



distrito
∞.

CORE
CONSEJO REGIONAL
Gobierno Regional Macropostos
de Santiago

FCh
FUNDACIÓN CHILE

Caja de herramientas para el Branding de un BID

Promoción y Marketing

- Comercio
- Identidad
- Marca

FINANCIAMIENTO:



Acceso a capacitaciones través del presupuesto de cada BID, información pública.

ORGANIZACIÓN:

Liverpool BID Company



REGIÓN:

Todas las regiones

AÑO:

actualmente vigente.



PAÍS:

Estados Unidos

RESUMEN

Se ofrece una guía a los profesionales de BIDs en Estados Unidos con información sobre cómo se desarrolla y aplica una marca dentro del contexto de BID. Además, se incluyen "recetas" fáciles de seguir para medir el impacto y la eficacia de los esfuerzos de marca de un BID, definir las necesidades de marca de un BID y contratar a un consultor de marca calificado.

CONTEXTO

Cada BID necesita una marca diseñada a su medida y por ello se necesitan desarrollar un conjunto de acciones paso a paso, junto con una comprensión de los detalles clave de la implementación, incluido el nivel de dificultad, la magnitud del costo, el tiempo de entrega y los socios necesarios. Por ello esta guía para el desarrollo de marca se hace necesaria.

OBJETIVO

Entregar herramientas para la construcción de marca a los equipos gestores de los distritos comerciales.

ACCIONES

- Construir la guía.
- Difundirla a través de la plataforma web de la institución.
- Ofrecer capacitaciones en línea o presenciales para utilizarla.

Jun
2023

Branding Toolkit

A district's brand is a powerful tool that can help a Business Improvement District (BID) attract businesses, visitors, and investors by fostering a positive image and identity for the district and the organization.



RESULTADOS

- Difusión de la guía “Branding Toolkit” por parte de la Regional Plan Association (RPA) en colaboración con Streetsense, orientada a fortalecer la capacidad de los BIDs en Nueva York.
- La guía ha sido utilizada por diversos Distritos de Mejoramiento Comercial (BIDs) en Estados Unidos como herramienta práctica para diseñar, aplicar y evaluar estrategias de marca territorial.
- Se ofrecen metodologías paso a paso para evaluar la efectividad de una marca existente, definir presupuestos, establecer metas comunicacionales y crear una identidad visual coherente.

APRENDIZAJES

- Esta práctica enseña respecto a la importancia de establecer marcos para la acción que prevengan y se anticipen a posibles conflictos.
- Importancia de procesos participativos para los acuerdos.
- Para descargar la guía: https://liverpoolbidcompany.com/wp-content/uploads/2023/07/buskers_guide_liverpool.pdf



WEBSITES:

<https://rpa.org/work/reports/branding-toolkit>

