nevezés
- Marketingaktív Megye
- 🏠 Marketing Fővárosa
- 🔴 Többszörös Gyémánt Díjas
- ◇ Gyémánt Díjas
- 👑 Városmarketing nagykövete
- 🔴 Kisvárosi első



BUDAPEST



SZERBIA

COVID-marketing különdíj:

BUDAPEST FŐVÁROS II. KERÜLETI ÖNKORMÁNYZAT
MISKOLC MEGYEI JOGÚ VÁROS ÖNKORMÁNYZATA
SIÓFOK VÁROS ÖNKORMÁNYZATA
PANNON FILHARMONIKUSOK-PÉCS NKFT.
GÓDÖLLŐ VÁROS ÖNKORMÁNYZATA
BUDAPEST FŐVÁROS VI. KERÜLET
TEREZVÁROS ÖNKORMÁNYZATA

Fődíjak:

MARKETING FŐVÁROSA 2021: NYIREGYHÁZA
VÁROSMARKETING NAGYKÖVETE 2021: BUDAPEST II. KERÜLET
MARKETINGAKTÍV MEGYE 2021: SZABOLCS-SZATMÁR-BEREG MEGYE
KISVÁROSI ELSŐ: VÁSÁROSNAMÉNY
VÁROSMARKETING DÍJ GYÉMÁNT RANGLISTA
2015-2021 I. HELYEZETT: MISKOLC

NÉHÁNY PÉLDA, HOGY

MIT NE VEGYÜNK ÁT

A VÁLLALATI BRANDINGBŐL?



Örült versengés



0:01 / 1:20



Cooperation

330 741 megtekintés • 2013. máj. 2.

1 E NEM TETSIK MEGOSZTÁS MENTÉS ...

 said
376 feliratkozó

FELIRATKOZÁS



Copyrighted Material



COOPETITION

Winning Strategies
for the 21st Century



EDITED BY

Saïd Yami, Sandro Castaldo,
Giovanni Battista Dagnino
and Frédéric Le Roy

Copyrighted Material



**good,
gooder,
goodest.**

Miért építsünk közösen (régió)márkát?

- **Mert együtt vagyunk érdekesek
(Avagy külön-külön nem vagyunk azok.)**
- **Mert így nagyobb a kínálat a fogyasztónak, turistának**
- **Mert így több vendégéjszakát tölt itt, több pénzt költ el**
- **Mert településenként külön-külön nincs rá elég büdzsénk**
- **Mert megkönnyíti a marketinget**

A szlogen mindenható erejében való hit



Good People  *Great Nation*

The logo for Nigeria features the word "Nigeria" in a stylized, rounded font. The letters are primarily green, with a red swoosh that starts under the 'i' and curves over the 'g' and 'e'. Below the word, the slogan "Good People Great Nation" is written in a smaller, red, sans-serif font.

Nigeria
Good People Great Nation



Reveal yo

The land of wond

Oasis on the Gr

Feel the friendsh

It's beautiful - it's Pakistan

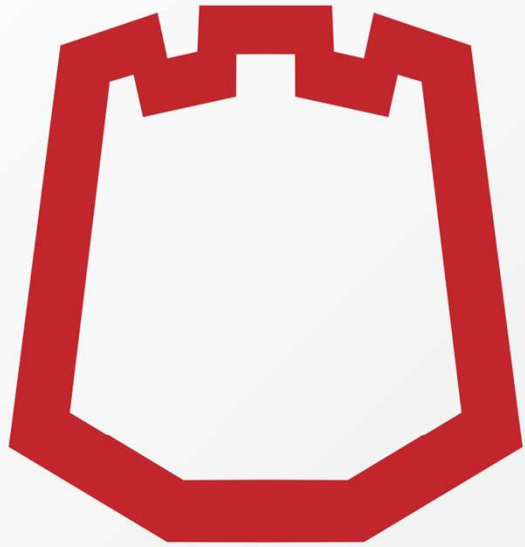
Incr

A szlogen mindenható erejében való hit



Túlzott komolyság

SERIOUS BUSINESS.



**CITY OF
VILNIUS**



 VILNIUS

Do you know where Vilnius is?

83 939 megtekintés • Premier dátuma: 2020. febr. 3.

 1,6 E

 23

 MEGOSZTÁS

 MENTÉS

...



A FŐ, HOGY CSINÁLNI KELL



JUST DO IT.

Településfejlesztési Szövetség
Budapest, 2022. november 11.

Köszönöm! Kérdések?

Dr. Papp-Váry Árpád



**KIHÍVÁSOK, AMIKKEL
ÉN TALÁLKOZOM**

- „Van rengeteg városfejlesztési dokumentumunk, mégse tudjuk, merre induljunk”
- „Annyi minden van a városunkban, de nem tudnak róla”
- „Nálunk aztán alig van nálunk valami”
- „Rengetegféle jó marketingaktivitást csinálunk, de nincs rendszere”
- „Annyi ötletünk van még, mit valósítsunk meg belőle?”
- „Nekünk nem hiszik el, hogy a márkázás/marketing fontos, Neked talán igen”
- „Be kellene vonni egy csomó érintettet még.”
- „Borzalmas a sajtónk – az országos, de még a városi is.”
- „Lett egy új logónk, de mi legyen a címerrel?”
- „Van egy szlogenünk, de senki nem ismeri.”
- „Városmarketing osztályt hozunk létre, városi céget alapítsunk, vagy külső ügynökséggel dolgozzunk?”
- „Rá akarjuk venni a helyieket, hogy megosszák a tartalmainkat, de még a fiatalok sem osztják meg”