

Cuestionario autoevaluación marca ciudades

¡Desafíate a rellenarlo!

En algunos seminarios me piden un pequeño cuestionario para que los participantes tengan que repensar lo que hemos compartido. Si te va esto de las marcas y su relato, intenta contestarlo. Después, tú mismo: obra en consecuencia.

1.La marca de la ciudad es

- 1.1. El último modelo para gestionarla
- 1.2. Una manera de centrar la comunicación
- 1.3. La sugerencia de una agencia de comunicación al equipo de gobierno
- 1.4. Una propuesta rotunda para que la ciudad se transforme para posicionarse contemporáneamente
- 1.4. Algo que es propio de grandes ciudades

2.La marca ciudad la elabora

- 2.1. Alguien que tiene ideas brillantes
- 2.2. Se encarga a una agencia de comunicación buena
- 2.3. Es el primer y principal trabajo del equipo de comunicación del gobierno
- 2.4. La sugiere el propio partido
- 2.5. Es una idea especial del alcalde/presidente

3.Su elaboración es fruto

- 3.1. De un estudio sociológico con muchas páginas y aparato científico

- 3.2. Es el resultado de un proceso que parte de los ciudadanos y sigue con visión/misión/valor /relato
- 3.3. Mejor que elaborarla: copiar alguna de una ciudad espléndida.
- 3.4. Sale de juntar todas las necesidades ciudadanas
- 3.5. Un valor contemporáneo y emprendedor es suficiente

4.La marca de valor de la ciudad

- 4.1. La usamos solo para comunicar.
- 4.2. La centramos en un modernísimo diseño del símbolo
- 4.3. Lo fundamental es que se vea mucho
- 4.4. Es el eje desde el que se toman todas las decisiones públicas para la ciudad
- 4.5. Es importante para atraer turismo

5.En la comunicación desde la marca lo importante es

- 5.1. Lograr la confianza de los ciudadanos
- 5.2. Estar continuamente en los medios de comunicación
- 5.3. Informar, informar e informar.
- 5.4. Tener a los medios de nuestra parte
- 5.5. Ganar premios de comunicación

Respuestas buenas: 1.4, 2.3, 3.2, 4.4, 5.1

Toni Puig/ www.tonipuig.com / Madrid, primavera 2015