

Kazincbarcika térségárculati koncepció

HELLO WOOD
2013. 05. 15.



Hogyan épül fel a koncepció

HELYZETFELMÉRÉS



ESETTANULMÁNYOK

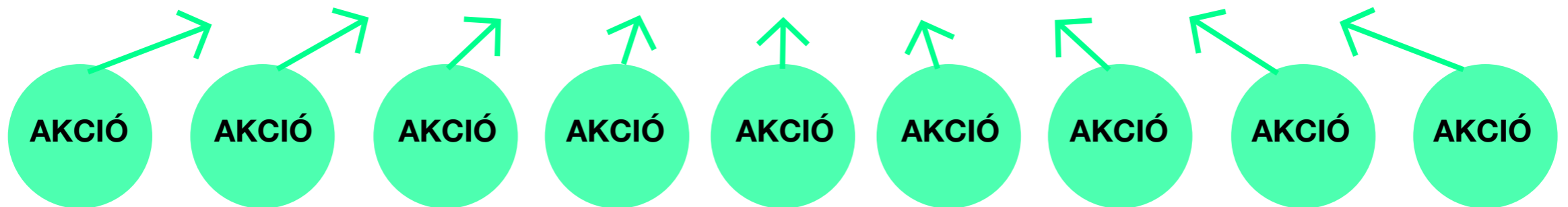


MÁRKAÉPÍTÉSI
SZEMPONTOK



TÉRSÉGARCULATI KONCEPCIÓ

MÁRKAPIRAMIS



HELYZETFELMÉRÉS



HELYZETFELMÉRÉS - INPUT

Ebből dolgoztunk

Városbemutató

IVS

Kazincbarcika és vonzáskörzetének munkahelyteremtő fejlesztése - Programdokumentum

Imázs javítás és üzleti környezet fejlesztése a Kazincbarcikai kistérségében

Interjúk

Desk research



HELYZETFELMÉRÉS - OUTPUT

Erre jutottunk

1. örökség

- ipari tevékenység, több évszázadra visszamenőleg
- természeti adottságok
- modern városépítészet

2. társadalmi, gazdasági alapok

- munkanélküliség
- egészségi állapot
- demográfia, elvándorlás
- cégek és idegenforgalom a térségben

3. kulturális helyzet

- regionális tudásközpont
- sport - kultúra - társadalmi kapcsolatok integrációjának előnye
- intellektuális központ öröksége
- művészeti iskolák, beágyazatlanság



HELYZETFELMÉRÉS - SWOT

Erősségek - Kazincbarcika

természeti környezet
régió ipartörténete, hagyományai
modern városszerkezet, városépítészet
alacsony árak
aktív sportélet

Lehetőségek - Kazincbarcika

egészséges életmód
társégi partnerségek
cégek jelenléte
infokommunikációs, művészeti
képzések
helyi termelés?
kísérletező fejlesztés forrásai adottak
könnyen cáfolható sztereotípiák

Erősségek - Stratégia

tematikusan sokszínű
több léptékben gondolkodik
régióban és partnerségekben gondolkodik
gazdaság és kultúra közös fejlesztése

Lehetőségek - Stratégia

jól működő akcióterületek (1-7.)
rendelkezésre álló forrás
további tematikus alakíthatóság
skálázhatóság, folytathatóság
márkaépítés tartalomra alapozva

HELYZETFELMÉRÉS - SWOT

Gyenge pontok - Kazincbarcika

sztereotípiák “ipari város” “szocialista város”
lakosság képzettsége, munkalehetőségei
problémás megközelíthetőség (Miskolc után)
pénzhiány
kultúra és szolgáltatások hiánya (vonzerő)

Veszélyek - Kazincbarcika

demográfiai trendek
(öregedés, elvándorlás)
cégek nem fognak jönni
környék városai és projektjei
erősebbek (miskolc, élmények völgye)
fesztiválok provinciálisak maradnak
fókusz nélküli fejlesztések

Gyenge pontok - Stratégia

nincs tematikus fókusz, érthető üzenet
programelemek és helyi adottságok
nem mindig kapcsolódnak
kulturális programok tartalma kérdéses

Veszélyek - Stratégia

célcsoport eltévesztése
részbeni megvalósulás
követhető, tervezett monitoring hiánya
(stratégiai és kommunikációs
szempontok)
helyi lakosság részvételének elmaradása
gazdasági fenntarthatóság hiánya

ESETTANULMÁNYOK



ESETTANULMÁNYOK MIT VIZSGÁLTUNK?

Hasonló helyzetben levő, hasonló megoldásokat alkalmazó városokat és programokat





FESZTIVÁLOK, STRATÉGIAI MÁRKAÉPÍTŐ PROGRAMOK

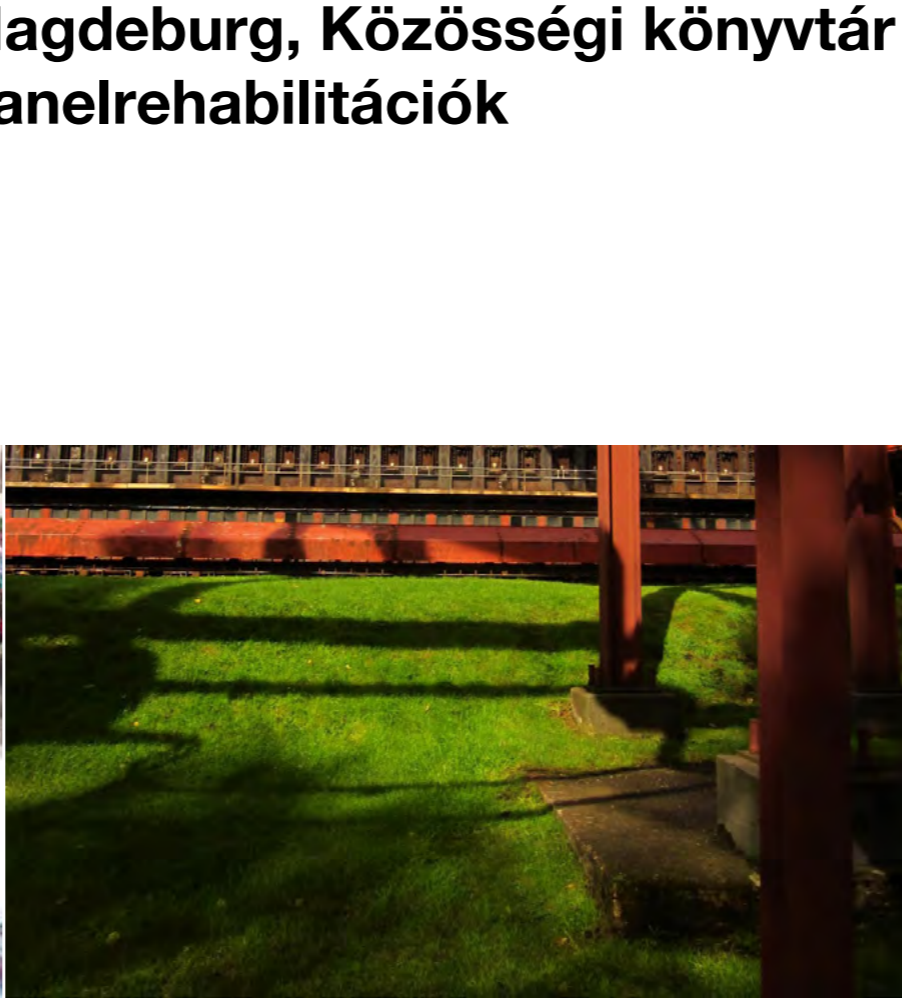
Münster, Skulptur Projekte /
Linz, Ars Electronica /
Kassel, Documenta /
Vevey, Images Festival des Arts Visuels

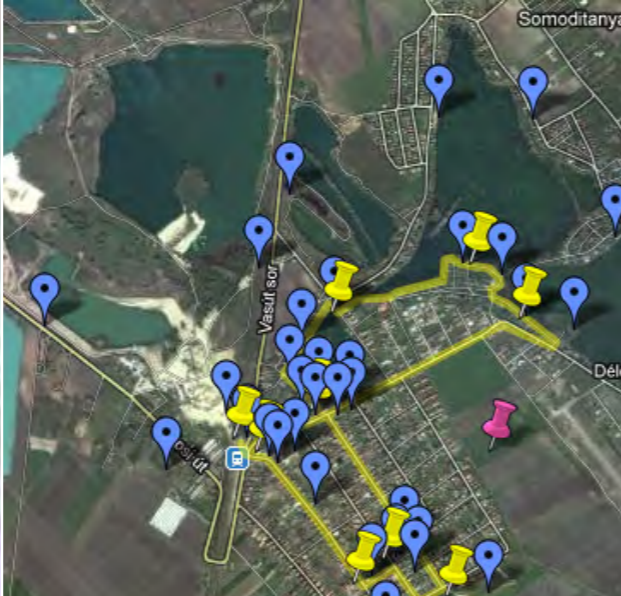




REHABILITÁCIÓS FEJLESZTÉSEK

Ruhr-vidék, Emscher Park /
Magdeburg, Közösségi könyvtár /
Panelrehabilitációk





KÖZÖSSÉGI FEJLESZTÉSEK, PROGRAMOZOTT VÁROSI TEREK

Culburb - köztérfejlesztés művészeti és
közösségi eszközökkel
Közösségi kertek / Termelői és ellenőrzött
biopiacok / Kerékpáros központok



MIRE JUTOTTUNK?

Városmárkázási alapkoncepciók

- helyi erőforrások
- helyben és távol működő projektek
- fokozatosság és kísérletezés

Városmárka fesztiválok

- hosszú távú építkezés
- megfelelő infrastruktúra és szakmai vezetés

Városrehabilitációs fejlesztések

- holisztikus szemlélet
- kis léptékek és ideiglenesség meghonosítása
- nyitott városfejlesztés, bizalom felépítése



MÁRKAÉPÍTÉSI SZEMPONTOK



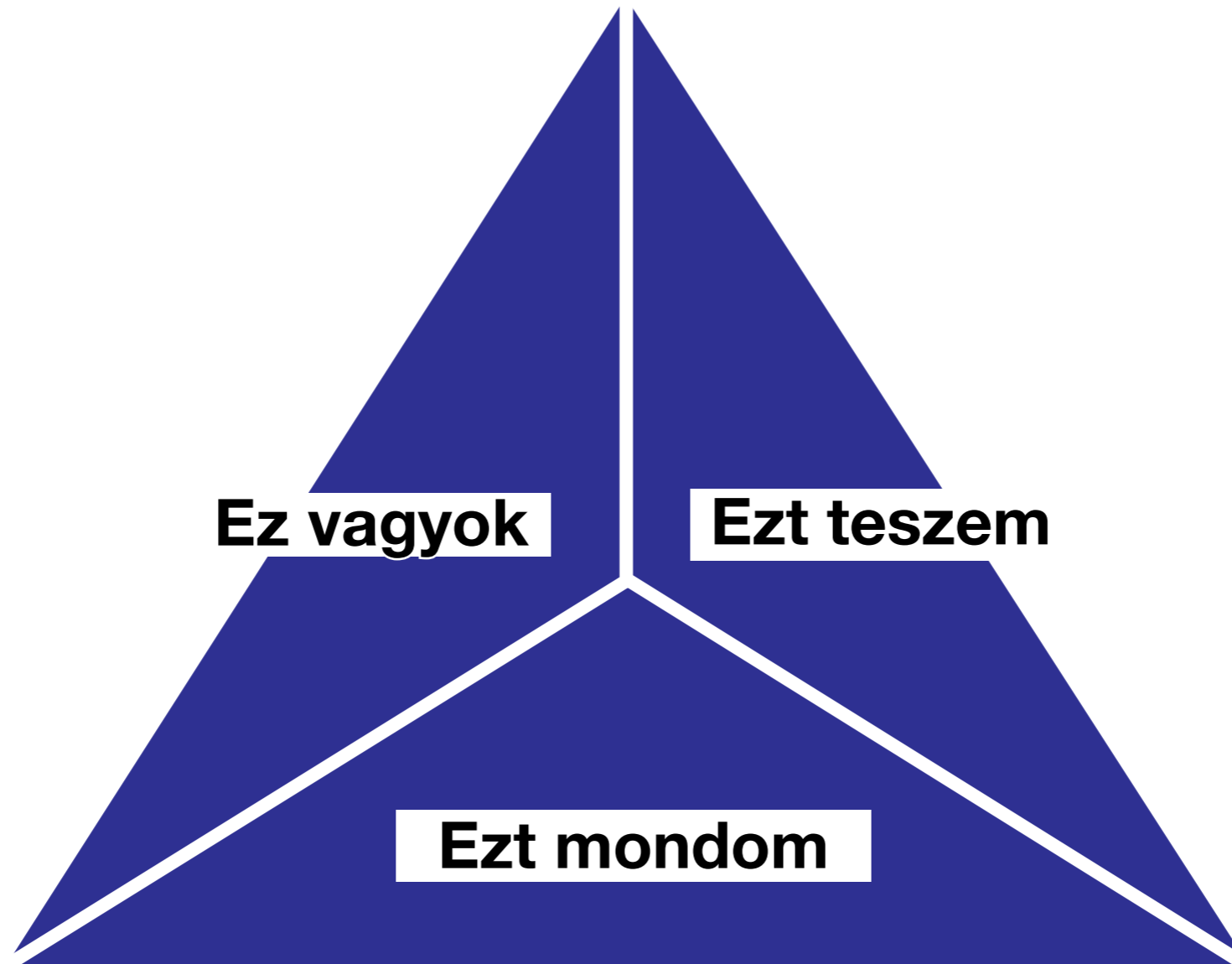
ONE BRAND STRATÉGIA

Ahhoz, hogy koherens, mindenki számára befogadható és érthető márkát képviseljen a város, egyetlen ötlet köré kell építenünk mindent.

A monobrand stratégia lényege, hogy a márka egyszerűen felismerhető, egyszerűen megérthető és egyszerű vele a kommunikáció.



MÁRKA MODELL



MÁRKA MODEL

„tisztá, virágos
város”
kultúrváros
élő
zöldövezetes
szellős

nyitott
befogadó
segítségnyújtó
fejlődő
lendületes
sportos

Ez vagyok

Ezt teszem

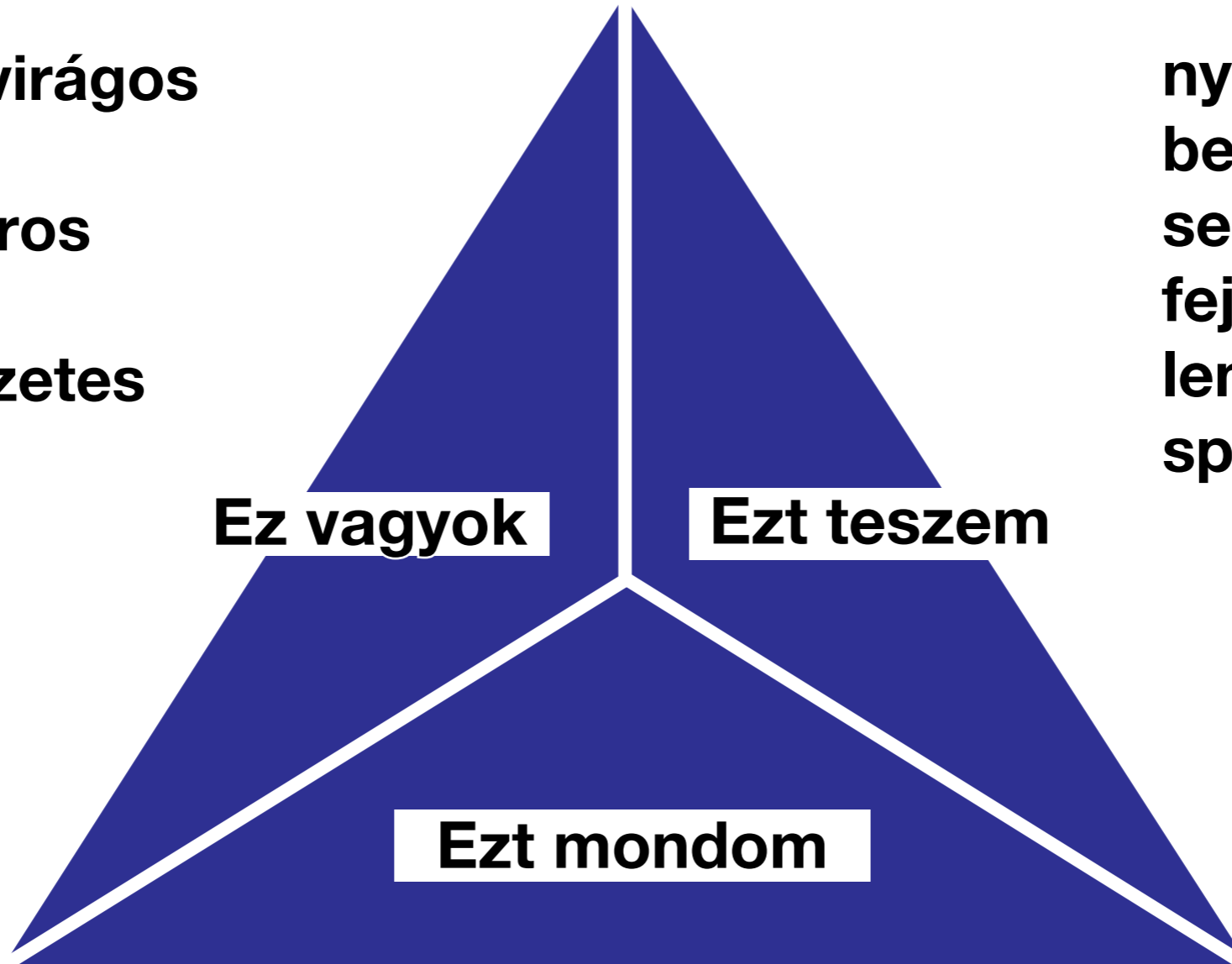
Ezt mondom



MÁRKA MODEL

„tisztá, virágos
város”
kultúrváros
élő
zöldövezetes
szellős

nyitott
befogadó
segítségnyújtó
fejlődő
lendületes
sportos



Én vagyok a lélegző város.





**Vagyis Kazincbarcika nem más, mint
A LÉLEGZŐ VÁROS.**



Mit jelent az, hogy lélegző város?

Kazincbarcika nem passzív résztvevője a területén történő eseményeknek, az itt élők és ide érkezők életének.

Helyette a város aktív életet él.

Saját, folyamatosan fejlődő személyisége van, melyre nyitottság, merészség és alkalmazkodóképesség jellemző.

Így biztosítja a kiegyensúlyozott és értékes időtöltés feltételeit.



MÁRKAÉPÍTÉS

Márka ígéret

A lélegző város

Inspiratív

Márka hang

Emberi

Természetes

Megkülönböztető
jegyek

Nyitott

Kontrasztos

Alkalmazkodó

Merész

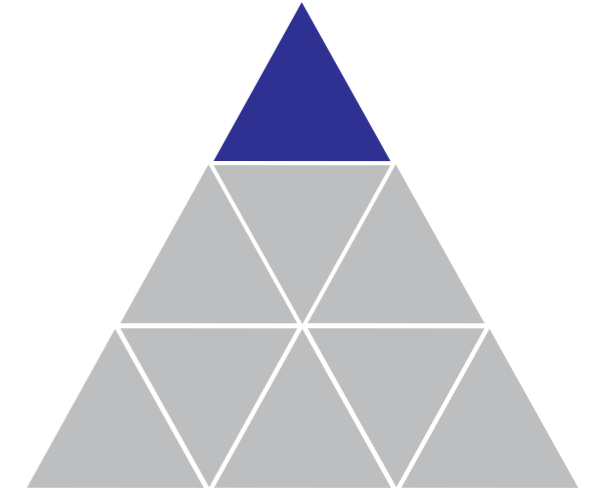
Kiegyensúlyozott

Alap ígéret

Rugalmas és személyre szabott

Megújuló és meglepetésszerű

MÁRKA ÍGÉRET



Egészséges

Segítünk egyensúlyt teremteni.

- Egy lépésre a természettől
- Mozgást viszünk az életedbe
- Nem raboljuk az idődet
- Nem játszunk az idegeiddel
- Szakértőink segítenek ha baj van

Lélegző város

Modern

Táptalaj az ötleteidnek.

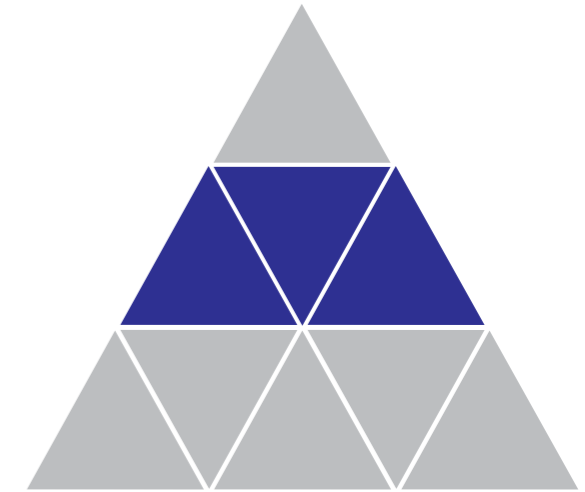
- Kulturális kísérletek
- Kreatív infúzió
- Itt mindennek személyisége van
- Újszerű megközelítések
- Újraértelmezett terek



MÁRKA HANG

NEM

IGEN



a hibáinkat, vagy tökéletlenségeinket leplezzük vele és nem akarunk túlottan emóciókkal játszani

Emberi

értjük az ideérkezők és itt lakók motivációt és törekvéseit

teszünk jól hangzó de vállalhatatlan kijelentéseket, nem tüntetjük föl magunkat jobbnak, szebbnek, mint amilyenek vagyunk

Inspiratív

a márkával való találkozás után, a közönségben pozitív, élménydús benyomást hagyunk

vagyunk fájóan őszinték, vagy naturalisták.

Természetes

tisztán és könnyen érthetően kommunikálunk



AKCIÓK ÉS CSOPORTOSÍTÁSUK

Akcióinkat a következő kategóriák alapján csoportosítottuk

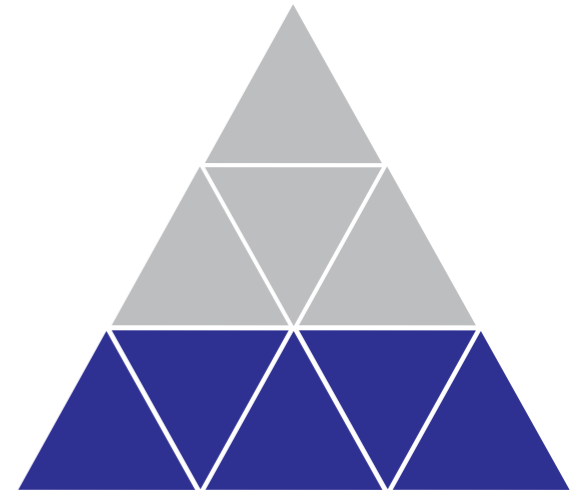
- Az akciók tematikus piramisa:
melyik megkülönböztető jegyet építik a márkaképben?
- válasz a “Mit lehet itt csinálni?” kérdésre
- az akciók időbeli rendje
- az akciók rendezése a pályázat kategóriáiba
- ABC sorrendben, kifejtve: akciókatalógus







MIT LEHET ITT CSINÁLNI?

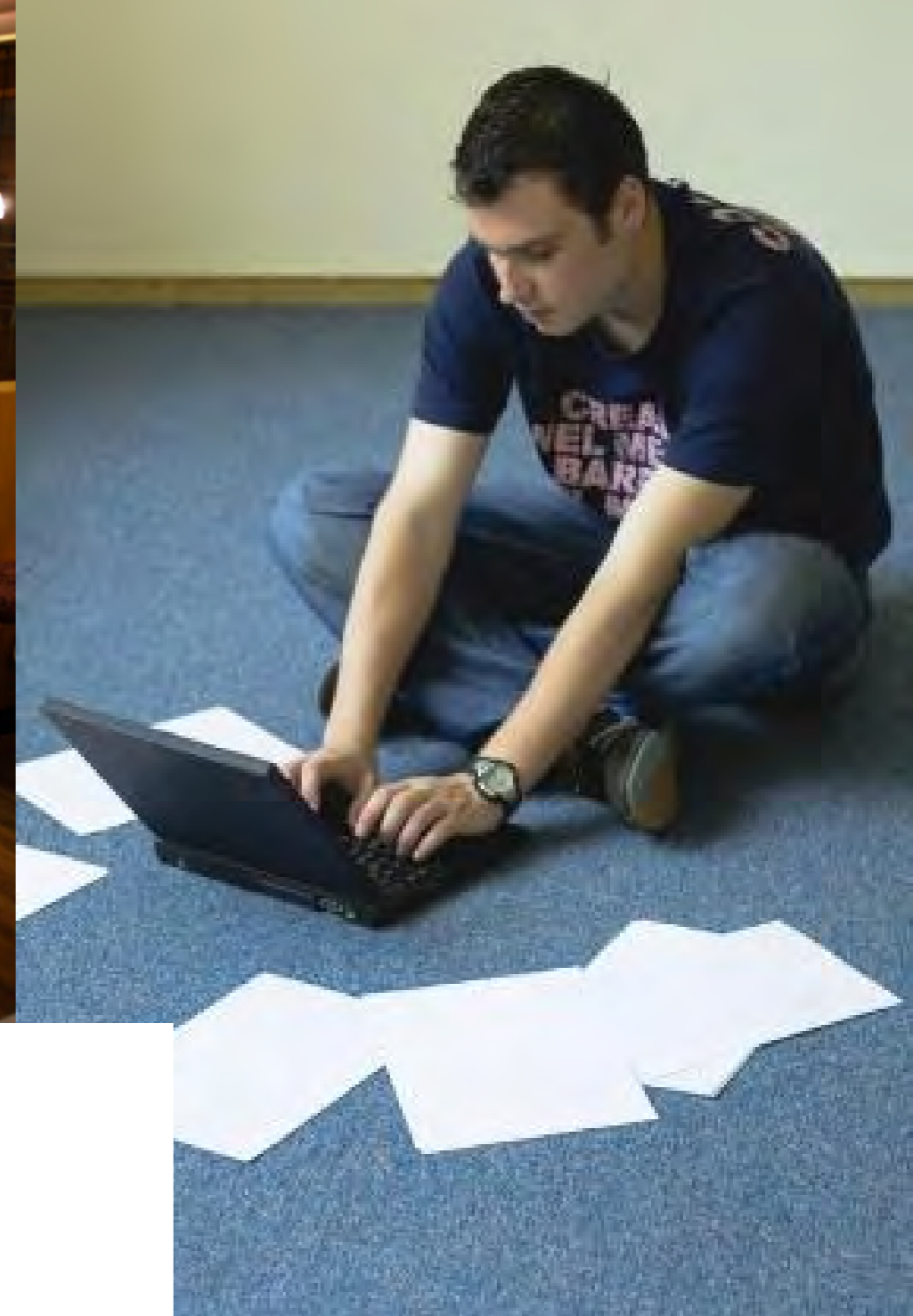


Mit tudsz itt csinálni egy / két / négy / hét napig? Hétvégén és hétköznap?

Mit tudsz itt csinálni fél évig / egy évig / három évig?

Mit tudsz itt csinálni egy életen át?





VÁROSBÉRLET



EXTRÉM SPORT + URBEX



REZIDENCIA PROGRAMOK + TÁV-TÁRGYALÓ





**TEMATIKUS TÚRÁK,
TANÖSVÉNYEK ÉS JÁTÉKOK
+ ANTI-WELLNESS**

hello

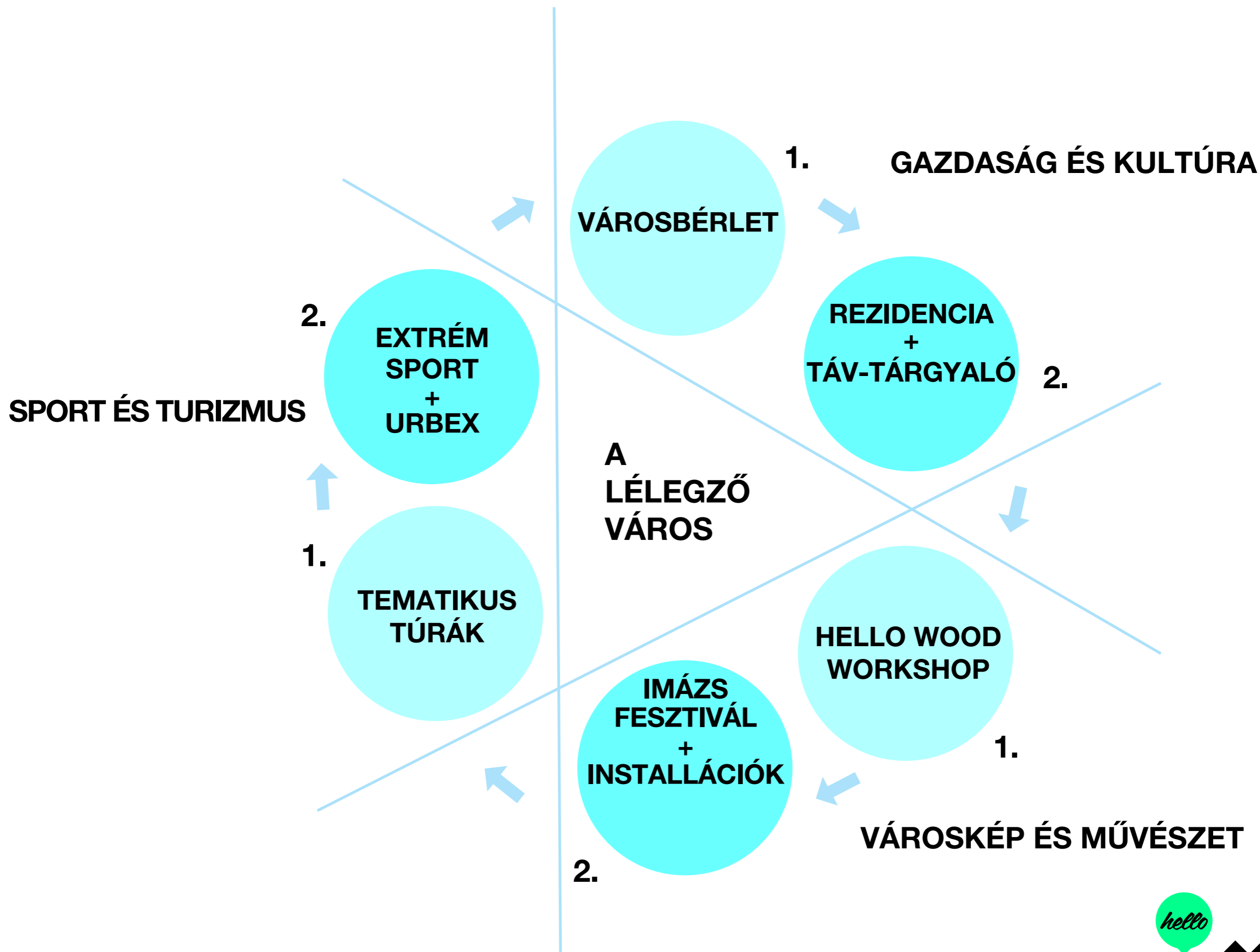


HELLO WOOD WORKSHOPOK



IMÁZS FESZTIVÁL + FALFESTÉS, FALINSTALLÁCIÓK





**A JELENTŐS KIFELEÉ
TÖRTÉNŐ KOMMUNIKÁCIÓRA
LEHETŐSÉGET ADÓ AKCIÓK.**



**A HELYIEK ÖSSZETÉTELÉT,
ÉLETÉT BEFOLYÁSOLÓ, ŐKET
ÚJ LEVEGŐHÖZ JUTTATÓ
PROGRAMOK.**



HOGYAN ÉR CÉLBA A LÉLEGZŐ VÁROS ÜZENETE?



A LÉLEGZŐ VÁROS: KOMMUNIKÁCIÓS FRAMEWORK

TÁVOLBÓL

Inspiráció: olyan történetekkel és szituációkkal amelyek megmutatják, hogy hogyan juthatsz te is új élményekhez Kazincbarcikán

INFORMÁCIÓ:
mutasd be a
lehetőségeket

DEMONSTRÁCIÓ:
adj ízelítőt abból,
mások hogyan élik
meg a várost

DRAMATIZÁCIÓ:
fókuszálj a közönség
által vágyott állapotra

KONCENTRÁCIÓ:
ne téveszd szem elől, hogy
az ide érkező ember a fontos,
és nem maga a város

KÖZELBŐL

Elérhetővé tétel: olyan új élmények átnyújtása amelyek értéket képviselnek a közönség életében

VONJ BE!

A közönség legalább annyiban járuljon hozzá egy-egy akcióhoz, mint mi magunk.

OSSZ MEG!

A tudás hatalom.
Minden információt bocsáss a közönség rendelkezésére.

ÜNNEPELD MEG!

A közönség minden hozzájárulását.
Mutasd meg, hogy általunk ők is többet, jobbat tudnak produkálni.

TÖRJ ÁT!

Mindig legyen hozzáadott értéked, bizonyítsd be, hogy szórakoztató, a közönség barátságára érdemes vagy.



ANTI WELLNESS TÚRA: fókuszban a távoli kommunikáció

TÁVOLBÓL

Inspiráció: töltsd úgy a szabad idődet, hogy az egyedi, mozgalmas, mégis pihentető legyen. Vegyél egy mély levegőt és mutasd meg mennyi szufla van benned!

INFORMÁCIÓ:
mutassuk be a lehetőséget (PR + klasszikus reklám)

DEMONSTRÁCIÓ:
Anti-wellness túra blog, mozgalom indítása

DRAMATIZÁCIÓ:
Anti-wellness szóvivő

KONCENTRÁCIÓ:
Személyreszabható program

KÖZELBŐL

Elérhetővé tétel: az ország leginnovatívabb városában élsz/vagy, használd ki!

VONJ BE!
Van egy anti-wellness ötleted, szólj és bevesszük a programba!

OSSZ MEG!
Új ötletekre van szükséged? Pályázatok indulnak? Ne tartsd magadban!

ÜNNEPELD MEG!
Teljesítetted a túrát? Gratulálunk! Minden századik barcikai kitüntetésben részesül.

TÖRJ ÁT!
Teszteld a helyi közönségen. Vidd a gyerekeket ingyen, használd az idősek meglévő tudását, stb.



KÖZÖSSÉGI TEREK INSTALLÁCIÓI, FESTMÉNYEI: fókuszban a közeli kommunikáció

TÁVOLBÓL

Inspiráció: ez egy olyan város, ahonnan van mit ellesni, a helyiek megbecsülik egymást és a környezetüket

INFORMÁCIÓ:

PR, átadó események

DEMONSTRÁCIÓ:

fotóblog

DRAMATIZÁCIÓ:

Egy napra te is lehetsz kazincbarcikai! program

KONCENTRÁCIÓ:

Gyönyörködj a helyiek a munkáiban!
séták, városvezető túrák

KÖZELBŐL

Elérhetővé tétel: az ország leginnovatívabb városában élsz/vagy, használd ki!

VONJ BE!

Csak akkor működik, ha te is hozzájárulsz.

OSSZ MEG!

Professzionális segítségnyújtás.

ÜNNEPELD MEG!

Közös átadó ünnepek, évfordulók, rekord kísérletek.

TÖRJ ÁT!

Meglepetés rendezvények az alkotások/alkotók bevonásával.



ÉS MIT TÖRTÉNIK HA CÉLBA ÉRT?



KAZINCBARCIKÁSAN

Ez a város kultúrája. Ez a módja annak, ahogy a város mint szervezet és az itt élők működnek, a márka értékeinek képviselője érdekében.

MIT ÉREZ A KÜLSŐ SZEMLÉLŐ?

HOGY LEVEGŐHÖZ JUT.

HOGYAN LÁT MINKET A KÜLSŐ SZEMLÉLŐ ?

**HOGY MEGKÖNNYÍTJÜK A DOLGÁT.
HOGY ALTERNATÍVÁT KÍNÁLUNK.
HOGY NEM FÉLÜNK AZ ÚJTÓL.
HOGY KÖZÜLÜNK VALÓNAK
TEKINTJÜK.**

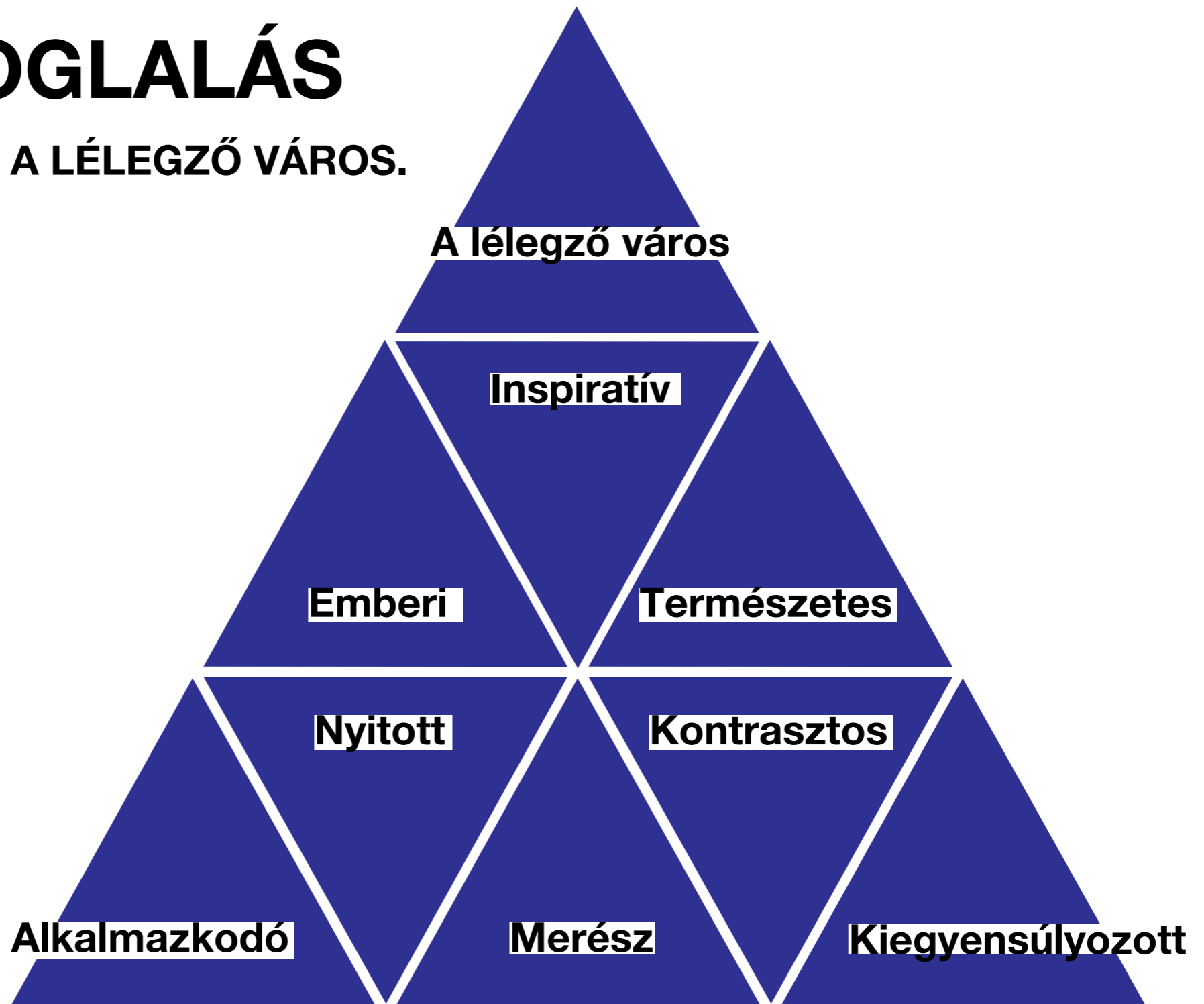
MIT TESZÜNK EZÉRT MI?

**ALKALMAZKODÁS
HATÉKONYSÁG
NYITOTTSÁG**



ÖSSZEFOGLALÁS

KAZINCBARCIKA, A LÉLEGZŐ VÁROS.



Rugalmas és személyre szabott Megújuló és meglepetésszerű



KÖSZÖNJÜK A FIGYELMET!

Hello Wood

Készítette a HelloWood Kft.
Minden jog fenntartva.
2013. május 15.

