



Településmarketing workshop

Borsod-Abaúj-Zemplén Megyei Önkormányzat
Miskolc – Megyeháza
2019. Január 17.

Prof. Dr. Piskóti István
Intézetigazgató
Miskolci Egyetem
Marketing és Turizmus Intézet
Turizmus-vendéglátás Tanszék

Miről lesz szó?

- A marketing és változásai
- Településmarketing = társadalmi marketing
- Településmarketing tartalma – keretek - szereplők – tevékenységek
- Márka
- Digitális marketing



- **VÁROSMARKETING SZAKKÖZGAZDÁSZ**
- **VÁROSMARKETING SPECIALISTA**
- **WORKSHOP – TRÉNING**
- **KONFERENCIA**

www.mentorius.hu

Az üzleti marketing feladata = versenyelőny + siker (profit)

- megismerni és befolyásolni a piacot, a cserét -



A település-marketing

- Egy település versenyképességének, komparatív előnyeinek, vonzerejének feltárása, kialakításának, realizálásának segítése, kommunikálása, azaz egy alapos elemzési, érdekegyeztetési, szintetizáló munkára épülő stratégia-alkotás és az azt realizáló eszközrendszer folyamatos működtetése a helyi lakosság gazdasági, közösségi, kulturális és ökológiai értelemben vett jóléte növelése érdekében.

Településmarketing feladata

vonzó

jól működő

versenyképes

szerethető

jó helyet

csinálni és megismertetni

**a helyiek gazdasági, kulturális, közösségi, ökológiai
jóléte, boldogulása érdekében**

ismertség

elismertség

elégedettség

kötődés

elkötelezettség

A településmarketing = társadalmi marketing

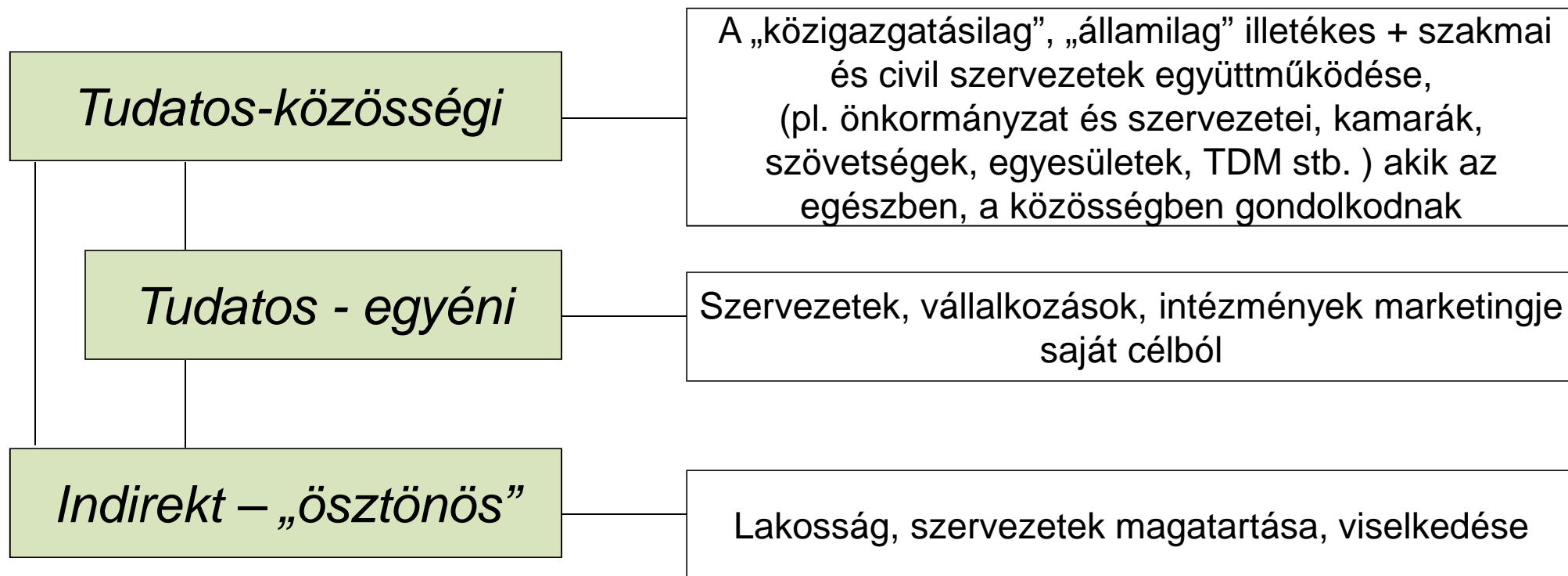


Kiket kell megnyerni ? legfontosabb célcsoportok

- Saját lakosság
- Területen kívül élők, potenciális lakók – turisták
- Helyi vállalkozók
- Befektetők, vállalkozói partnerek
- Törvényhozás, kormányzat
- Non-profit szervezetek
- Fejlesztési szervezetek ...
- Más területek
-



Településmarketing megvalósításának típusai



City kompetencia-központ (stakeholder-management) kialakítása



Marketing-mix: 4P (product, price, place, promotion) helyett 2K

- A marketing eszközszerrendszere két irányba –
KÉT KÉPESSÉG FEJLESZTÉSÉRE - koncentrálódik:
 - A terület (termék, product) fejlesztése,
KÍNÁLATFEJLESZTÉS, TERÜLET/VÁROSFEJLESZTÉS
 - A terület kommunikációja, célcsoportok
megnyerése **KOMMUNIKÁCIÓ, IMÁZS, MÁRKA**

1.



2.

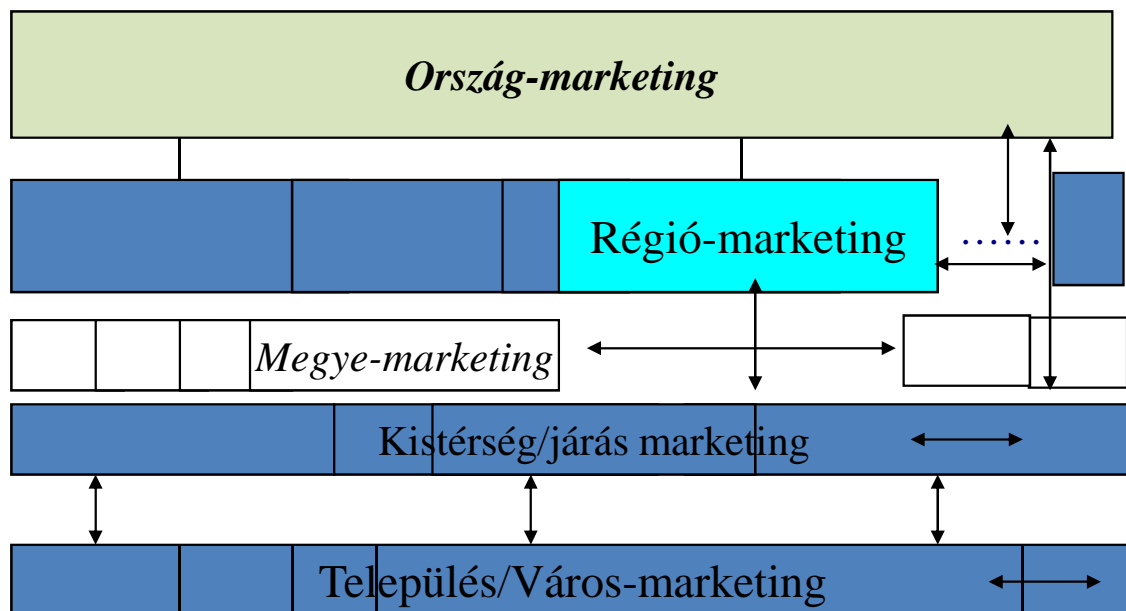


3.



4.

Coopetition - együttműködve versenyezni -



A településmarketing kiemelt területei



Márka

- „a márka **a fogyasztó fejében lévő imázsok, benyomások** összessége” (Neumeier 2006)
- „a márka egy személy zsigeri **belső érzése** egy termékről, egy szolgáltatásról egy vállalatról”
- „a márka fogalmát legjobban úgy írhatnánk le, hogy a vevőben **élő kép** egy adott termékről” (Van Ham 2002)

Márkaépítés lényegi elemei

- **Relevancia:** Megfelelő „márkaígéret” kialakítása
- **Előny:** „Differenciálás” a versenytársakhoz képest
- **Teljesítés:** Az ígéret „beváltása”
- **Jelenlét:** a márka „ismertségének” megteremtése
- **Kötődés:** „Lojalitás” kialakítása

Márkaszimbólumok: logo+szlogen



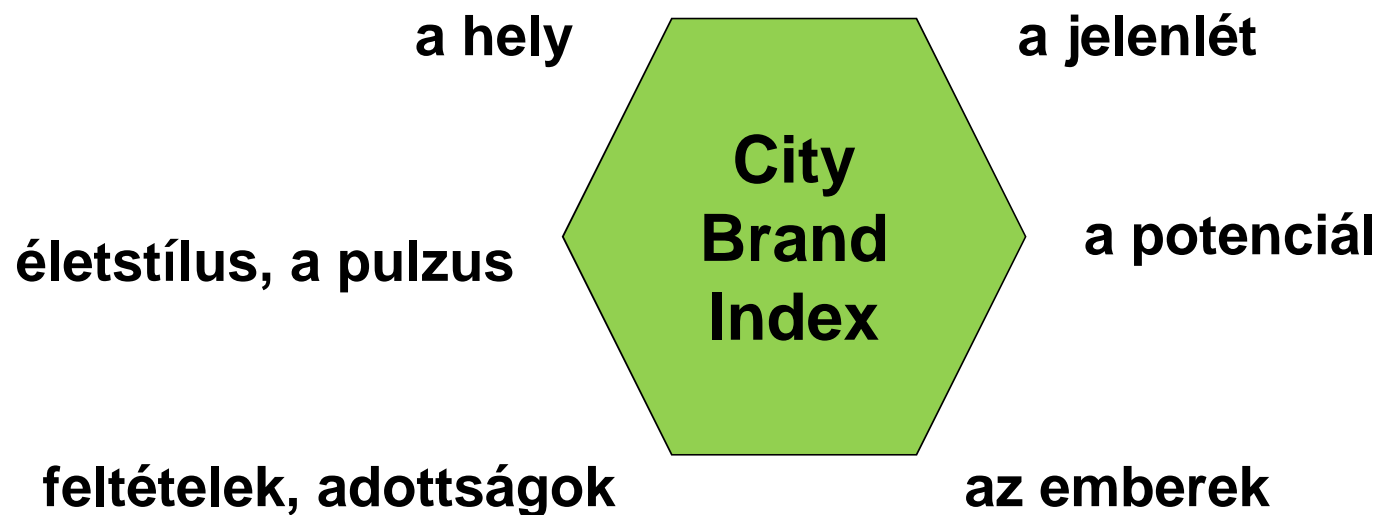


Mercer „Quality of Living”

1. **politikai és társadalmi környezet** (politikai stabilitás, bűnözés, jogi szabályozás stb.)
2. **gazdasági környezet** (valuta, árfolyamok, banki szolgáltatások stb.)
3. **társadalmi-kulturális környezet** (személyes szabadság, média, cenzúra stb.)
4. **Orvos-egészségügyi szempontok** (egészségügyi szolgáltatások, felszereltség, fertőző betegségek, szennyvíz, szemétszállítás, levegőszennyezés stb.)
5. **Iskolaügy, képzés** (iskolák, nemzetközi képzés elérhetősége stb.)
6. **Közszolgáltatások és közlekedés** (vasút, közút, vízkészlet, posta telefon, repülőtér stb.)
7. **Pihenés** (éttermek, színház, sport és szórakozás stb.)
8. **Fogyasztási javak** (elérhetőségek, hús, hal, zöldségek, italok, autók stb.)
9. **Lakhatás** (épületállomány, felszereltség, szolgáltatások stb.)
10. **Természeti környezet** (éghajlat, természeti katasztrófák, állapot stb.)

City Brand Index hatszöge

forrás: Anholt 2007.60.o.



Okos városok – buta márkák?!

Smart City

Smart Marketing



Gyakorlati digitális marketing trendek

- Ez az év a 360 fokos videó és virtuális valóság kampányainak kedvez.
- Artificial Intelligence - A Chatbot-okban lévő potenciál végre kiaknázható lesz bárki számára
- A digitális reklám továbbra is próbálja kitúrni a hagyományos reklámokat a helyükről - Programmatic Advertising
- Influencer marketing? Továbbra is nagy sláger!
- A SEO-sok végre rá lesznek kényszerítve arra, hogy komolyan vegyék a hangalapú keresést - Voice Search & Smart Speakers Visual Search
- Personalization
- Product Placement in Real Time (Augmented Reality) - Micro-Moments
- A regisztrációhoz kötött tartalmak szabadon elérhetőek lesznek. Részben.
- Social Media Stories – IGTV - Evergreen Content
- Social Messaging Apps
- Csökkeni fog a Facebook és az Instagram bevételei közötti rés

Köszönöm a figyelmet!

piskoti@uni-miskolc.hu



www.marketing-turizmus.hu

www.piskotiistvan.hu