Logo, herb, księga znaku

1. Dlaczego miasta mają logo ?

Dzisiaj każde ambitne miasto wykorzystuje swoje atuty. Prezentuje swoje położenie, szuka dobrych kontaktów drogowych oraz Partnerskich z bliższym i dalszym otoczeniem. Pisząc ambitne mam na myśli szeroko pojętą ambicję: miasto pełne ambitnych mieszkańców, miasto ambitnych przedsiębiorców, miasto ambitne swoją historią, miasto ambitne swoimi planami rozwoju, miasto ambitnych planów rewitalizacji, miasto ambitnego lidera. Te wszystkie ambicje są wielowymiarowe i wyzwaniem jest ich realizacja. Dlatego trzeba te plany pokazywać wszystkim ważnym odbiorcom tych ambitnych komunikatów.
Piotrków Trybunalski w roku swojego 800-lecia pokazał że jest jednym z takich miast. Posiada atuty, które pozawalają mu działać ambitnie. Dlatego w grudniu 2017 roku uchwałą Rady Miasta została przyjęta Strategia Promocji. Serdecznie zachęcamy do lektury tego ważnego dokumentu. Pozwolę sobie przytoczyć jego główne wnioski:
Wielki Plan - Wspólna Reprezentacja
Pamiętając, że najszybciej ludzie komunikują się obrazem powinniśmy wykorzystać to narzędzie do jak najlepszej promocji Piotrkowa Trybunalskiego.

2. Marka miasta – co to jest ?

Nie jest tajemnicą, że miasta rozpoczęły procesy współzawodnictwa już wiele dziesiąt lat temu. W globalnej gospodarce konkurencje w których odbywa się walka dotyczą najważniejszych sfer życia: dobrej infrastruktury, dobrze zorganizowanej przestrzeni miasta, wygodnych usług, atrakcyjnych propozycji spędzania wolnego czasu. Piotrków również bierze udział w tych wyzwaniach, gdyż celem finalnym jest dobre samopoczucie mieszkańców.
Żeby jasno określić jakie są najważniejsze akcenty dla Piotrkowa Trybunalskiego w tych konkurencjach powstała nowa marka. Przez komunikację marki miasta będziemy rozumieć wszelkie działania podejmowane przez markę (koordynatora marki), które są nośnikiem jej tożsamości (w tym pozycji marki), np.: Kampanie edukacyjne, reklamowe, eventy, małą architekturę miejską, działania public relations, obecność w mediach tradycyjnych oraz elektronicznych tj.: aplikacje na smartfony, gry elektroniczne, Internet,
aktywność w mediach społecznościowych itp.
Podstawowym założeniem komunikacyjnym jest to, że wartości marki wyznaczają zakres formułowania głównych tematów poruszanych w komunikacji (co mówimy? co komunikujemy?), natomiast korzyści dla grup docelowych determinują styl komunikacji, czyli sposób w jaki przekazywane są tematy komunikacji (jak mówimy? jak komunikujemy?).

3. Jak projektuje się dobry logotyp dla miasta ?

Logotyp dla miasta jest wyjątkowym znakiem. Oczywiście że jest narzędziem marketingu, jak każde inne logo, ale jego zadania, cel, powiązania, jego charakter czyni projektowanie takiego znaku wyjątkowym zadaniem.
Po pierwsze dobry logotyp musi spełniać cechy dobrej identyfikacji wizualnej: jest prosty, czytelny, oryginalny i zapamiętywalny.
Po drugie logotyp musi spełnić założenia wypracowanej i wyznaczonej koncepcji komunikacji ze światem. Treścią tej komunikacji jest wspominana wcześniej koncepcja.
Po trzecie ze względu na historię i powiązania Piotrkowa Trybunalskiego z regionem i krajem. W tym aspekcie Piotrków Trybunalski jest szczególnie wyjątkowy w Polsce. Projektując dobre logo dla

miasta nie można zapominać o jego uwarunkowaniach historycznych, o jego powiązaniach z danym obszarem, regionem, ziemią piotrkowską oraz oddziaływaniem tym minionym, tym obecnym i tym które w przyszłości pozwoli zrealizować ambicje Piotrkowian.

Księga znaku do pobrania TUTAJ (duży plik pdf)

Piotrków Trybunalski