



distrito
∞.

CORE
CONSEJO REGIONAL
Gobierno Regional Macropoli
de Santiago

FCh
FUNDACIÓN CHILE

FOR Cardiff - City of Arcades Campaign

Promoción y Marketing

● Patrimonio ● Comercio ● Competitividad

FINANCIAMIENTO:



A través del presupuesto anual del BID constituidos por las cuotas o aportes de sus miembros.

ORGANIZACIÓN:
Cardiff BID



REGIÓN:
Gales



PAÍS:
Reino Unido

AÑO:
actualmente vigente.

RESUMEN

FOR Cardiff entró en su primer mandato en 2017. Tiene 766 contribuyentes en una variedad de sectores, incluido el sector de oficinas y el comercio minorista y tiene un presupuesto operativo anual de £1,4 millones. El programa de BID cubrió las áreas clave del proyecto: hacer del BID un lugar vibrante, acogedor e influyente realizando el valor patrimonial del lugar.

CONTEXTO

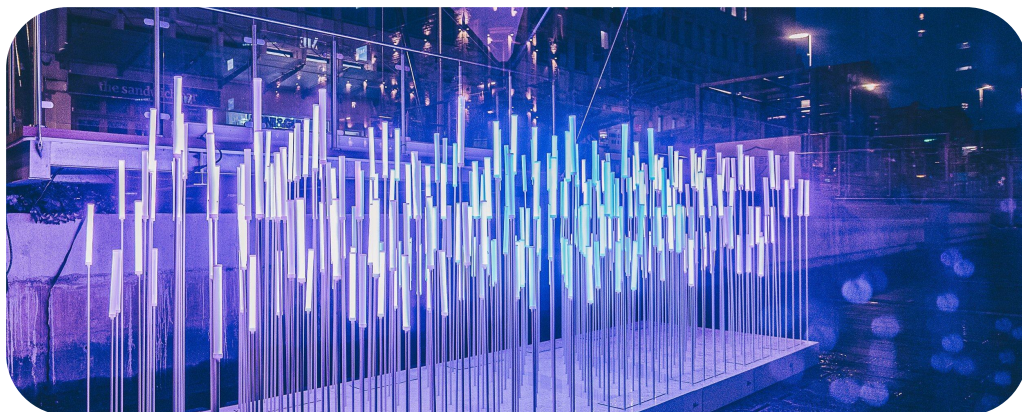
FOR Cardiff incluye el sector de oficinas y el comercio minorista. El programa de BID cubrió las áreas clave para hacer del BID un lugar vibrante, acogedor e influyente realizando el valor patrimonial del lugar.

OBJETIVO

Aumentar los compradores para lograr que las personas compren en el BID y no elijan hacerlo en línea.

ACCIONES

- Abordar la baja de compradores utilizando uno de los mejores activos de la ciudad para atraer visitantes nuevos y recurrentes: las siete galerías históricas de Cardiff son un vínculo con el Cardiff histórico, pero siguen siendo económicamente exitosas y conocidas por los comercios locales independientes.
- Crear una campaña bilingüe (inglés y galés) que aumentara su perfil y cambiar el nombre de Cardiff a la ciudad de las galerías.



RESULTADOS

- Comprensión de los tiempos de viaje desde ciudades cercanas como Bristol y Bath, para su uso en mensajes de campaña, utilizando FOR Cardiff Rangers para reunir comentarios de las empresas y evaluación del éxito de campañas similares en todo el Reino Unido.
- Realización de reuniones de asociación con grupos independientes y miembros de FOR Cardiff para perfeccionar los mensajes y los resultados.
- Invitar a a los residentes que votaran por su tienda, cafetería u hotel favorito.
- Creación del día "La Ciudad de las Galerías" y una Asociación potencialmente internacional con comercios similares como Milán, Italia.
- Aumento de comercio presencial en Cardiff.

APRENDIZAJES

- Abarcar el máximo de comercios posibles, los que se encuentran dentro de los 800 m de galerías.
- Aprovechar las empresas más populares.
- Usar testimonios de base y percepciones tanto positivas como negativas en la campaña diseño.
- Generar un sentido de pertenencia en la campaña y, por extensión, en relación a Cardiff.
- Evaluar la campaña después de las fases 1. y 2.



WEBSITES:

<https://www.forcardiff.com/who-we-are/>



CONTACTOS:

Carolyn Brownell, directora de marketing y comunicaciones

02920 314773

carolyn@forcardiff.com

