

Промоція інвестування в громаду

Від красивих буклетів
до архітектури
точних даних.



Ліва панель (Старий підхід)



- Просто логотип і природа.
- Нематеріальний актив часто ігнорується.

Права панель (Нова реальність)



**Сприйняття формує
86% ГОТОВНОСТІ ДІЯТИ.**



Туризм: 80.5% впливу на готовність відвідати.

Інвестиції: 81.5% впливу на готовність інвестувати.

Таланти: 85.5% впливу на готовність жити та працювати.

Маркетинг територій — це стратегічний процес перетворення громади на конкурентний інвестиційний продукт.

Фінансовий ROI бренду (Дані Bloom Consulting)



+0.1 бала до сприйняття =

Для країн

+15% припливу ПІІ

(\$1.95 млрд)

Для міст

+21% припливу інвестицій

(\$0.95 млрд)

У глобальному масштабі бренд формує \$444 млрд щорічного припливу інвестицій (24% від усіх ПІІ у світі).

Трансформація управлінського мислення

Стара модель

Адміністрування територій

- **Пасивне** очікування дотацій
- Виконання базових функцій
- Фокус на процесі



Нова модель

Стратегічна координація

Управління нематеріальними активами громади.
Проактивне створення цінності.

Децентралізація — це **ринок**. Ваша громада постійно конкурує за критичні ресурси:



Інвестиції
(публічні та приватні)



Таланти
(креативний клас, підприємці)



Туристів
(економічне зростання)



Резидентів

Синтез понять: Маркетинг vs. Брендинг

	Маркетинг громади	Брендинг громади
Сутність	Процес створення, просування та «доставки» території як продукту для задоволення потреб аудиторії з вигодою для громади.	Управління унікальним образом громади для формування впізнаваності, довіри та емоційного зв'язку.
Простими словами	Ідентифікація потреб і створення фундаменту.	«Те, що про вас кажуть, коли ви виходите з кімнати.»
Ключовий фокус	Аудит конкурентних переваг, визначення цільової аудиторії, оптимізація інфраструктури.	Репутація, логотип не як картинка, а як маркер довіри та обіцянка цінності.

“

Бренд — це не про логотип.

Бренд – це про залучення капіталу, довіру, соціальну відповідальність, репутацію.

«Брендинг місць використовується для сприяння економічній реструктуризації, соціальній інтеграції та згуртованості, політичній залученості та ідентифікації місця.» — Едуардо Олівейра (Eduardo Oliveira).

Замінює застарілі інструменти на більш адаптивні підходи, вплітаючи ідентичність у фізичний простір.

Фундаментальний вододіл: Внутрішній vs. Зовнішній маркетинг

Внутрішнє інформування (Для мешканців)



Мета: Залученість, зниження міграції, сплата податків.



Наратив: "Громада — це комфортний і безпечний дім."



Аргументація: Емоційна (екологія, інклюзивність, благоустрій).



Канали: Facebook, локальні чати (Viber/Telegram), місцеві медіа.

Зовнішнє просування (Для капіталу)



Мета: Залучення капіталу, нові робочі місця, ПДФО.



Наратив: "Громада — це прибутковий та прогнозований актив."



Аргументація: Прагматична (CAPEX/OPEX, LCC, ліміти енергомереж).



Канали: LinkedIn, інтерактивні ГІС-карти, система DREAM, інвест-портали.

Сегментація капіталу: Хто наш інвестор?



Місцевий МСБ

Профіль: Найбільш лояльні, знають місцеву специфіку.

Потреба: Стимули для розширення (дешевша оренда, мережі).



Релокований бізнес

Профіль: Шукають безпеку та кращу логістику.

Потреба: Швидкість запуску формату "зайшов і працюй".



Національні девелопери

Профіль: Великі мережі, шукають сировину або ринки.

Потреба: Готові промислові майданчики (Greenfield/Brownfield).



Іноземні інвестори та МФО

Профіль: Довгострокові проєкти, донори відновлення.

Потреба: Абсолютна прозорість, відсутність корупції, англomовна підтримка (Invest-Nanny).

Операційна екосистема маркетингу громади



Бренд як інструмент стратегічного просторового планування

Бренд Громади
(Нематеріальний актив)



Економічна реструктуризація

Залучення нових типів бізнесу, зміна профілю використання територій, підвищення конкурентоспроможності.

Соціальна згуртованість

Інтеграція громади, політична залученість, відчуття гордості та ідентифікації з місцем.

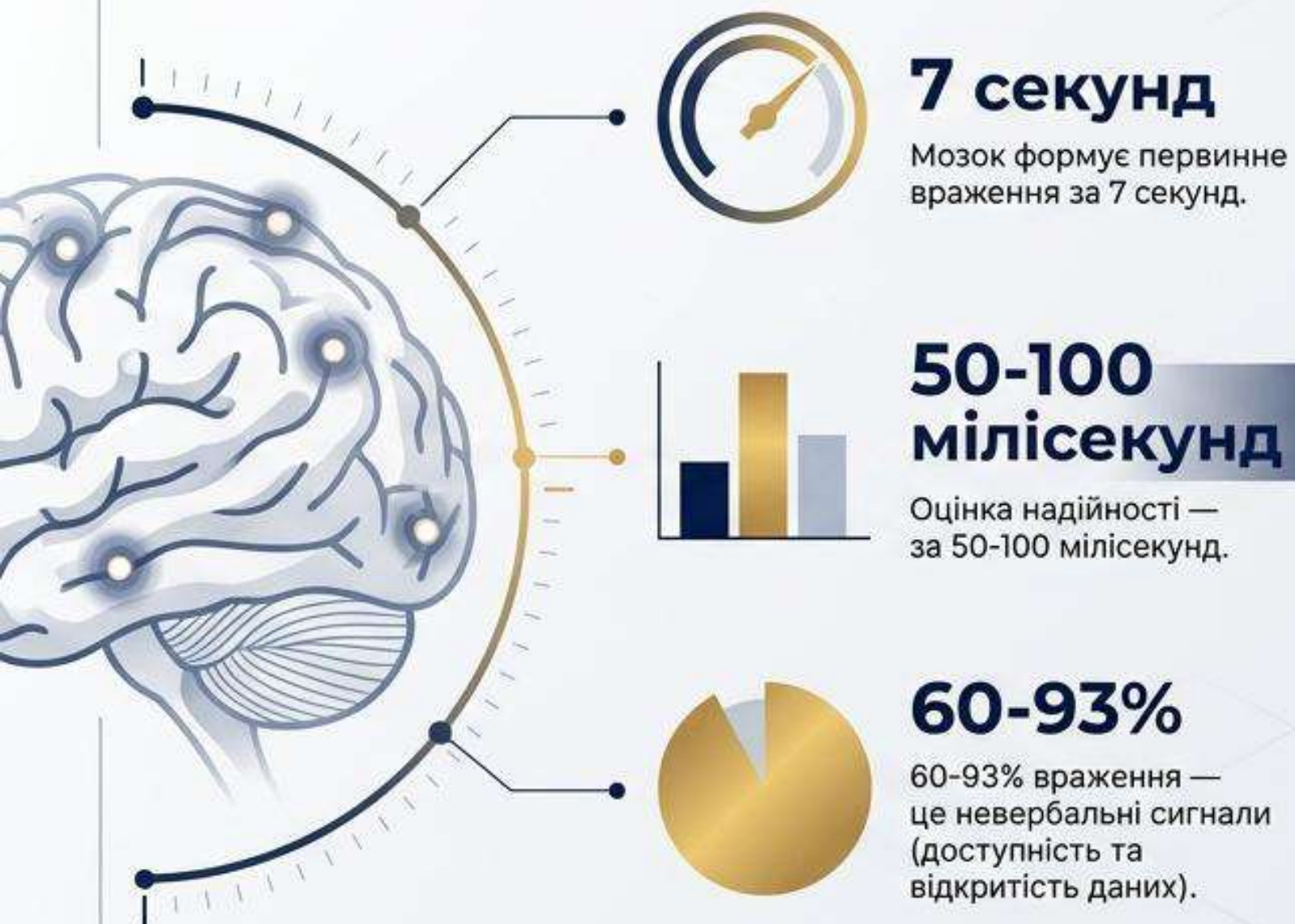
Фізичний розвиток

Вплітання ідентичності у планування громадських просторів, архітектуру та інфраструктурні проекти.

Бренд громади формує нематеріальний актив, який безпосередньо впливає на її розвиток і соціально-економічний добробут, замінюючи застарілі інструменти на адаптивні підходи.

Прозорість як невербальний сигнал довіри

НАУКА ПРО СПРИЙНЯТТЯ



ЗАСТОСУВАННЯ: ВІДКРИТІ ДАНІ

Платформа DREAM.
Кожен проєкт = канал комунікації.

Принцип «Everyone sees everything»
у реальному часі конвертує
бюджети та статуси у
живий доказ інвестиційної
готовності.

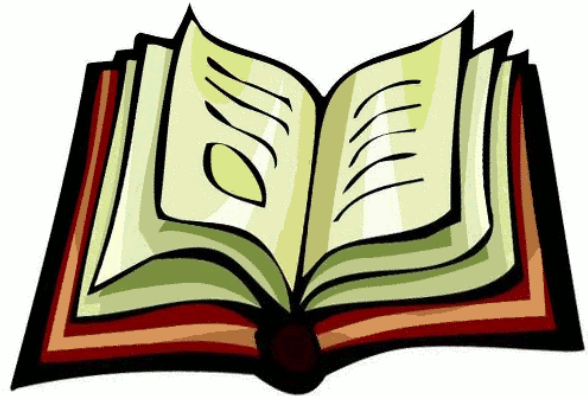
DREAM як вітрина інвестиційної готовності



Це **нова модель промоції**: не через гляцеві презентації, а через живі проекти, що прозоро демонструють здатність реалізовувати складні інвестиційні рішення.

БРЕНДИНГ - ЦЕ

- ваша історія, що постійно змінюється
- те, що ви кажете про свою громаду
- те, що інші кажуть про вашу громаду



13



Наука Сторітелінгу: Чому історії перемагають статистику



Запам'ятовуваність

Історії запам'ятовуються в **7-13 разів** краще, ніж ізольовані факти.

Під час презентацій лише **5%** аудиторії запам'ятовують статистику, тоді як **63%** запам'ятовують історії.



Швидкість обробки

Мозок обробляє емоційні сигнали в **3000 разів** швидше, ніж раціональні думки.

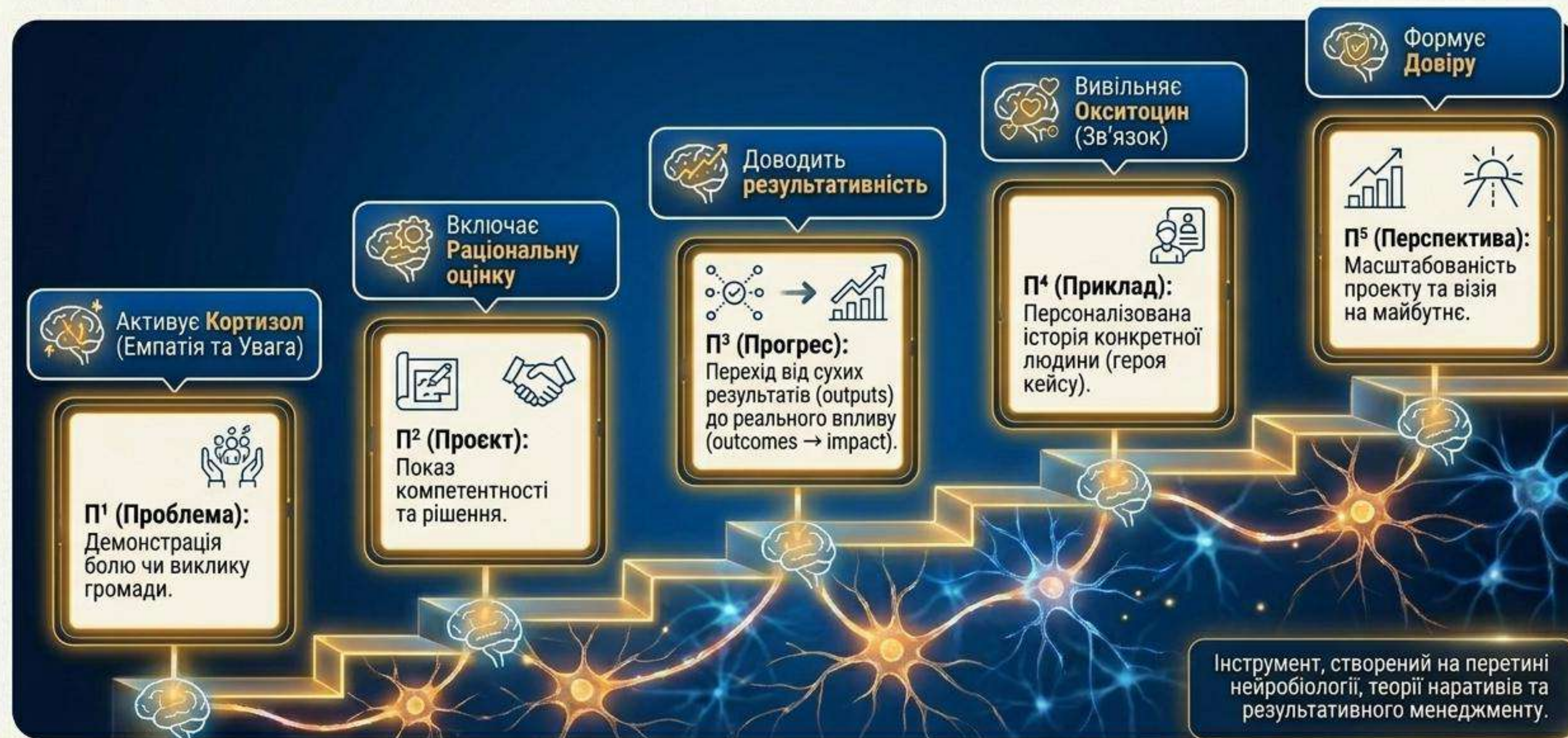


Прийняття рішень

95% рішень про інвестицію або підтримку проекту — емоційні.

Логіка підключається пізніше, щоб просто виправдати вже зроблений вибір.

Формула «5П»: Нейробіологія успішного кейсу



Анатомія історії: Розбір кейсу "Спорт для кожної дитини" (Частина 1)

"У нашій громаді 150 дітей віком 6-16 років не мали де займатися спортом узимку. Батьки скаржилися на погіршення здоров'я: 67% дітей мали надлишкову вагу.

Завдяки проєкту, за 11 місяців ми створили всесезонний спортивний комплекс площею 800 м². Побудували критий зал з роздягальнями та трибунами на 200 глядачів."

П¹ (Проблема). Формує емпатію (кортизол).

Дає чіткі цифри проблеми, показує реальні наслідки для життя громади.

П² (Проєкт). Включає раціональну оцінку.

Демонструє спроможність громади швидко і якісно реалізувати конкретне інфраструктурне рішення.

Анатомія історії: Розбір кейсу (Частина 2)

Рівень відвідуваності шкільних уроків фізкультури зріс на 34%. Зал працює 78 годин на тиждень.

Максим Ковальчук, 14 років, учень восьмого класу, каже: "Я мріяв стати баскетболістом... Через рік мене запросили до юнацької збірної області. Я виріс на 12 сантиметрів за рік!" Максим увійшов до топ-20 гравців. Його молодший брат Артем, дев'ять років, теж записався на секцію.

П³ (Прогрес). Це не просто звіт про будівництво (output), це показник того, що об'єкт змінює звички людей (outcome).

П⁴ (Приклад). Емоційний якір (окситоцин). Інвестор запам'ятає не 800 кв.м., а Максима, який виріс на 12 см.

П⁵ (Перспектива). Показує довгостроковий соціальний вплив (impact) і сталість проекту для наступних поколінь.

Цифрова зрілість проєкту: Стандарти PIM та DREAM

Чітке розмежування CAPEX та OPEX

Не загальні суми, а точний поділ на капітальні інвестиції (запуск) та операційні витрати (утримання).

Коефіцієнт B/C ratio та ENPV

Аналіз "витрати-вигоди". Обґрунтування соціально-економічного ефекту для донорів.

Стратегічний фільтр

Проект має жорстку прив'язку до Стратегії розвитку громади. Інакше — відхилення.

DREAM QR-код

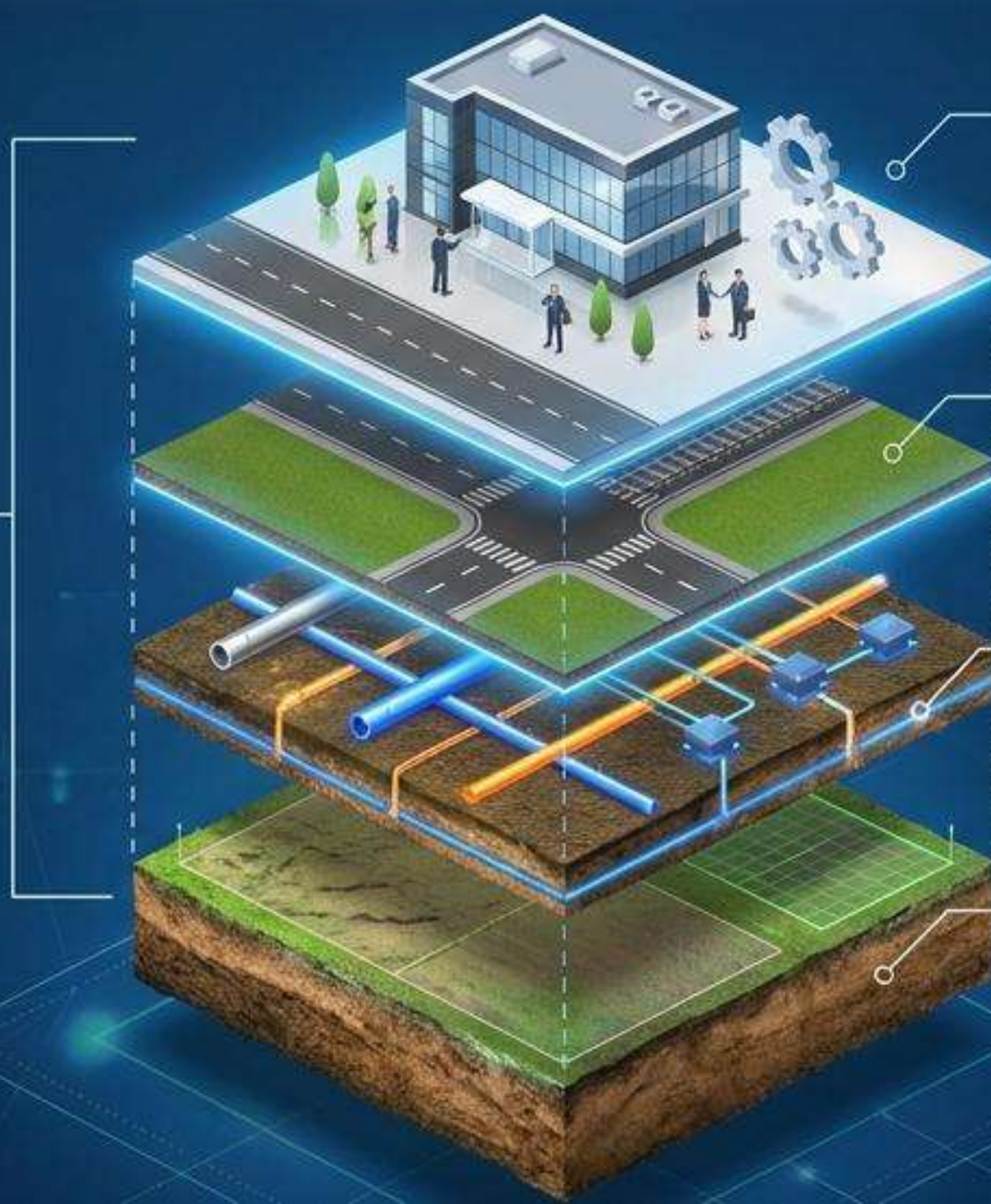
Маркер проходження державного комплаєнсу та абсолютної прозорості.



Пакування Індустріальних Парків: Модель «Ready to GO»

Великий бізнес купує не гектари, він купує **Time-to-Market** (час до виходу на ринок).

Infrastructure Layer Cake



Керуюча компанія (КК)

Наявність професійного оператора, який вирішує побутові та комунальні питання резидента.

Логістика

Відстані у кілометрах до залізниці, митних терміналів, міжнародних трас.

Інженерні мережі

Точні ліміти: Електроенергія (МВт), Газ (куб.м/год), Водопостачання.

Базовий актив (Земля)

Цільове призначення, кадастр, наявність паркану (Greenfield/Brownfield).

Матриця податкових стимулів:

Мова Cash Flow

Податок/Збір	Базова ставка	Пільга в громаді (ІП)	Фінансовий ефект (ROI)
Податок на прибуток	18%	0% (на 10 років)	Повна реінвестиція звільнених коштів у розвиток.
ПДВ та Мито	20% + мито	0% (нове обладнання)	Зменшення початкових CAPEX на старті на 20-25%.
Податок на землю	До 3% від НГО	0% (рішення ОМС)	Суттєве зниження постійних операційних витрат (OPEX).
Податок на нерухомість	Ставка ОМС	Звільнення (цехи/склади)	Пряме зменшення вартості утримання промислової площі.

Анатомія ідеального Інвестиційного Тизера (1 сторінка)

2. Локація та ГІС

Кадастр, накладені шари мереж, гарантовані ліміти (МВт, куб.м).

4. Юридичний трек

Форма інвестування (аукціон, оренда, ПВП) та реальний строк до початку будівництва (напр., "доступ за 45 днів").

1. The Hook (Суть)

Одне речення: Що пропонується? Обсяг необхідного капіталу (CAPEX) та прогнозований термін окупності.

3. Ринок праці

Людський капітал у радіусі 30-50 км. Профільні заклади освіти.

5. "Інвест-няня"

Прямий мобільний та LinkedIn англomовного менеджера (без загальних пошт типу gromada@ukr.net).

Цифровий слід громади (Digital Footprint)

Репутація для європейських партнерів та фондів (Ukraine Facility).

Прогнозованість (Predictability)

Рішення сесій ОМС у вільному доступі. Проекти жорстко прив'язані до довгострокових стратегій.

Прозорість (Transparency)

Відкриті бюджети (Open Budget), усі закупівлі через Prozorro, затверджений Антикорупційний план.

Спроможність (Capacity)

Ідеальний, верифікований профіль у системі DREAM із заповненими фінансовими індикаторами.



Правила європейської дистрибуції: Веб та LinkedIn

Субдомен 'Invest/International'



- **Окрема екосистема:** Відокремлена від локальних новин ОМС.
- **Контент:** Інвестиційний паспорт (PDF англійською), інтерактивні ГІС-карти вільних ділянок, Стратегія розвитку.
- **Швидкість:** Вся технічна інформація доступна в 1 клік.

LinkedIn (Діловий брендинг)



- **Мова:** Виключно професійна англійська.
- **Контент:** Жодних привітань зі святами. Лише тверді результати: підписані угоди, розрахунки мереж, запуск заводів.
- **Тегування:** Публічна відмітка донорів (USAID, GIZ) для створення соціального доказу довіри.

Алгоритм «Інформлиста»: Інформаційний конвеєр капіталу



Інтерактивна ГІС-карта

Візуалізація ділянки, кадастр та комунікації в один клік.



1-Сторінковий Тизер (Teaser)

Суть проекту, CAPEX, термін окупності, логістика.



Пакет Преференцій

Чіткий фінансовий розрахунок зекономлених податків (Матриця ROI).



Контакт "Інвест-Няні"

Мобільний зв'язок та LinkedIn англомовного проектного менеджера ОМС.



Головний маркер успіху: Інвестор бачить не фотографії керівництва, а **оцифровану фінансово-інфраструктурну пропозицію**, підтверджену **технічними паспортами**.

Практичне завдання:
Підготувати інформаційний лист/
(INVESTMENT TEASER)

Ваш план дій: Від інвентаризації до ринку капіталу



Аудит та Інвентаризація

Створення повного
реєстру
комунального майна.
Чіткий поділ на
майданчики Greenfield
та Brownfield.



Пакування за PIM

Формування
концептуальних записок
(Concept Notes).
Розрахунок базових
фінансових показників
(CAPEX/OPEX).



Цифрова інфраструктура

Запуск англomовної
інвест-сторінки.
Призначення Investment
Concierge (англomовної
інвест-няні).



Міжнародний Outreach

Запуск офіційної
сторінки в LinkedIn.
Системна робота з
торговими палатами
країн ЄС та МФО.

*Спроможна громада мінімізує ризики інвестора
через структуровану архітектуру точних даних.*

План-максимум: Ваше домашнє завдання

Мета: Трансформація управлінського мислення від "адміністрування" до "стратегічної координації".



Практичне завдання:

Підготуйте історію про Вашу громаду

- ☒ Чи є у вашій історії чітко виражена **Проблема** (біль), яка викликає емоційний відгук (кортизол)?
- ☒ Чи показано **Проєкт** як **компетентне рішення** з чіткими параметрами (відкриті дані, бюджет, строки)?
- ☒ Чи вимірюєте ви **Прогрес** не стінами (outputs), а змінами у поведінці та житті (outcomes → impact)?
- ☒ Чи є у вашій історії **Приклад** — конкретна людина (герой), чия доля змінилася завдяки проєкту?
- ☒ Чи зрозуміла **Перспектива** та **масштабованість** результатів на майбутнє?

Ваш проєкт — це лише початок вашого бренду.

Навчіться розповідати про нього так, щоб вам довіряли інвестори, таланти та власні жителі.

Наталія Гринчук

Чи є ще питання?

