

## Содержание

Предисловие

Слова признательности

Задачи маркетинга в Европе

Подход «снизу вверх» к проблеме роста в Европе

Маркетинг территорий за пределами Европы

Что такое Европа?

Выводы

Европейские территории в трудном положении

Что происходит с территориями?

Почему территории попадают в трудное положение?

Что делают территории для решения своих проблем?

Что территориям следовало бы делать для решения своих проблем?

Выводы

Как территории продвигают себя на рынок

Каковы основные целевые рынки маркетинга территорий?

Методы маркетинга территорий

Кто основные действующие лица маркетинга места?

Выводы

Как покупатели мест делают выбор

Этапы процесса покупки места

Дополнительные факторы, влияющие на выбор места

Влияние рейтинговой информации

Выводы

Аудит территории и стратегическое рыночное планирование

Четыре метода развития места

Процесс стратегического рыночного планирования

Два таланта: стратегическое мышление и реализация

Выводы

Стратегии улучшения территорий

Самобытность места: эстетика городской среды

Улучшение инфраструктуры

Поставщик базовых услуг: охрана людей и собственности,  
социальная защита и образование

Достопримечательности

Люди

Выводы

Формирование имиджа места

Чем определяется имидж места?

Как можно измерить имидж места?

Чем нужно руководствоваться при формировании имиджа места?

Какие существуют инструменты популяризации имиджа?

Каким образом может место исправить негативный имидж?

Выводы

Продвижение имиджа места и его посланий

Уточнение целевой аудитории и желаемого поведения

Выбор методов широкого воздействия

Отбор рекламных медиаканалов

Отбор конкретных информационных средств

Определение медиаграфика

Оценка результативности использования того или иного средства

Управление конфликтными медиаисточниками и сообщениями

Выводы

Привлечение рынков туризма и индустрии гостеприимства

Рынок туризма

Рынок бизнес-гостеприимства

Выводы

Привлечение, удержание и расширение бизнеса

Привлечение бизнеса из других мест

Удержание и расширение существующего бизнеса

Содействие малому бизнесу и компаниям-новичкам

Выводы

Расширение экспорта и стимулирование иностранных инвестиций

Насколько важен экспорт для экономики места?

Оценка экспортного потенциала места

Помощь компаниям в развитии экспорта

Использование имиджа места происхождения

Выводы

Привлечение жителей

Почему привлечение новых жителей важно для маркетинга места?

Определение групп населения, которые нужно привлечь

Выводы

На пороге перемен

Какие ключевые проблемы встают перед местами?

Как местам реагировать на эти проблемы?

Необходимость маркетинга мест в Европе