

BELÜGYMINISZTERIUM ÖNKORMÁNYZATI KOORDINÁCIÓS IRODÁJA: KÖFOP-2.3.4-VEKOP-15- 2016-00002 „ÖNKORMÁNYZATI FEJLESZTÉSEK FIGYELEMMEL KÍSÉRÉSE II.”

SZÉCHENYI 2020



MAGYARORSZÁG
KORMÁNYA

Európai Unió
Európai Szociális
Alap



BEFEKTETÉS A JÖVŐBE



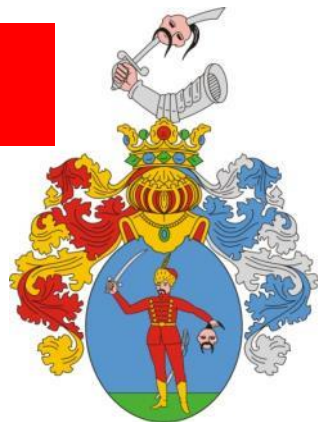
Hollókő



Orfű



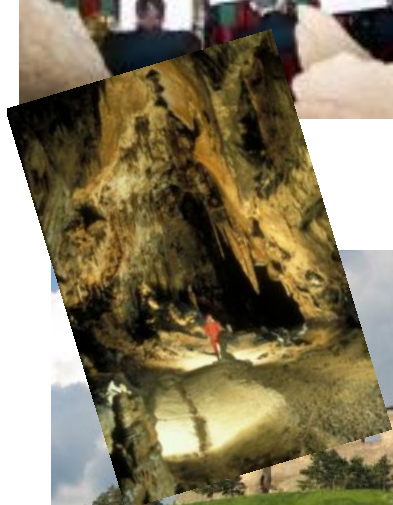
Várpalota



Hajdúnánás



Orosháza



SZÉCHENYI 2020

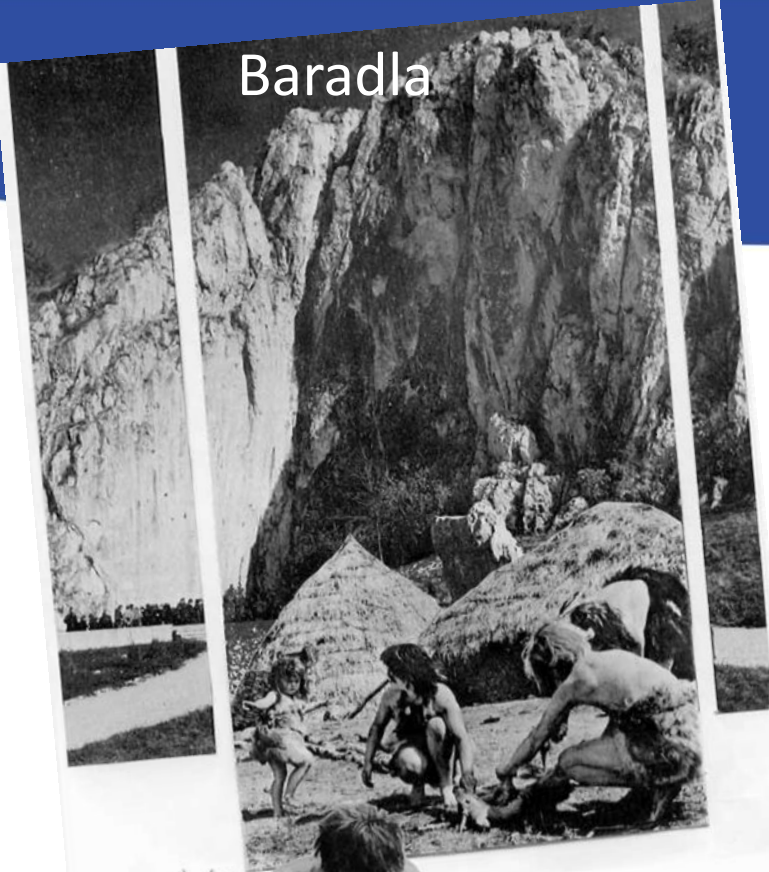

MAGYARORSZÁG
KORMÁNYA

Európai Unió
Európai Strukturális
és Beruházási Alapok



BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

Baradla



Vaskapu-
Vörös-tó



Fehérkő lápa

SZÉCHENYI 2020

MAGYARORSZÁG
KORMÁNYA

Európai Unió
Európai Strukturális
és Beruházási Alapok



BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

Településmarketing

Tózsá István

Intézetvezető egyetemi tanár

**Közszerzési és Közigazgatástani Intézet
Nemzeti Közszolgálati Egyetem**

Településmarketing?



Településmarketing

A hely (település, régió, ország) eladása

Miért kell eladni?

Ki adhatja el?

Ki veszi meg?

Hogyan lehet eladni?

Van szerepe a turizmusnak az eladásban?

Mi az eredménye az eladásnak?

Településmarketing terv



**Eladó e táj,
telke rajta!**

**Összközműves építési
telkek eladók Piliscsabán!**

1065 Budapest, Podmaniczky u. 4. Telefon: 475-0165

CELIK-INVEST
INGATLANBEFEKTETÉSI
SZÖVETKEZET



SZÉCHENYI 

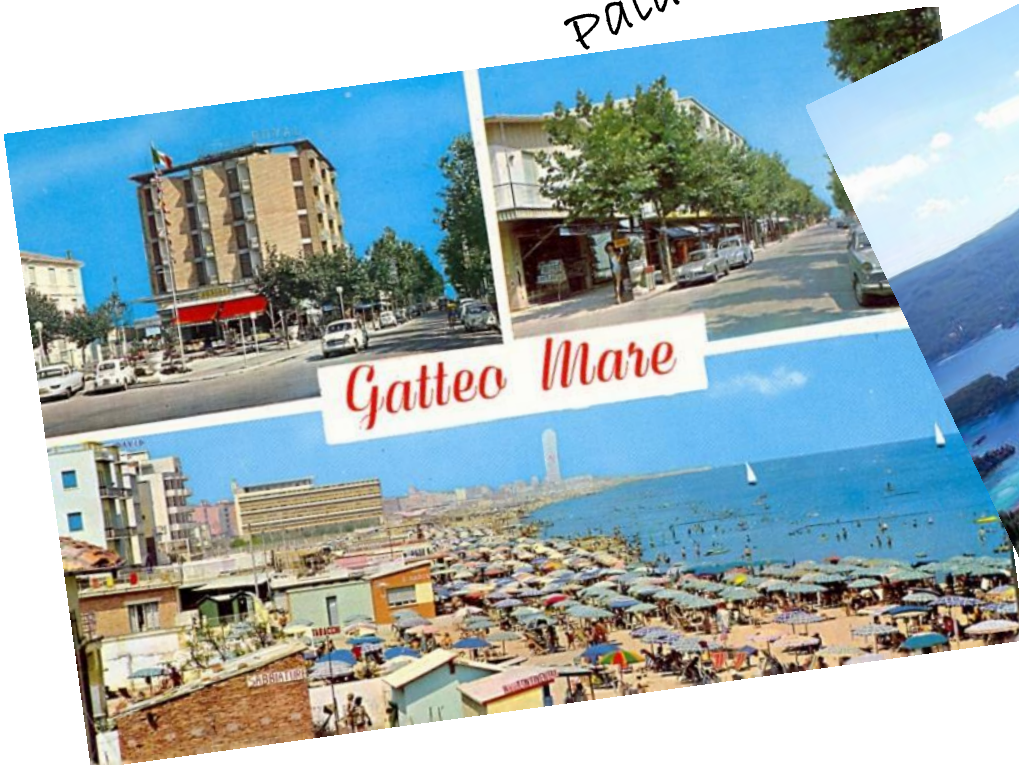

MAGYARORSZÁG
KORMÁNYA

Európai Unió
Európai Strukturális
és Beruházási Alapok



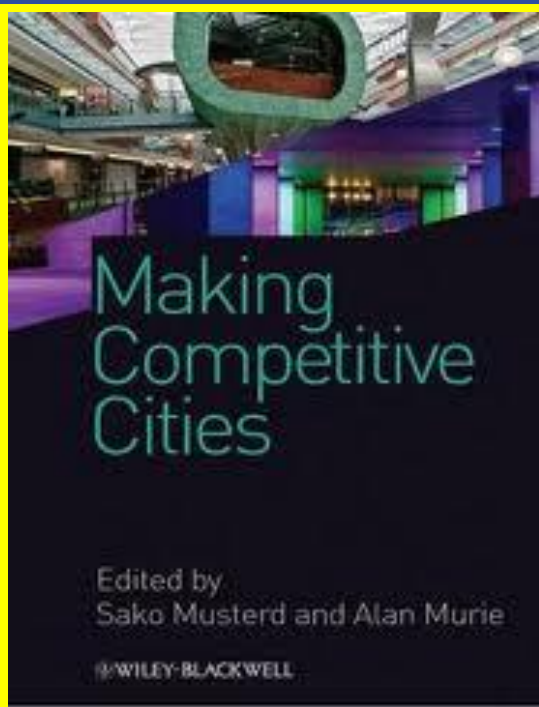
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

Palaiokastrítsa



**Turizmus ~
1/10 a
bevételben**

Miért kell eladni?



**Jövedelem, szolgáltatás,
munkahely, adó, lakosság**



Győztesek



SZÉCHENYI 2020

Lúzerek


MAGYARORSZÁG
KORMÁNYA

Európai Unió
Európai Strukturális
és Beruházási Alapok



BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

A település eladásának eredménye a népességmegtartó képesség

**A népességmegtartó képesség nem más, mint
képeségmegtartó népesség**



ENYEDI GYÖRGY



Ki adhatja el?

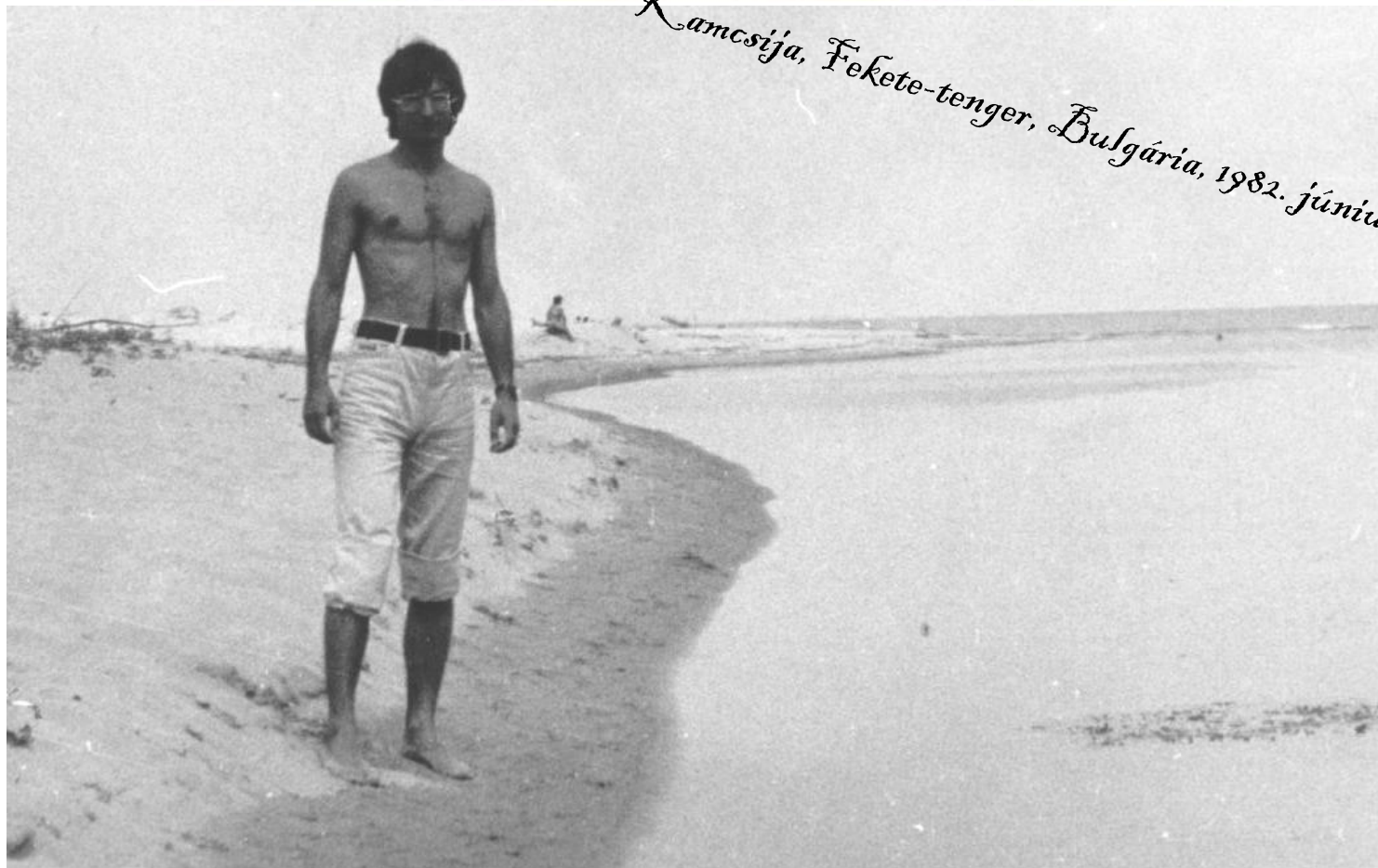
Kompetencia marketing



SZÉCHENYI 2020



Kamcsija, Fekete-tenger, Bulgária, 1982. június



Ki veszi meg?



3.



Célcsoportok



SZÉCHENYI 2020


MAGYARORSZÁG
KORMÁNYA

Európai Unió
Európai Strukturális
és Beruházási Alapok



BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

A saját lakosságnak történő eladás

Ki veszi meg?





Megismer
Megszeret
Mégvéd

Erősségek –
megmaradnak
Gyengeségek –
erősödnek
Lehetőségek –
megvalósulnak
Veszélyek -
csökkennek



SZÉCHENYI



Szennyezetlen természeti és társadalmi környezet

Azt mutatja, hogy a helyi lakosság MEGVÁSÁROLTA

Ha kell, a helyi lakosságnak, jó a TŐKÉNEK is



MAGYARORSZÁG
KORMÁNYA

Európai Unió
Európai Strukturális
és Beruházási Alapok



BEFEKTETÉS A JÖVŐBE



**CHAMPIONS (bajnokok:
lokálpatrióták / helyi etnikai
vezetők, tekintélyek)
INKLUZÍV ÖNKORMÁNYZAT**



Szennyezett természeti és társadalmi környezet (szemét, bűnözés)

Azt mutatja, hogy a helyi lakosság NEM VÁSÁROLTA MEG

Ha nem kell, a helyi lakosságnak, nem kell TŐKÉNEK sem



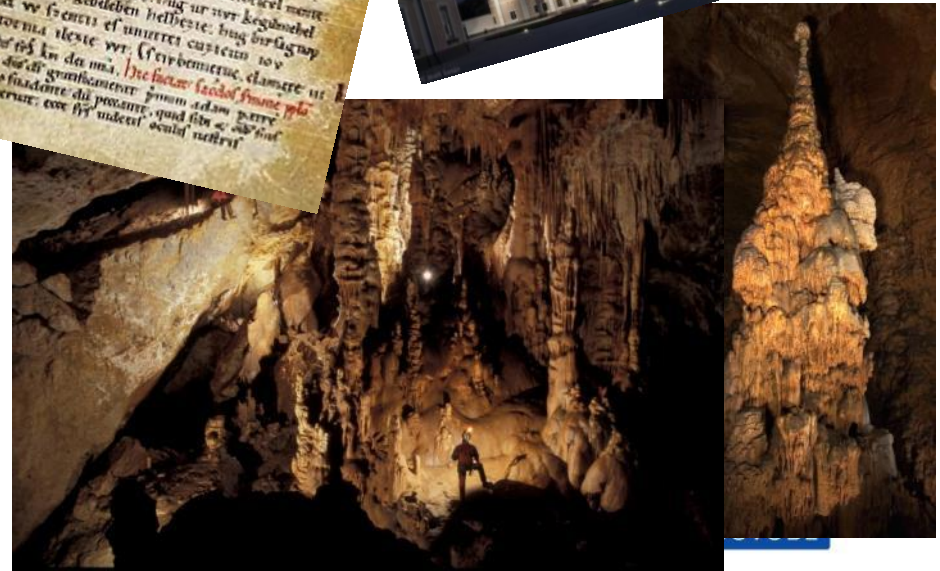
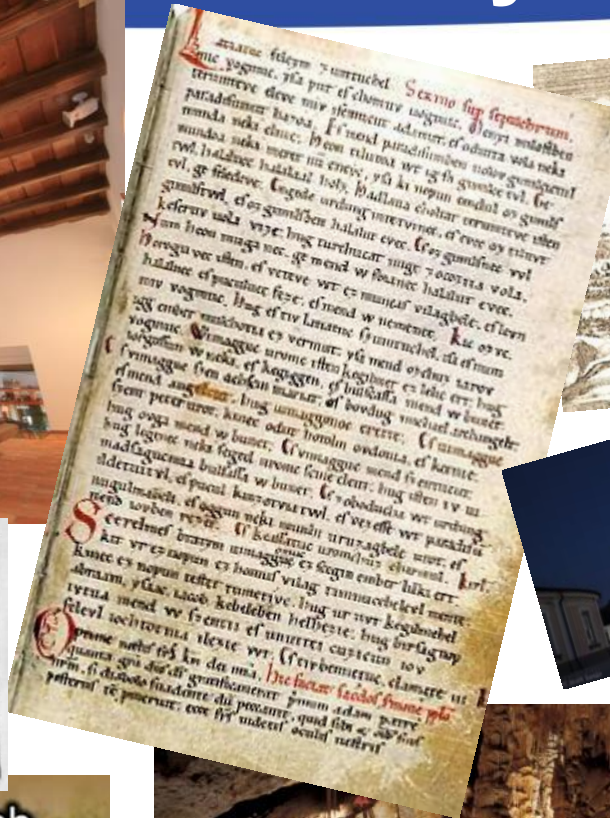
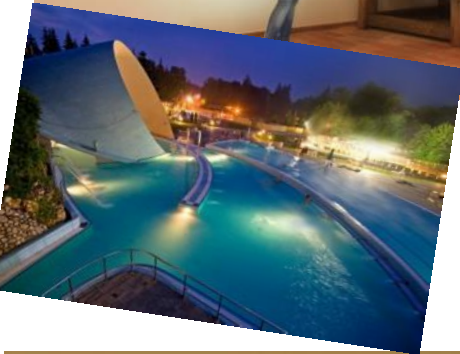
Hogyan lehet eladni?

Komparatív előnyök



É. Kovács
László

Patócsy
Zsófia



Tekintse meg Közép-Európa legnagyobb
egybefüggő ólomkatona kiállítását
Boldogkő Várában!



Hogyan lehet eladni?

Marketing (P) Mix



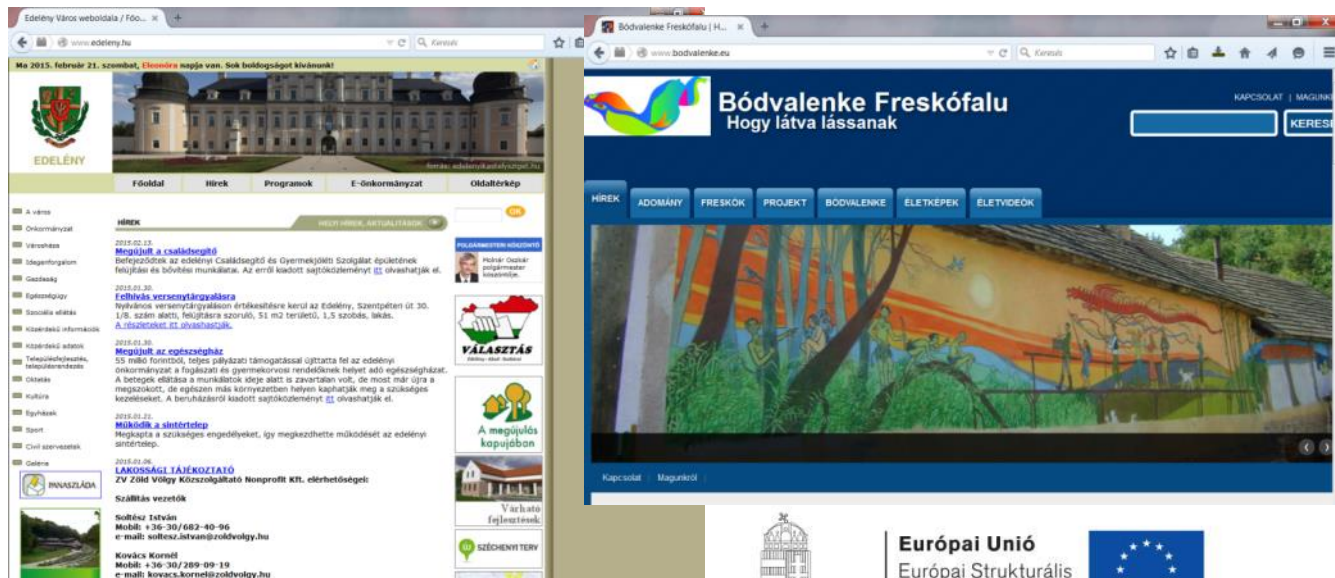
Price

Place

Promotion

Product

*Supplies,
performances,
abilities, values,
suitability*



Európai Unió
Európai Strukturális
és Beruházási Alapok

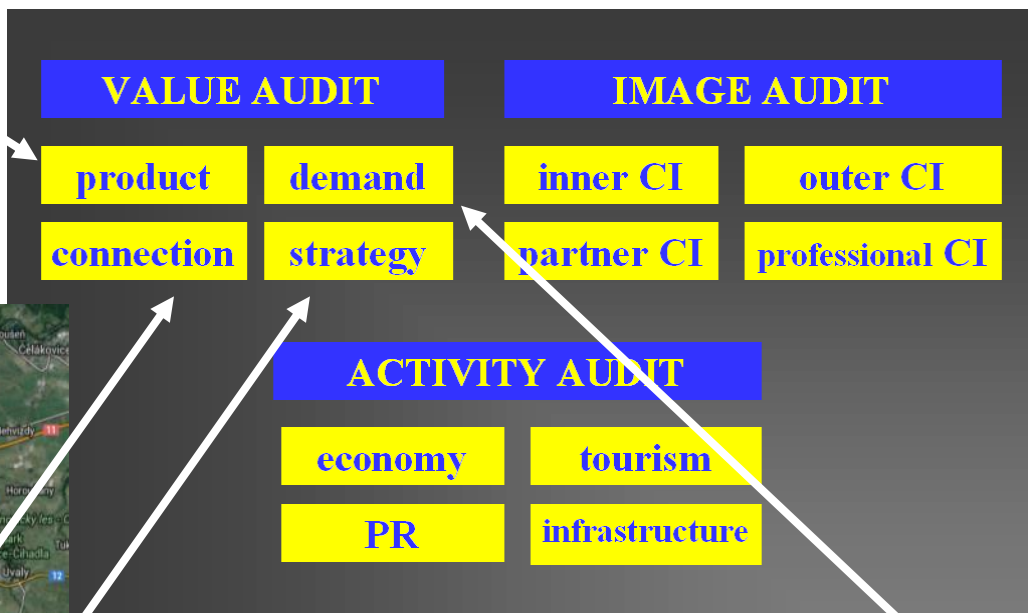
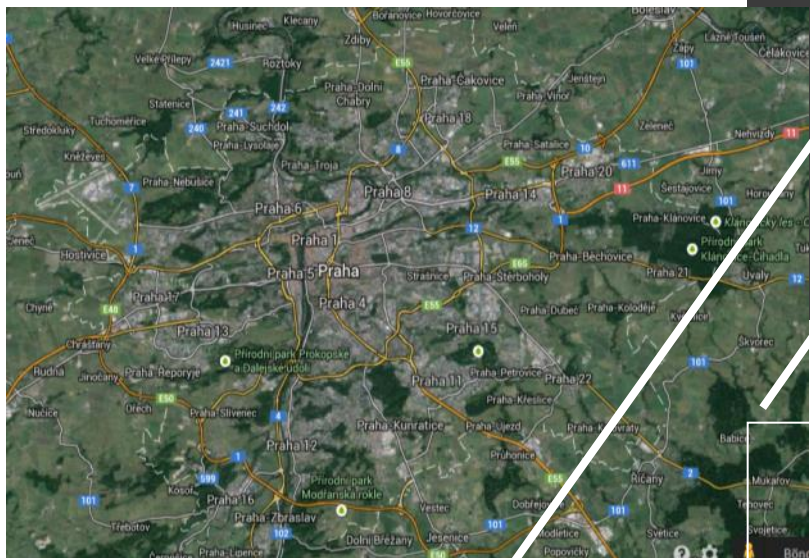


BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

Hogyan lehet eladni?

A hely auditálása

természeti,
társadalmi-
gazdasági,
politikai-jogi
környezetben



Operációs
terv

Piac
szegmentáció

- *Supplies: ellátás (szolgáltatások összessége)*
- *Performances (rendezvények, élmények)*
- *Abilities (kéességek: munkahely; munkaerő, telephely, vásárlóerő)*
- *Values (értékek: természeti, kulturális, gazdasági)*
- *Suitability (megfelelőség: adott célcsoportnak)*

Value = érték

Demand = kereslet

Connection = kapcsolat

Strategy

Hogyan lehet eladni?

A hely auditálása

**Helyi
munkaerőpiac
kondicionálása**



**Média
megjelenés**



SZÉCHENYI



**Helyi
szolgáltatások
javítása**



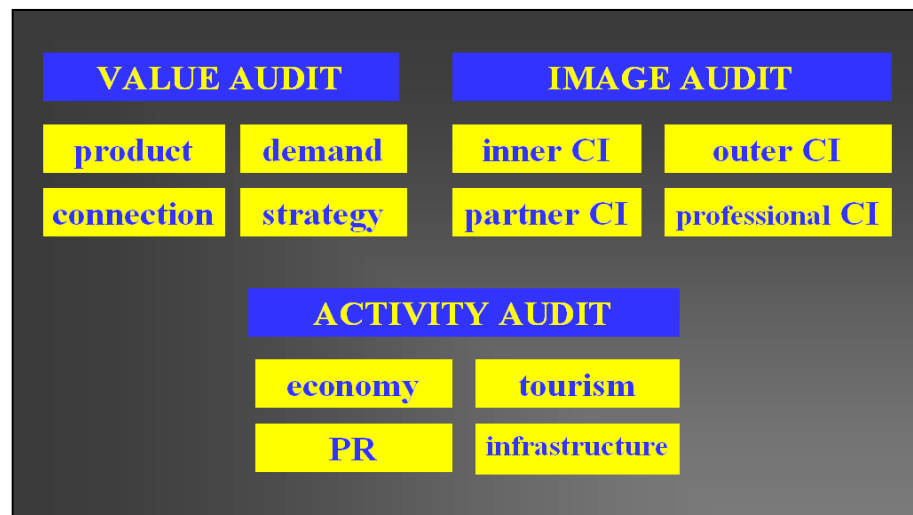
**Helyi turizmus
támogatása**



Európai Unió
Európai Strukturális
és Beruházási Alapok

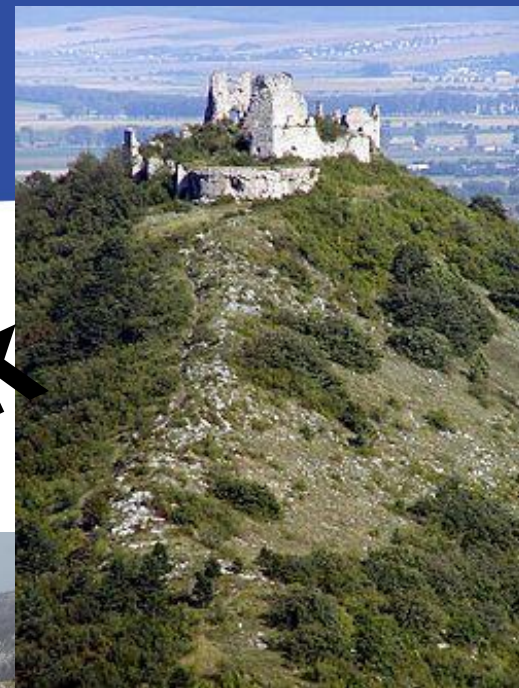


BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

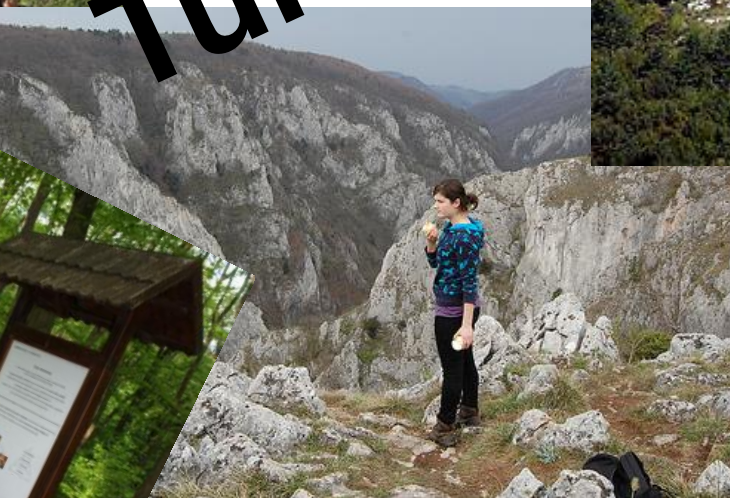


The image is a screenshot of a web browser displaying a photo album titled "A Bódva-völgy látnivalói" (Sights of the Bódva Valley). The browser's address bar shows the URL "fotoklub-nograd.hu/nyiri_dr/bodva/album/index.html". The album is presented in a grid of 18 photo thumbnails. The first thumbnail in the top-left corner contains a red background with white text providing geographical data: "Fotóvalás adatai a Bódváról", "hossza: 110 km", "magyar oldala: 50,1 km", "melysége: 0,5 - 1 m", "szélessége: 2 - 4 km", "Bódvavölgy: Garam-Érpápai-Érdőbényi-völgy", "felülfelület: 1185 m", "Hátságrendszert képeznek a völgyek, szőlőhegyek, Sági (Bódva) hegység". The other thumbnails show various landmarks: a landscape with mountains, a wooden signpost, a church tower, a large white building, a church with a red roof, a stone bridge, a red-roofed building, a bust on a pedestal, a dirt road, a close-up of green plants, a wooden building, a stone wall, a church tower, an arched entrance, a park area, a Facebook page overlay, a landscape with a river, a red-roofed building, a village view, and a landscape with mountains. The Facebook overlay in the bottom right corner shows the page name "A Bódva-völgy gyöngyszemei" and the URL "https://hu-hu.facebook.com/pages/A-Bódva-völgy-gyöngyszemei/262797143896". At the bottom of the screenshot, there is a logo for "Talentum" and the text "FALUSI TURISZTIKAI FOGADÓHELY".

A man with a beard and glasses, wearing a dark blue polo shirt, sits on the left. A woman with short grey hair, wearing a dark blue patterned top, sits on the right. Between them is a large potted plant with green leaves and bright red flowers. They are seated at a light-colored wooden table. The background is a plain white wall.



Turisták



Élve nem!



SZÉCHENYI 2020



MAGYARORSZÁG
KORMÁNYA

Európai Unió
Európai Strukturális
és Beruházási Alapok

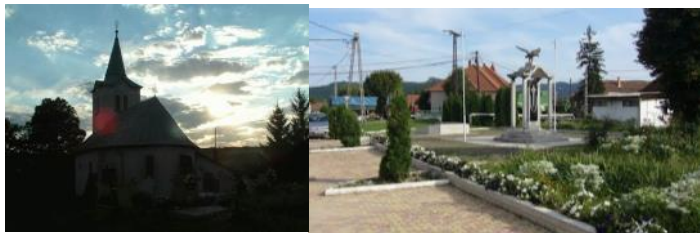
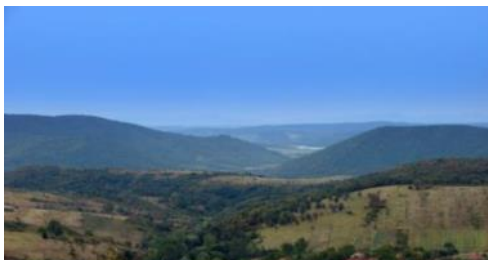


BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

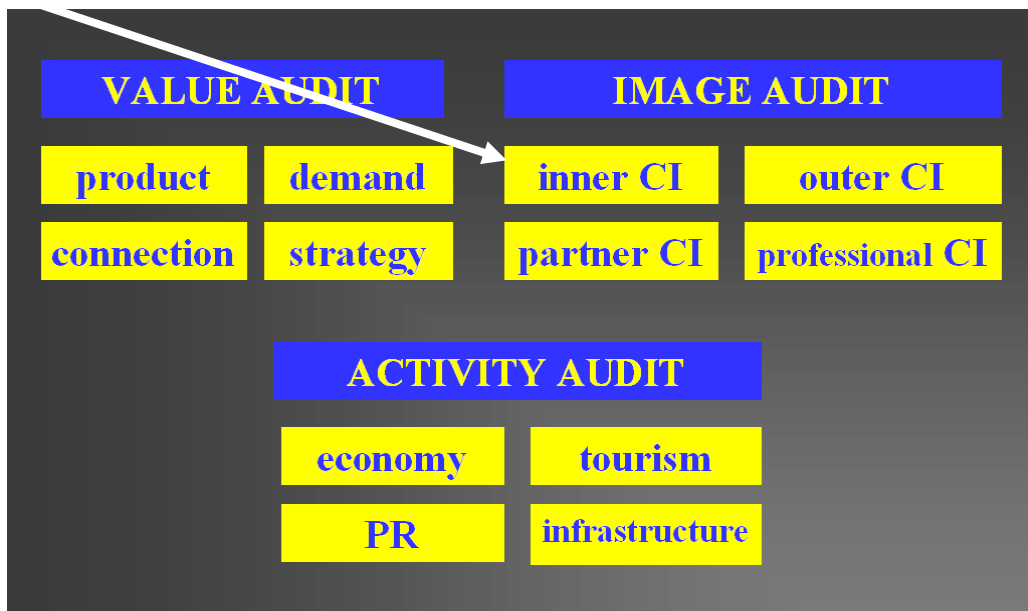
Hogyan lehet eladni?

Auditing the city

A helyi lakosságban kialakult kép



SZÉCHENYI 2020

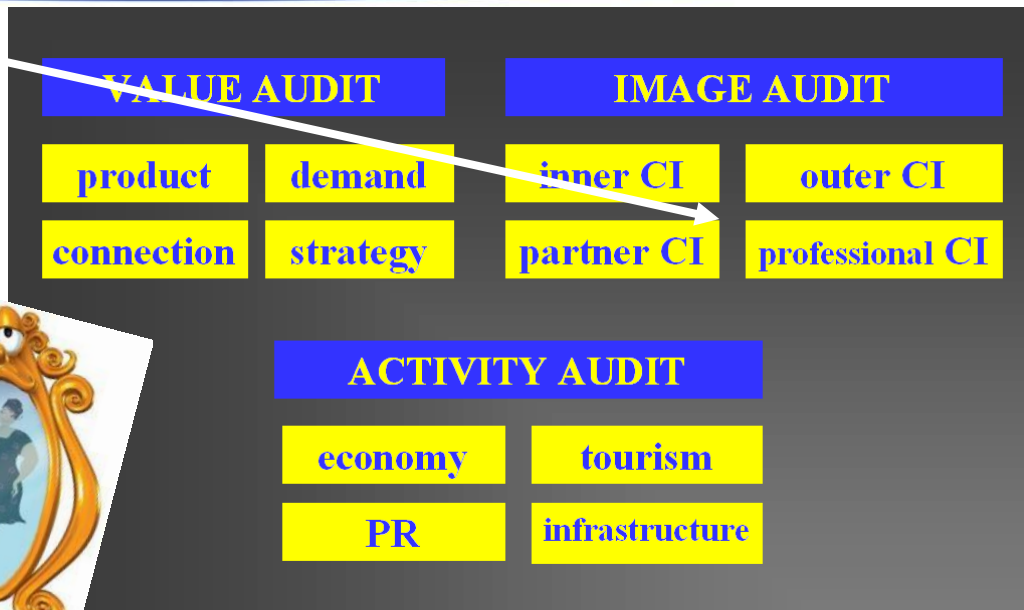


Corporate Identity = hely-imázs (kép)

Hogyan lehet eladni?

A hely auditálása

Másokban kialakult (külső) kép



Corporate Identity
=
hely-imázs, kép



Európai Unió
Európai Strukturális
és Beruházási Alapok



BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

Hogyan lehet eladni?

A legrégebbi a szlovákiai **Szepsi** településsel kialakított együttműködés.



1997-től **Bad Sobernheim**-mel (Németország, Rajna-Pfalz tartomány) ápol kapcsolatokat Edelény.



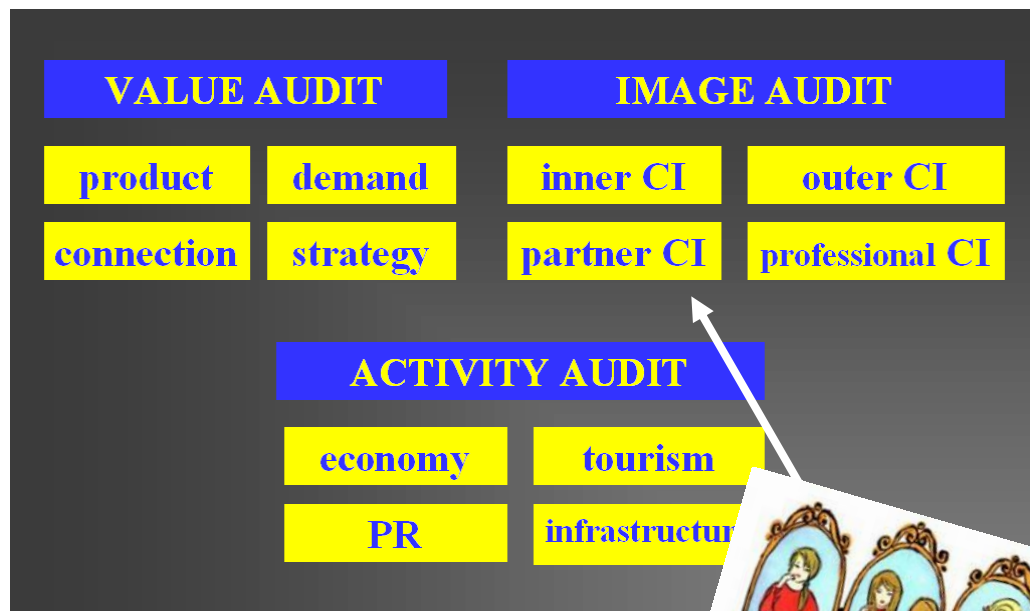
1998-tól pedig a svájci **Worb**-bal alakult ki jó partneri viszony.



2005. március 15-én kötött együttműködési megállapodást Edelény a lengyelországi Szilézia vajdaságában található **Siewierz** városával.



A hely auditálása



Corporate Identity =
hely-imázs, kép

Testvér-
települések



Európai Unió
Európai Strukturális
és Beruházási Alapok



BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

Hogyan lehet eladni?

A hely auditálása



VALUE AUDIT

product demand
connection strategy

IMAGE AUDIT

inner CI outer CI
partner CI professional CI

ACTIVITY AUDIT

economy tourism
PR infrastructure

**Az üzleti és az
államigazgatási,
politikai aktoroknak**



A tőkének történő eladás

Közlekedés

Helyi munkaerő =
bér / képzettség

Infrastruktúra

Politikai, jogi stabilitás

Tradíció és helyi
vásárlóerő

Versenytársak

Hely imázs: külső CI

Helyi társadalom: belső CI

Helyi adóviszonyok

Hely: környezetminőség (2)

*Weber differenciál alapú
telephely elmélete:*

Elvárások

-

Adottságok (Szakmai CI)

=

-

Jönni

+

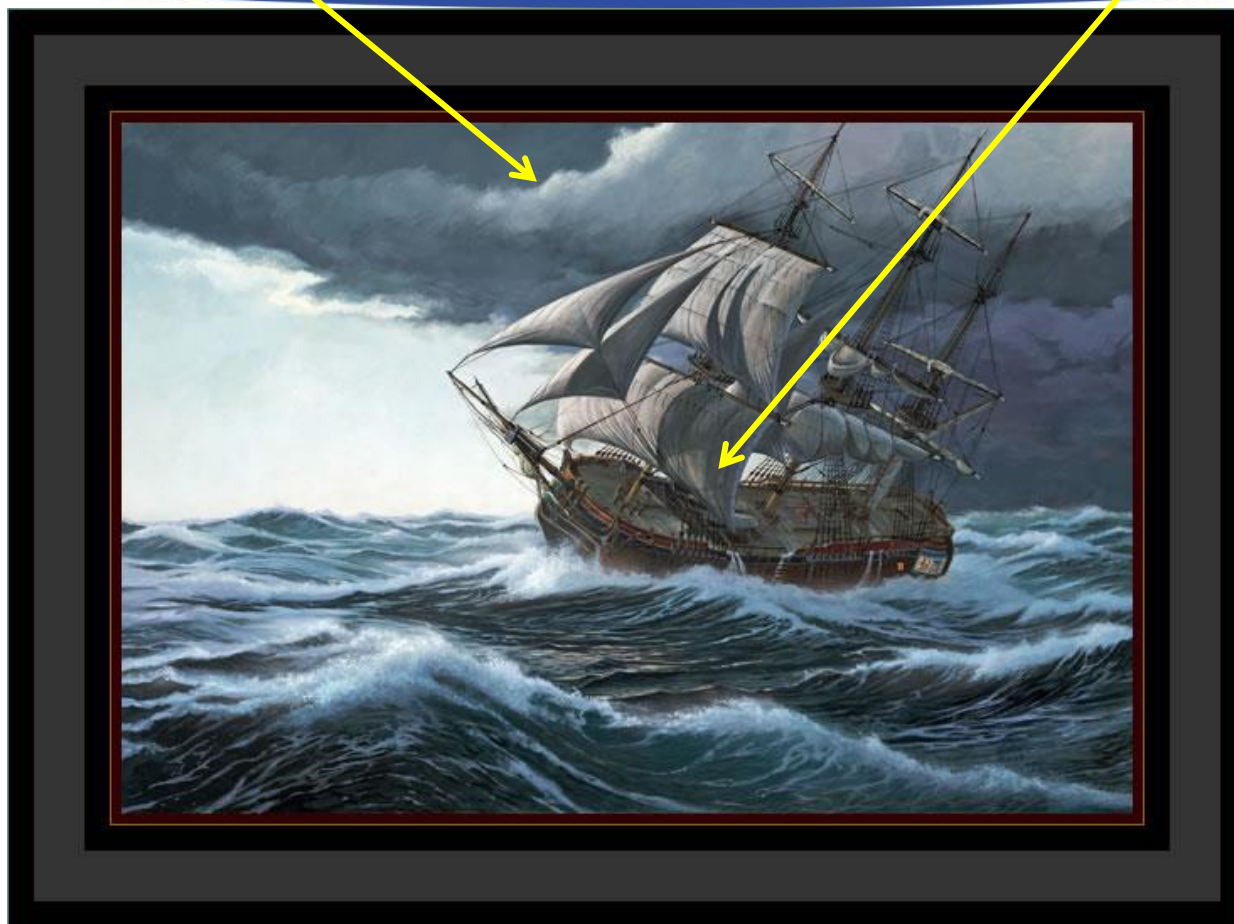
Menni

SZÉCHENYI 2020



Zöld érdek

Gazdasági kényszer



Hogyan lehet eladni?

Az imázst értékesítjük?



*Kompetencia marketinget a
helyi (regionális, országos)
hatóság végezhet*

**Az imázs iránti bizalmat!
Márka (brand) formájában
(elhiszi = megvette)**



Európai Unió
Európai Strukturális
és Beruházási Alapok



BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

Brand / Márka

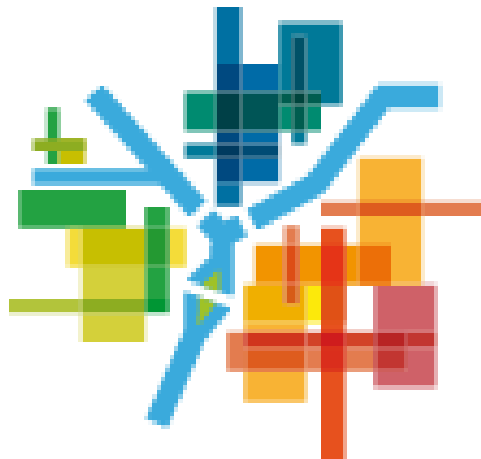


Image

SZÉCHENYI 2020



HELYMÁRKA



Egészség
Kultúra
Innováció

A jövő Győrben épül



A kommunikáció jelentősége = TELEPÜLÉSMÁRKÁZÁS



<http://www.youtube.com/watch?v=Hzgzim5m7oU>





Pásztor Eszter



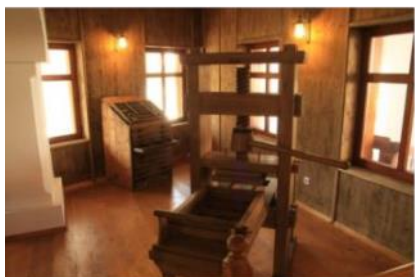
Bódvalenke



Freskófal



Szinpetri



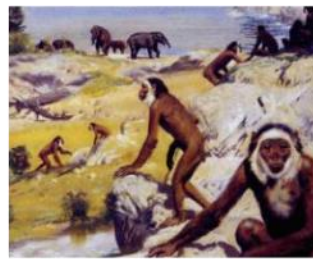
Gutenberg falu?



Európai Unió
Európai Strukturális
és Beruházási Alapok



BEFEKTETÉS A JÖVŐBE



Szabó Lajos

Szakáll Sándor

RUDABÁNYA ÁSVÁNYAI



Egy régi bányák új élete... Világhírű lelőhely!

KÖORSZÁG KIADÓ

SZÉCHENYI

2020

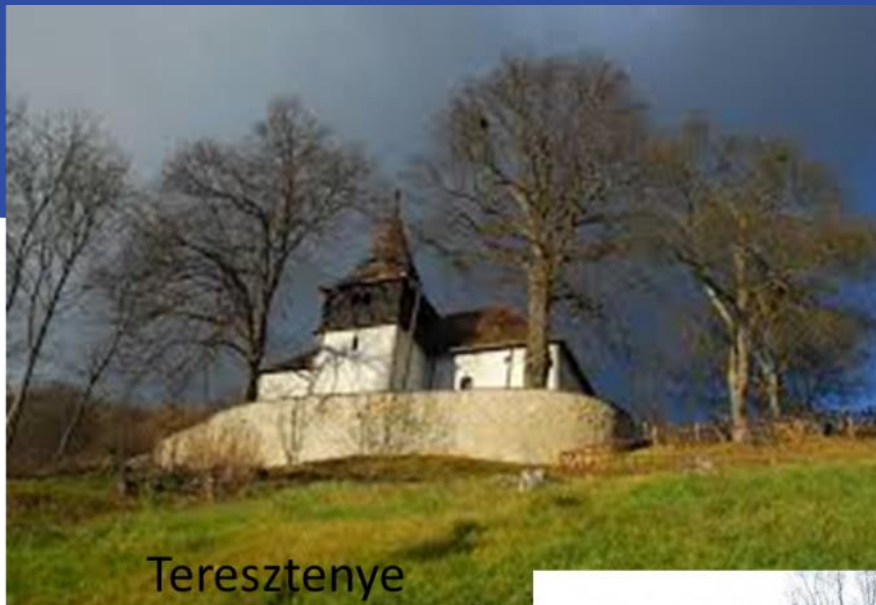


MAGYARORSZÁG
KORMÁNYA

Európai Unió
Európai Strukturális
és Beruházási Alapok



BEFEKTETÉS A JÖVŐBE



Teresztenye

Az élő falu?



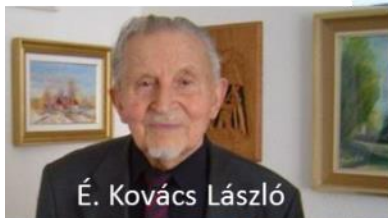
Brogli Attila



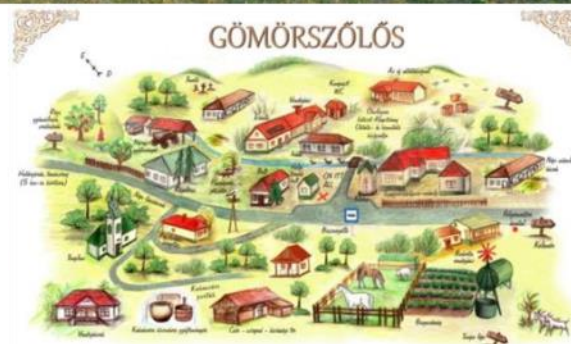
(Ahol) a jövő elkezdődött



É. Kovács Judit



É. Kovács László



SZÉCHENYI 2020

MAGYARORSZÁG
KORMÁNYA

Európai Unió
Európai Strukturális
és Beruházási Alapok



BEFEKTETÉS A JÖVŐBE



Kvaterner
szektor

Jövő, XXI. század: információs társadalom

Tudás = **tudomány, kultúra** (tradíciók fenntartása)



Tercier
szektor

Jelenkor: fogyasztói társadalom

Kőolaj, földgáz = **szolgáltatások**



Szekunder
szektor

Újkor: ipari társadalom

Vasérc, szén = ipar



Primér
szektor

Ókor, középkor: feudalizmus

Termőföld = mezőgazdaság



SZÉCHENYI 2020





A települési honlap marketing funkciói

Polgármesterek, helyi bajnokok mellé:



Menüpontos
(menu-like)

Életfa
(life tree)

Hírportál
(news paper)

Magazin
(magazine)

Szakigazgatási
(department)



Profi honlap +
Google
menedzsment



Érdekességek (archívummal és keresővel)

- 1.1 Hírek
- 1.2 Események, programok, lakossági fórumok
- 1.3 Felhívás, közérdekű közlemény, hirdetés
- 1.4 Riportok, interjúk

A hely

- 2.1 Történelem, földrajz (bevezetés, animáció, film, fotógaléria)
- 2.2 A hely államigazgatási jelképei
- 2.3 Testvérvárosok (linkjei) – együttműködés

Igazgatás

- 3.1 A hivatal felépítése (szervezet, munkatársak, elérhetőségek)
- 3.2 Szakigazgatási egységek elérhetősége
- 3.3 Ügyfélfogadási idők
- 3.4 Képviselőtestület (működés, fogadóórák)
- 3.5 Helyi rendeletek, határozatok
 - 3.5.1. Legújabb hatályosak (keresés: idő és téma szerint)
 - 3.5.2. Archívum (kereséssel)
- 3.6 Helyi nemzetiségek, kisebbségek (Nemzetiségi önkormányzat link)
- 3.7 Helyi rendezési terv, fejlesztési koncepció, fejlesztési projekt (link)

Települési honlap tartalom

Települési honlap tartalom

Intézmények (linkkel)

- 4.1 Oktatási
- 4.2 Egészségügyi és szociális
- 4.3 Közszolgáltatók
- 4.4 Művelődési, kulturális

Szervezetek (linkkel)

- 5.1 Alapítványok
- 5.2 Pártok, programok
- 5.3 NGO-k, civil szervezetek
- 5.4 Egyházak
- 5.5 Helyi kulturális programok
- 5.6 Sport programok

Hasznos linkek

- 6.1 Ombudsman
- 6.2 Közjegyző, ügyvédi iroda
- 6.3 Rendőrség
- 6.4 Tűzoltók, mentők
- 6.5 Polgárőrség
- 6.6 TB egészségügyi ellátás
- 6.7 Fogasztóvédelem
- 6.8 Tisztiorvosi szolgálat,
Környezetvédelmi igazgatóság
- 6.9 Nemzeti Park
- 6.10 Járási hivatal



Települési honlap tartalom

Okmányiroda

- 7.1 Ügymenetek ismertetése
- 7.2 Nyitva tartás
- 7.3 Elérhetőség (online)
- 7.4 Letölthető dokumentumok, űrlapok
- 7.5 Földhivatal link

Turizmus

- 8.1 Helyi érdekességek, értékek
- 8.2 Túraútvonalak
- 8.3 Térképek (GIS, zoom, információ, utcakeresés)
- 8.4 helyi tömegközlekedés (járatok, menetrend)
- 8.5 Szálláshelyek
- 8.6 Utazási irodák
- 8.7 Programok, rendezvények (ajánlás, hirdetés)
- 8.8 Tourinform pontok – Online információ
- 8.9 Szórakozási lehetőségek (színház, mozi, előadás, koncert)

Települési honlap tartalom

Üzlet

9.1 Munkaközvetítő – üzenetküldéssel

9.2 Állások

9.3 Pályázatok

9.4 Közbeszerzés

9.5 Adás-vétel

9.6 helyi cégek

9.6.1. Ipari park

9.6.2. Bevásárló központ, hipermarket

9.6.3. Ipari telephely

9.7 Helyi vállalkozások (hirdetések)

9.8 Arany oldalak

Fórum

0.1 Helyi lakossági fórum, üzenő fal

0.2 On-line helpdesk – CRM (élő kapcsolattal)

Az értékfeltárás (auditálás) leggyakoribb módszere

SWOT ANALÍZIS (nem cél; eszköz!)

STRENGTH
(erősségek)

WEAKNESS
(gyengeségek)

OPPORTUNITIES
(lehetőségek)

THREATS
(veszélyek)

Mi az eredménye a hely
márka (megdizájnolt
imázs) eladásának?

A marketing sikerességének mérése: eredmény/fontosság mátrix

Eredmény: érték	Sok	Több marketingre van szükség	Fenntartás
	Kevés	Értékfeltárásra és marketingre van szükség	Értékfeltárásra van szükség
		Kevés	Sok
		Fontosság: turisták, befektetők	

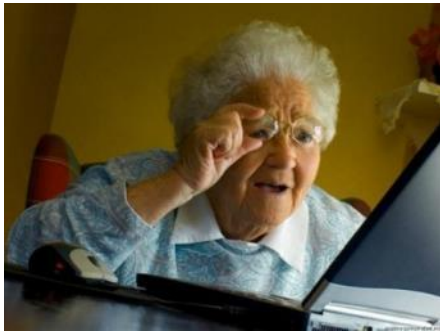
Mi az eredménye
az eladásnak?

A marketing sikerességének mérése: kereslet / versenyképesség mátrix

Kereslet: értékek és imázsuk / márkájuk		Magas	Tőkére van szükség		Fenntartás
		Közepes	Marketingre van szükség		
		Alacsony	Mindenre szükség van	Hírnévre van szükség	Értékekre van szükség
			Alacsony	Közepes	Magas
Versenyképesség: tőke elérhetőség és marketing tevékenység					

Mi az eredménye a
hely eladásának?

Győztes pozíció



Népességmegtartó képesség

*Enyedi György: ... = képesség-
megtartó népesség.*



BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

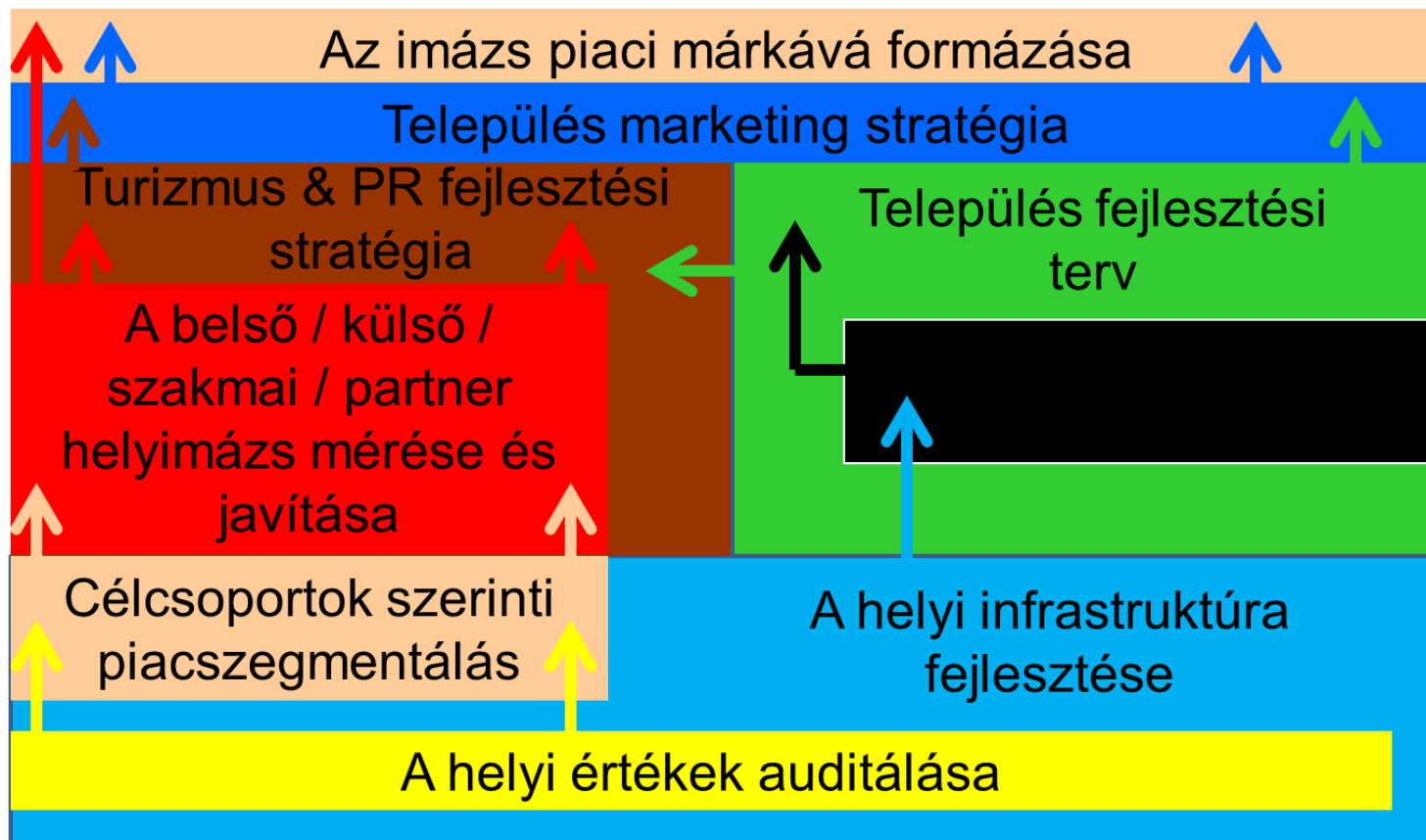
A turizmus-fejlesztési stratégia része a településmarketing stratégiának



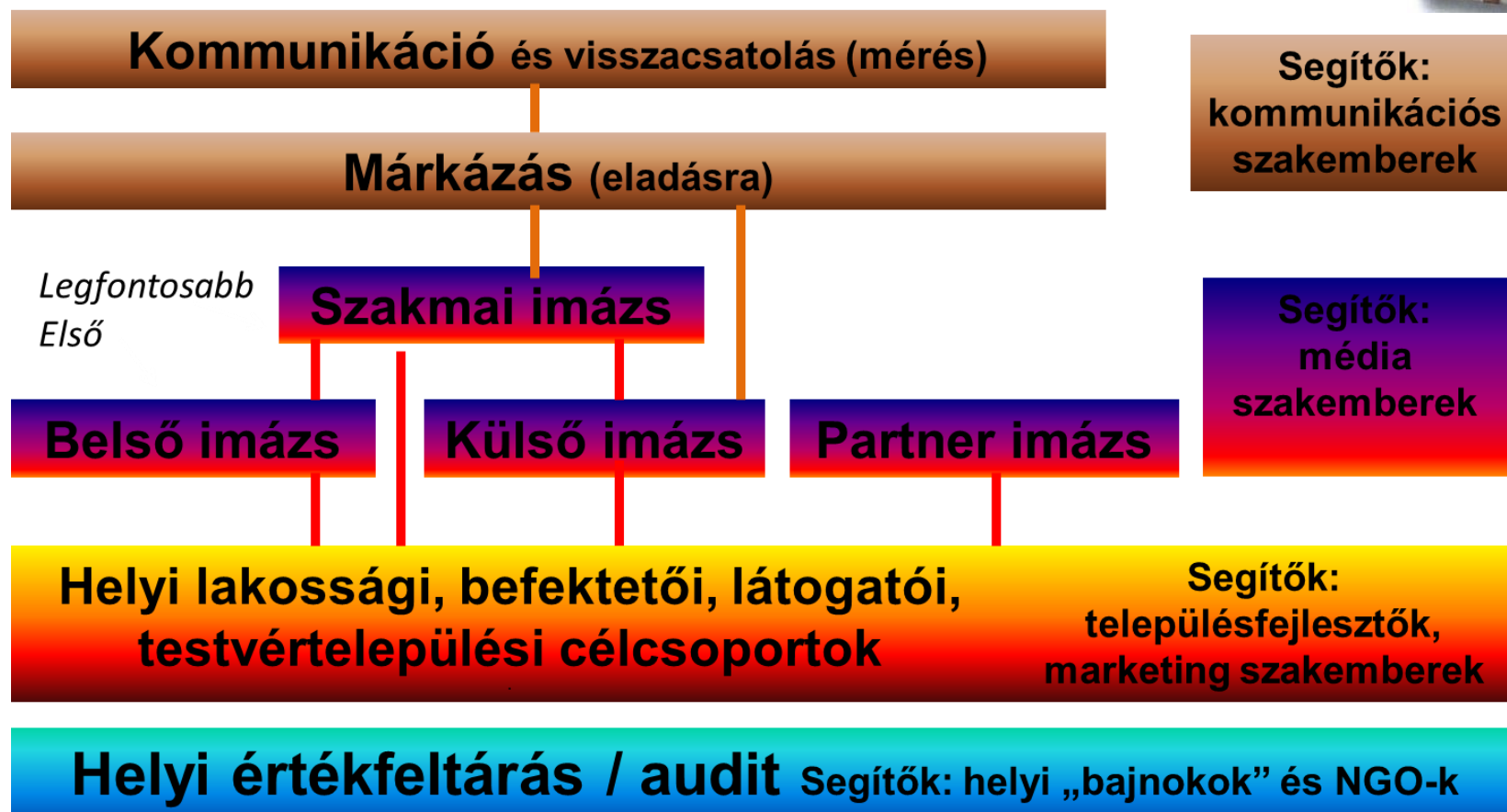
A helymárka eladása (bizalom, hitel)

Szakmai CI
Külső CI

turisták

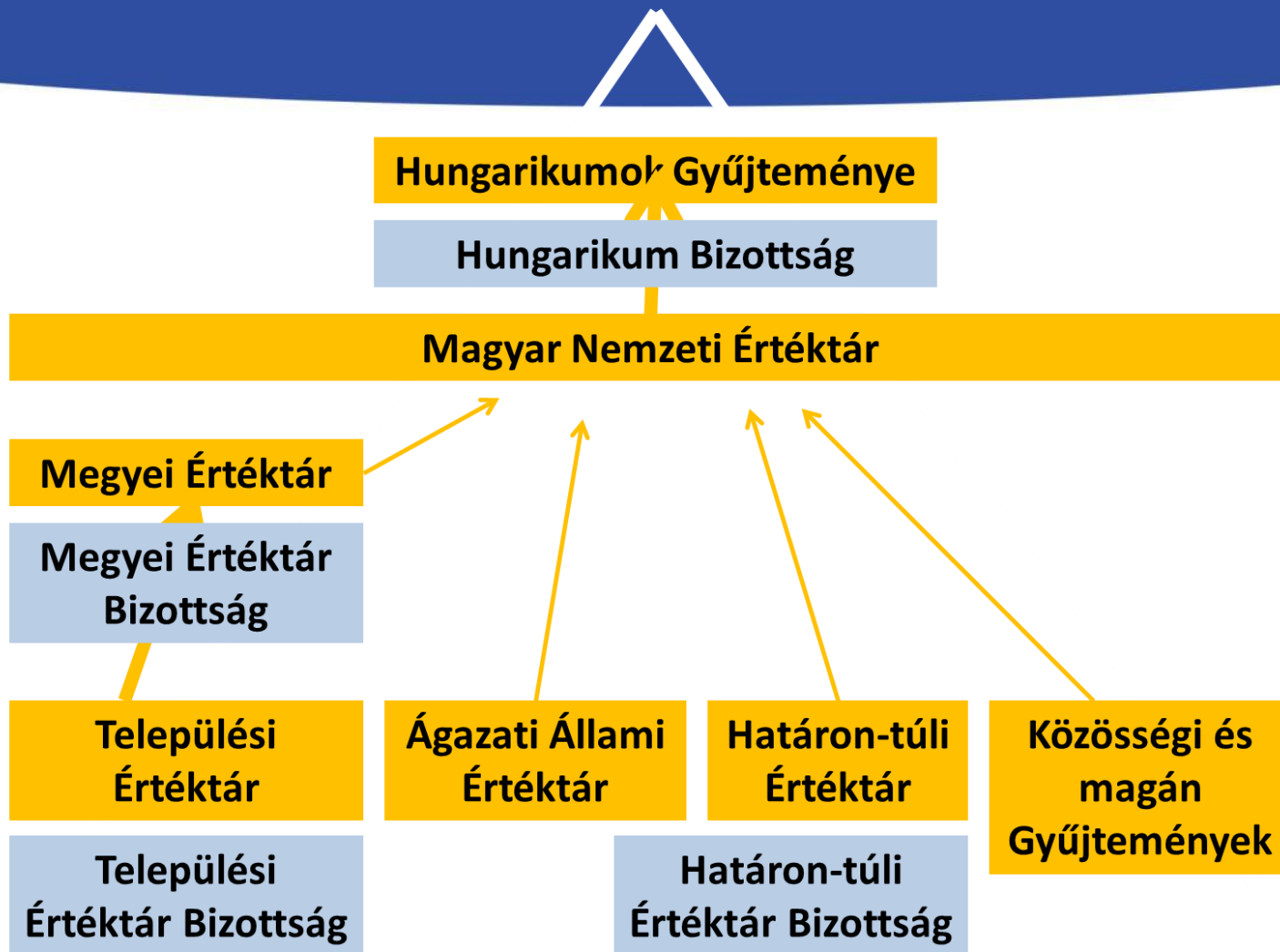


A településmarketing terv szerkezete



A hely (település, térség, ország) marketing stratégia típusai

Alap (piacnyerő, megjelenő, kínálati fejlesztési).
Piaclefedő (teljes - részleges). **Idő** (úttörő - követő).
Versenyelőny (költség, minőség, mennyiség,
innováció orientált). **Piacmegdolgozási**
(célcsoportos, differenciálatlan). **Viselkedési** (pro-
aktív/reaktív defenzív/offenzív). **Vevőorientált**
(árpolitika, preferenciák). **Konkurencia** (kooperáló,
alkalmazkodó, elkerülő, konfrontáló). **Eszköz**
orientált (kínálat/teljesítmény, kommunikációs).



Magyar Nemzeti Értéktár

Természeti értékek, adottságok

Őshonos állatfajok

Őshonos növényfajok

Védett objektumok

Nemzeti parkok értékei

Gazdasági termékek

Élelmiszerek

Alkotók termékei

Gyógyító készítmények

Feltalálók találmányai

Nobel díjas szakterületek

Társadalmi – kulturális értékek, teljesítmények

Építészeti örökség

Képzőművészeti alkotások

Múzeumok, gyűjtemények

Néprajz, népművészet, népmese

Hagyományok, fesztiválok

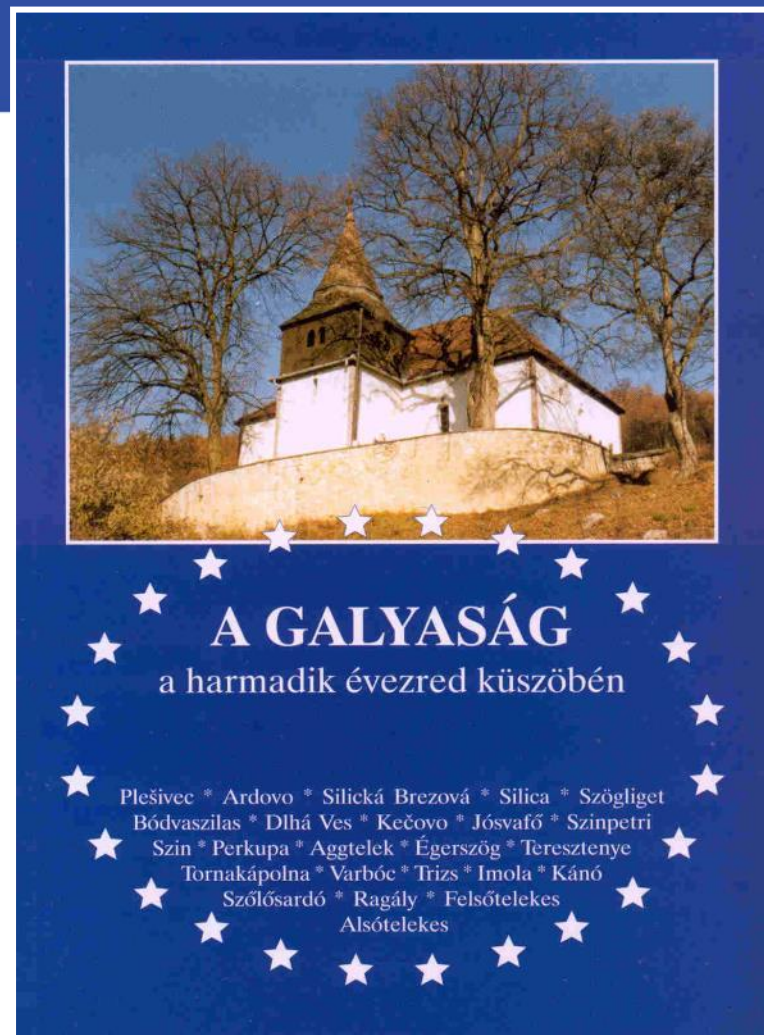
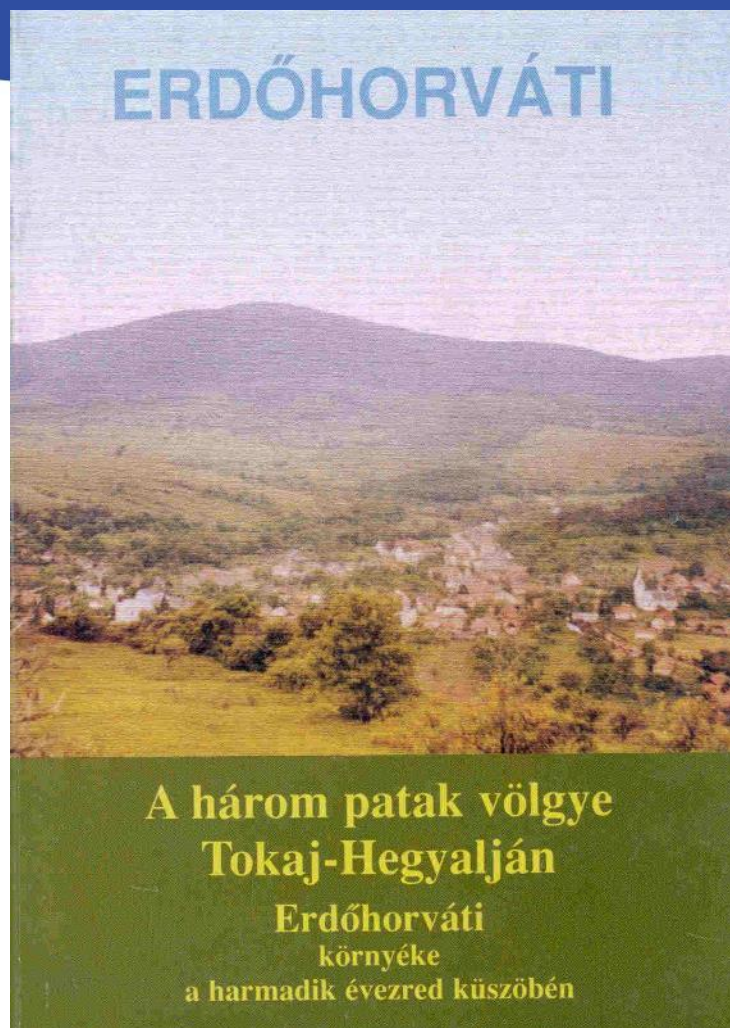
Ősi magyar hitvilág, történelem

Kiemelkedő zenei értékek

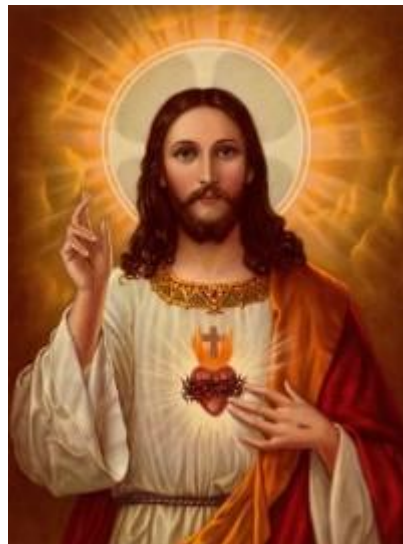
Kiemelkedő előadó művészet

Sport és olimpiai teljesítmények

Könyvtári, irodalmi értékek



**Akinek sok van, annak még több legyen,
akinek kevés van az még azt is veszítse el, amije van.**



**Mert mindenkinek, a kinek van, adatik, és megszorítottatik; a
kinek pedig nincsen, attól az is elvétetik, a mije van.
(Máté 25.14-30)**



Talentum = 50 kg arany/ezüst = tehetség



KÖSZÖNÖM A FIGYELMET!

SZÉCHENYI 



MAGYARORSZÁG
KORMÁNYA

Európai Unió
Európai Szociális
Alap



BEFEKTETÉS A JÖVŐBE