

Ayuntamiento de Murcia

Propuesta estratégica



Ayuntamiento
de Murcia

**Cambiar de respuesta es
evolución.**



Ayuntamiento
de Murcia

Cambiar de respuesta es
evolución.

**Cambiar de pregunta es
revolución.**



Ayuntamiento
de Murcia

Cambiar de respuesta es
evolución.

Cambiar de pregunta es
revolución.

¿Qué es Murcia?



Ayuntamiento
de Murcia

¿Qué vamos a ver?

Naturaleza de la propuesta

Objetivos principales

Necesidades del proyecto

Fases y calendario

Presupuesto

Naturaleza de la propuesta

El Ayuntamiento de Murcia con su nueva corporación municipal necesita unificar su comunicación a través de un tono y diseño único y diferencial, que ponga en valor el municipio de Murcia y ayude a dar a conocer las diferentes acciones del ayuntamiento de una forma llamativa para su población.



Objetivos principales

Posicionar Murcia entre las ciudades españolas con mayor **calidad de vida** para sus ciudadanos y resto de la población a través del desarrollo de una Marca Municipio.



Objetivos principales

Posicionar Murcia entre las ciudades españolas con mayor **calidad de vida** para sus ciudadanos y resto de la población a través del desarrollo de una Marca Ciudad.

Centrar la comunicación en la **visibilidad del alcalde** de Murcia y a construir su marca personal en la corporación.



Objetivos principales

Posicionar Murcia entre las ciudades españolas con mayor **calidad de vida** para sus ciudadanos y resto de la población a través del desarrollo de una Marca Ciudad.

Centrar la comunicación en la **visibilidad del alcalde** de Murcia y a construir su marca personal en la corporación.

Conectar la política de gobierno con los **ODS**, estableciéndolos como columna vertebral y sumando acciones a cada uno de ellos.



Objetivos principales

Posicionar Murcia entre las ciudades españolas con mayor **calidad de vida** para sus ciudadanos y resto de la población a través del desarrollo de una Marca Ciudad.

Centrar la comunicación en la **visibilidad del alcalde** de Murcia y a construir su marca personal en la corporación.

Conectar la política de gobierno con los **ODS**, estableciéndolos como columna vertebral y sumando acciones a cada uno de ellos.

Diferenciar ideológicamente al nuevo **equipo municipal**.



Necesidades del proyecto

FASE DE ESTUDIO

Análisis y definición de estrategia como cimientos para crear una Marca Municipio sólida y diferencial basada en datos reales.



Necesidades del proyecto

FASE DE ESTUDIO

Análisis y definición de estrategia como cimientos para crear una Marca Ciudad sólida y diferencial basada en datos reales.

BRANDING

Dotar a la Marca Municipio de Murcia de un tono de comunicación definido y línea gráfica.



Ayuntamiento
de Murcia

Necesidades del proyecto

FASE DE ESTUDIO

Análisis y definición de estrategia como cimientos para crear una Marca Municipio sólida y diferencial basada en datos reales.

BRANDING

Dotar a la Marca Municipio de Murcia de un tono de comunicación definido y línea gráfica.

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

Conectar las conclusiones de la investigación con propuestas que permitan desarrollar los objetivos establecidos por la corporación municipal.



Ayuntamiento
de Murcia

Necesidades del proyecto

FASE DE ESTUDIO

Análisis y definición de estrategia como cimientos para crear una Marca Ciudad sólida y diferencial basada en datos reales.

BRANDING

Dotar a la Marca Ciudad de Murcia de un tono de comunicación definido y línea gráfica.

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

Conectar las conclusiones de la investigación con propuestas que permitan desarrollar los objetivos establecidos por la corporación municipal.

EJECUCIÓN

Diseñar y ejecutar acciones concretas que conecten los objetivos con la estrategia y sigan el manual de Marca Municipio.



Ayuntamiento
de Murcia

Fases y calendario

FASE DE ESTUDIO

Responsable
Academia / LCET

Evaluación de Marca Murcia 2020 con expertos, agentes sociales y ciudadanía.
Estado del Ayuntamiento de Murcia.
Conclusiones y propuestas de viabilidad y acción.

FASE DE PLANIFICACIÓN

Responsable
Ayuntamiento

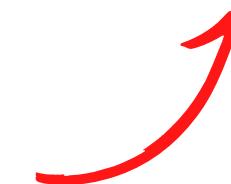
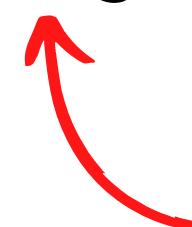
Decisión sobre propuestas.
Decisión sobre viabilidad.
Debate municipal.
Presentación de la planificación estratégica Murcia ODS 2030.

FASE DE EJECUCIÓN

Responsable
Ayuntamiento y agencias

Definir y desarrollar acciones municipales y campañas asociadas.
Gestión de la Marca Ciudad.
Visibilización de acciones.
Consultas a la ciudadanía.

FASE DE BRANDING
Responsable LCET



Ayuntamiento
de Murcia

Fases y calendario

mayo - julio 2021

FASE DE ESTUDIO
Responsable
Academia / LCET

Evaluación de Marca Murcia 2020 con expertos, agentes sociales y ciudadanía.
Estado del Ayuntamiento de Murcia.
Conclusiones y propuestas de viabilidad y acción.

sept - nov 2021

FASE DE PLANIFICACIÓN
Responsable
Ayuntamiento

Decisión sobre propuestas.
Decisión sobre viabilidad.
Debate municipal.
Presentación de la planificación estratégica Murcia ODS 2030.

2021 - 2022

FASE DE EJECUCIÓN
Responsable
Ayuntamiento y agencias

Definir y desarrollar acciones municipales y campañas asociadas.
Gestión de la Marca Ciudad.
Visibilización de acciones.
Consultas a la ciudadanía.



Ayuntamiento
de Murcia

Estudio y estrategia

Responsable
Academia / LCET

- Documentación (estrategia Murcia 2020, lecturas y consulta de datos existentes)
- Evaluación de la estrategia Murcia 2020 (ejecución de las acciones propuestas y su viabilidad).
- Encuestas y/o entrevistas.
- Consultas a expertos (ciudadanía, expertos, corporación municipal y agentes sociales/pedanías).
- Visitas y contactos con casos de éxito.

- Informe inicial de Estrategia Marca Ciudad de Murcia 2030.
- Presentación y modificaciones.
- Informe final con propuestas de acción y branding (identidad, valores y públicos)

Branding



Gracias