



2 НОЯБРЯ 2022
 САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
 PARK INN ПРИБАЛТИЙСКАЯ

II ЕЖЕГОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ «МАРКЕТИНГ ТЕРРИТОРИЙ»

В РАМКАХ ТРЕТЬЕГО ДНЯ РАБОТЫ ФОРУМА СТРАТЕГОВ

Алгоритмы территориального развития: стратегии и маркетинг

Проект программы*

09:00 - 10:00	Регистрация участников. Приветственный кофе-брейк
10:00 – 12:00	<p>Сессия 1. Стратегия – маркетинг – продукт – население: синхронизация механизмов клиентоцентричности для развития и процветания</p> <p>К основным факторам удовлетворенности качеством жизни, которые в первую очередь зависят от усилий региональных властей, относятся клиентоориентированный подход при оказании государственных услуг и вовлеченность потребителей в решение проблем. Причем речь идет не только и не столько о технологической стороне вопроса, которой зачастую ограничиваются, сколько о синхронизации всех механизмов и решении системных проблем в регионах в соответствии со стратегиями их социально-экономического развития. При этом механизмом реализации таких стратегий выступает территориальный маркетинг, который, в свою очередь, должен рассматриваться как принципиально клиентоцентричный подход, обладающий собственным инструментарием и оптикой видения территории.</p> <p>Ключевые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Что является ключевым условием для субъективного счастья человека? Как измерить и улучшить его уровень? • Какие инструменты позволят управленческим командам получать наиболее полную обратную связь от населения? • Как правильно организованная маркетинговая среда содействует развитию предпринимательства и туризма? • Лучшие практики усовершенствования оказания услуг • Позволит ли новый национальный рейтинг научно-технологического развития регионов повысить инвестиционной привлекательности научной отрасли на региональном уровне? <p>Организаторы сессии: <i>Комитет по развитию туризма Санкт-Петербурга, СПб ГБУ «Конгрессно-выставочное бюро»</i></p>

	<p>Модератор — Слава Ходько, советник по методическому обеспечению конгрессно-выставочной деятельности Фонда Росконгресс</p> <p>Спикеры:</p> <p>Сагид Заремуков, директор Ассоциации «НКБ»</p> <p>Ирина Карелина, генеральный директор ЗАО МЦСЭИ «Леонтьевский центр»</p> <p>Владимир Катенев, президент Союза «Санкт-Петербургская торгово-промышленная палата»</p> <p>Сергей Корнеев, председатель Комитета по развитию туризма Санкт-Петербурга</p> <p>Татьяна Сачук, заведующий кафедрой экономики и финансов Карельского филиала РАНХиГС</p> <p>Николай Тойвонен, проректор по стратегическому развитию СПбГЭУ</p> <p>Александр Ходачек, президент НИУ ВШЭ – Санкт-Петербург</p> <p>Алексей Яковлев, заместитель председателя Комитета по промышленной политике инновациям и торговле Санкт-Петербурга <i>(приглашен)</i></p>
12:00 - 12:30	Кофе-брейк
12:30 – 14:30	<p>Сессия 2. Узнай, полюби и гордись территорией. Брендинг и имидж</p> <p>Организаторы сессии: <i>Комитет по развитию туризма Санкт-Петербурга, СПб ГБУ «Конгрессно-выставочное бюро»</i></p> <p>Бренд города – это не просто его логотип и слоган. Бренд города складывается из массы разных деталей: комфорт для жизни, человеческое отношение, интересный досуг, история, архитектура, культурная жизнь и многое другое. Бренд города – это целая философия.</p> <p>Первостепенная задача территориального брендинга заключается в выявлении четкой визуальной идентификации территории из представлений местных жителей, туристов, инвесторов и других целевых групп. Бренд города должен отражать его характер, идентичность. Это такая «упаковка» территории, которая привлечет внимание к местности, позволит ее понять, запомнить полюбить и эмоционально привязаться. Причем речь идет не только о привлечении туристов и инвесторов. Это также история про то, как удержать людей в городе и сделать их жизнь комфортнее.</p> <p>Ключевые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Как создать и измерить добавленную ценность территории? • Стихийный брендинг территорий • Зачем бренды небольшим городам? • Лучшие кейсы айдентики города • Что делать, если бренд не работает? Управление брендами

Организация эффективного Амбассадора бренда

- Мультибренды: как объединить туристический и инвестиционный бренд города

Модератор — **Наталья Белякова**, старший научный сотрудник Центра территориального развития РАНХиГС, партнер Центра стратегического консалтинга

Спикеры:

Андрей Баранников, генеральный директор SPN Communications

Дмитрий Гавра, заведующий кафедрой связей с общественность в бизнесе Санкт-Петербургского государственного университета

Алексей Калачев, генеральный директор ООО «Международный центр совместных инициатив» (*приглашен*)

Ксения Логинова, партнер брендингового агентства ENDY

Владимир Томко, директор по развитию брендингового агентства «Мелехов и Филюрин»

Слава Ходько, советник по методическому обеспечению конгрессно-выставочной деятельности Фонда Росконгресс

Елена Юферева, генеральный директор Brandson Branding Agency (TSN)