



INVEST
IN MATARÓ

BARCELONA'S
NORTHERN
GATE

LLIBRE D'ESTIL

ÚS DE LES PRINCIPALS XARXES SOCIALS



BLOC 1: SUMAR I GUANYAR !

INVEST IN MATARÓ POLIGONS D'ACTIVITAT ECONÓMICA DE MATARÓ



TecnoCampus
Construïm futur



SUMARI GUANYAR !

ÍNDEX



0. SUMAR I GUANYAR.....	7
1. EL LLIBRE D'ESTIL.....	10
2. MARCA I MISSATGES.....	12
3. PÚBLICS OBJECTIUS I USUARIS DE LA MARCA.....	14



SUMAR I GUANYAR



El precedent: la marca Barcelona

"Barcelona es la sisena ciutat del món amb millor marca global (2014 informe anual Observatori de Barcelona)".

Des de fa anys, grans empreses associen la seva marca corporativa amb la ciutat de Barcelona. Per què? Per la seva projecció internacional i els seus atributs associats a aquesta (entorn, dinamisme, multiculturalitat, emprenedoria, altres).

Barcelona és una marca molt més coneguda i amb més projecció internacional que, per exemple, la marca Catalunya.

Donat l'èxit d'associació entre la marca Barcelona i les grans empreses, avui dia moltes pimes amb vocació exportadora se sumen a incorporar "Barcelona" al seu nom.

I les empreses de Mataró? La marca INVEST IN MATARÓ – Barcelona's Northern Gate. Beneficis per les empreses.

Des de la ciutat de Mataró es treballa per retenir i millorar competitivament el teixit productiu i atraure inversions. Com podem transformar la nostra ciutat en "Friendly for Business" mentre potenciem l'activitat de les empreses residents? Es vol aprofitar l'òrgan de la marca INVEST IN MATARÓ

A tals efectes hi ha en marxa diverses accions molt concretes, per les que es necessita la **participació activa de les empreses residents a Mataró:**

1. **S'ha creat una marca que potencia la demarcació de Mataró** i aprofita l'òrgan internacional de la marca Barcelona: MATARÓ – Barcelona's Northern Gate (Mataró – Porta Nord de Barcelona).
2. **Una marca que ubica a la ciutat i també les seves empreses.** Una marca associada als grans motors de la ciutat: Tecnocampus Mataró-Maresme, CETEMMSA, el Port, el Comerç, el Turisme, la capacitat i la tradició industrial, etc.
3. Aprofitar l'òrgan del TECNOCAMPUS i la marca INVEST IN MATARÓ – Barcelona's Northern Gate **en benefici de les empreses de la ciutat**, que són les autèntiques protagonistes.
4. **Oferir un servei "claus en mà"** per les empreses residents i aquelles que vulguin establir-se a la ciutat. A tals efectes hi ha en marxa l'Oficina d'Atenció Empresarial (OAE) per tal d'amortitzar els processos i actuar com a front office per atendre les peticions o sol·licituds d'empreses establertes a Mataró o possibles inversors.

Es vol aplicar l'èxit d'associació entre la marca Barcelona i les seves empreses a l'àmbit de les empreses de Mataró.

Els objectius són ambiciosos:

- 1. Associar la marca MATARÓ a les empreses de la ciutat**, associant prèviament la marca MATARÓ a la de BARCELONA sobretot per la seva projecció internacional entre altres.
- 2. Que les empreses facin seva la marca**, obtenint, de pas, beneficis directes de totes de totes les campanyes de promoció de la ciutat impulsades pels organismes de suport a les empreses.
- 3. Construir una comunitat real**, a partir de la interacció i el diàleg constant, entre la OAE (oficina d'atenció a les empreses) i les empreses. Per això, s'impulsaran eines des de les xarxes socials més populars on estaran convidades les empreses (inicialment, a partir d'un Grup de treball a LinkedIn). Només així es podrà construir una ciutat "business friendly" a la mida de les necessitats de les empreses ubicades a Mataró.

La dinamització econòmica de Mataró és un "projecte de ciutat" per a les empreses i amb les empreses.

El paper actiu de les empreses:

"Les ciutats no es poden construir sense la participació dels seus ciutadans". De la mateixa manera, per molts esforços que es duguin a terme des de les Institucions o les associacions empresarials, no s'assoliran els resultats esperats (visualització, promoció, dinamització, augment de la competitivitat dels Polígons d'Activitat Econòmica) sense la participació activa de les empreses ubicades als polígons.

Hi ha un aspecte que depèn íntegrament de les empreses i només d'aquestes:

- La visualització de les mateixes (associades als Polígons de Mataró)
- La geolocalització de la seva pròpia activitat
- La seva implicació en la participació activa de la cerca de solucions que millorin les seves condicions competitives.

Per tal de facilitar la interactivitat desenvoluparan un seguit de xarxes socials adreçades a recollir les seves opinions i fomentar les seves propostes de manera proactiva: un canal bidireccional amb les Institucions i entre les empreses.

Per tal d'ajudar les empreses en la participació al Grup LinkedIn i la geolocalització de la seva activitat, s'han dissenyat instruments i guies en format de "minimanuals" i "tutorials" , així com sessions presencials guiades per experts.



INVEST
IN MATARÓ

BARCELONA'S
NORTHERN
GATE



Instruments com la marca (la visualització de la qual ajudarà en la pròpia estratègia de visualització de cada empresa resident) i les xarxes socials (per dinamitzar la comunicació) són clau per assolir la potència que, com una comunitat, supera en molt l'estratègia i els esforços individuals.

EN RESUM:



EL LLIBRE D'ESTIL



El llibre d'estil

És un document instrumental que permet ajudar les empreses ubicades als Polígons d'Activitat Econòmica de Mataró a utilitzar, en benefici propi i del conjunt, la marca INVEST MATARÓ Polígons d'Activitat Econòmica de manera coherent i uniforme.

El llibre desplega **directrius i mesures** a tenir en compte per a la generació d'instruments de comunicació a partir de la marca i segons el perfil dels usuaris. Aquests instruments consisteixen bàsicament en l'ús compartit de les xarxes socials.

Estructura del document

El llibre d'estil ha estat concebut com una guia organitzada per Blocs que tracten les diverses fases de la producció i la gestió de la marca INVEST IN MATARÓ Polígons d'Activitat Econòmica.

Així, en el **primer Bloc** es defineix la necessitat de visualitzar-la (visualitzar el què, la marca?) (el que no es veu no existeix), els tipus de missatges (què volem transmetre), els públics objectius i els usuaris de la marca (les empreses ubicades als PAE de Mataró), de manera que la seva utilització conjunta reforci tots els usuaris (estratègia de sumar esforços en benefici propi i del conjunt).

En un **segon Bloc** s'indiquen els aspectes i criteris per l'ús de la marca en les xarxes socials més populars (de manera uniforme i homogènia).

Les xarxes socials més populars analitzades en el segon Bloc es classifiquen en tres grups:

- **Xarxes socials generadores d'opinió, interactivitat i networking:** twitter, facebook i LinkedIn.
- **Xarxes socials repositoris:** Youtube, Flickr i Slideshare.
- **Xarxes socials de geolocalització:** Google Places, Yelp, Foursquare.

A més a més, el llibre d'estil s'acompanya dels següents **materials de suport**:

- **Tríptics mini manuals :** de les xarxes socials de geolocalització que poden aplicar les empreses residents en els Polígons d'Activitat Econòmica de Mataró (Google Places, Yelp i Foursquare), així com un altre tríptic dirigit a la creació de perfils d'empresa a LinkedIn i com participar al Grup de Treball a LinkedIn.
- **Tutorials en format audiovisual** per ajudar en la Geolocalització a Google Places, la creació de perfils d'empresa a LinkedIn i com pertànyer al Grup LinkedIn –primera xarxa que s'activarà- *Polígons d'Activitat Econòmica de Mataró*.



Aquests materials de suport s'adrecen directament a les empreses i defineixen el seu propi **modus operandi** –element necessari i en benefici del conjunt per assolir els objectius perseguits per visualitzar, potenciar i promocionar la marca global-. En aquests materials es descriurà, en tercer lloc, l'últim grup de les Xarxes socials.

Malgrat que les empreses poden trobar eines útils a aplicar a la seva pròpia estratègia de comunicació en les xarxes socials, les pautes descrites al Segon Bloc de la guia (és a dir les xarxes socials generadores d'opinió i les que actuen com a repositoris) van adreçades als agents que actuen com a coordinadors/impulsors de la marca INVEST IN MATARÓ Polígons d'Activitat Econòmica, rol que en primer lloc assumirà Tecnocampus Mataró -Maresme.

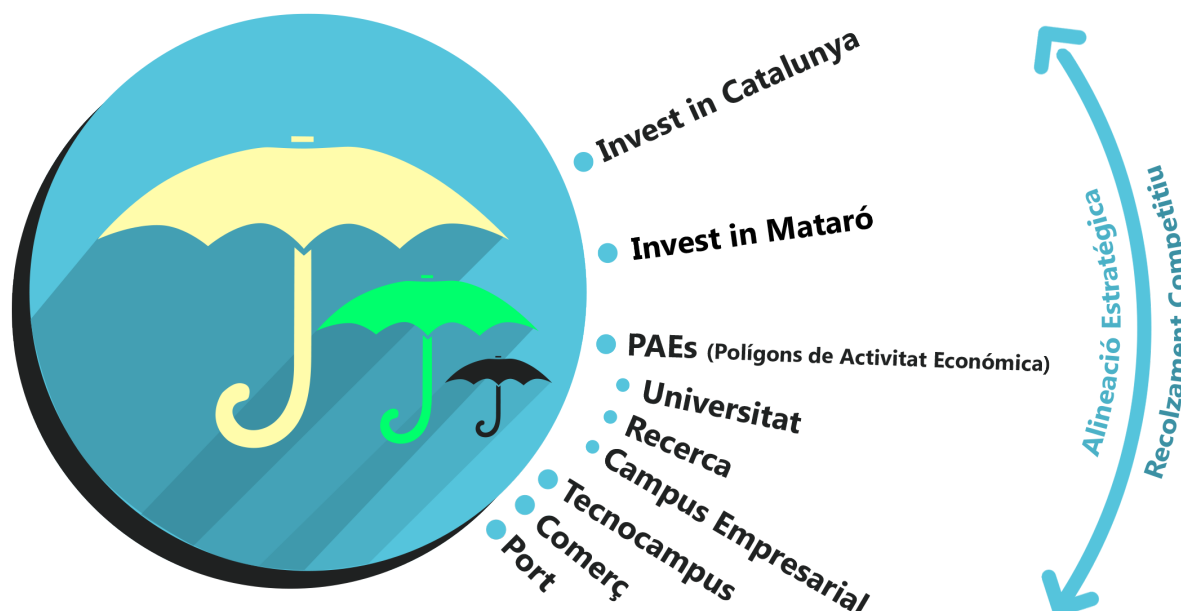
MARCA I MISSATGES

2

L'ús pautat de la present guia sobre les xarxes socials que es posarà en marxa per els Polígons d'Activitat Econòmica de Mataró s'emmarca dins la necessitat de visualitzar el potencial industrial de la ciutat de Mataró.

Per tal d'instrumentalitzar aquesta estratègia, s'han creat les marques **INVEST IN MATARÓ – Barcelona's Northern Gate** i la submarca **INVEST IN MATARÓ Polígons d'Activitat Econòmica**.

Aquestes no actuen independentment sinó en interacció amb d'altres existents en el mercat, tal i com indica el següent gràfic:



Per visualitzar i donar una entitat a la submarca **INVEST IN MATARÓ Polígons d'Activitat Econòmica**, s'han impulsat un seguit de xarxes socials on tots els agents implicats s'hi veiessin representats i facilités la interacció entre ells. S'han definit 2 accions inicials molt concretes: la creació d'un Grup de Treball a LinkedIn (punt de trobada i d'interacció entre els agents coordinadors i les empreses) i la promoció de la geolocalització de les empreses ubicades als polígons de Mataró. És a dir: la visualització de la realitat dels Polígons d'Activitat Econòmica i la promoció de la interacció entre i amb les empreses residents.



INVEST
IN MATARÓ

BARCELONA'S
NORTHERN
GATE

LLIBRE D'ESTIL

L'arquitectura combina marques de producte i denominacions geogràfiques

CATALUNYA

BARCELONA

INVEST IN
CATALUNYA

MARCA MESTRE
INVEST IN MATARÓ

SUBMARQUES
PER ACTIVITAT ECONÒMICA

INVEST IN MATARÓ
POLÍGONS D'ACTIVITAT
ECONÒMICA

ALTRES
MARQUES
QUE RECOLZEN
L'ACTIVITAT ECONÒMICA

TECNOCAMPUS
MATARÓ-MARESME
PAEs (EL RENGLE PER
EXEMPLA)
ALTRES MARQUES

Aquestes marques amb INVEST IN MATARÓ com a marca mestre, es reforcen entre elles.
També permeten desenvolupar un posicionament, una promesa i uns atributs propis.

Missatges

- Tots els agents (empreses, associacions empresarials i organismes de suport a l'empresa) en relació directa amb els polígons de la ciutat de Mataró formen una **COMUNITAT** que pot interactuar en les xarxes socials.
- El diàleg continu en la comunitat permet **MILLORAR LA SITUACIÓ COMPETITIVA** dels polígons i **DISSENYAR SOLUCIONS CONJUNTAMENT**. Per tal de millorar aquest diàleg continu s'implementaran eines de diàleg mitjançant les xarxes socials més populars (en primer lloc LinkedIn).
- Els esforços institucionals per visualitzar el potencial industrial de Mataró han de beneficiar les empreses residents. **LES EMPRESES SÓN LES PROTAGONISTES**.
- Moltes empreses no coneixen d'altres al seu voltant geogràfic més immediat –Mataró– i estan perdent **MERCAT POTENCIAL LOCAL** o la possibilitat de realitzar negocis amb elles.
- Situar en el **MAPA INTERNACIONAL** els polígons de Mataró ha d'ajudar les seves empreses residents a realitzar negocis amb l'exterior. Els avantatges geogràfics (Barcelona's Northern Gate) atribuïts als Polígons en general, també ho són per a les empreses ubicades en la mateixa zona. Les empreses poden utilitzar la marca **per als** seus propis negocis a l'exterior.

PÚBLICS OBJECTIUS I USUARIS DE LA MARCA



Distingim dos grups:

Comunitat interna (usuaris de la marca): composta per empreses, organitzacions empresarials i institucions relacionades amb la promoció econòmica de la zona del Maresme.

L'objectiu final és aconseguir que la comunitat interna (usuaris) es senti partícip del projecte (que no és cap altre que visualitzar i ubicar en el mapa general els Polígons d'Activitat Econòmica de la ciutat de Mataró) i que participi i interactui entre ella, millorant les condicions de vida i competitivitat del seu entorn, així com maximitzant els possibles negocis i activitats entre els diferents agents.

Públics externs: altres Polígons d'Activitat Econòmica, empreses no ubicades a Mataró, Institucions de promoció econòmica. El missatge que es vol transmetre a partir de la marca és:

- Mataró una ciutat per viure i fer negocis.
- Mataró una ciutat de llarga trajectòria industrial.
- Mataró una ciutat on ubicar la vostra empresa.
- Mataró "la porta nord de Barcelona", un enclavament geoestratègic pel vostre negoci.

L'objectiu és que els públics externs reconeguin els Polígons d'Activitat Econòmica de Mataró i el seu dinamisme, els ubiquin en un mapa i, fins i tot, s'acostin a ells, de manera que es produeixin sinèrgies entre aquests i les empreses ubicades als polígons de Mataró.



INVEST
IN MATARÓ

BARCELONA'S
NORTHERN
GATE

SUMAR I GUANYAR !

TecnoCampus Mataró-Maresme | Torre TCM 2 Planta Baixa | Av. Ernest Lluch 32 (Porta Laietana)
08302 Mataró (Barcelona) | Tel. 93 169 65 00 | Fax. 93 169 65 05 | teixitproductiu@tecnocampus.cat
www.tecnocampus.cat



TecnoCampus
Construïm futur

AMB EL SUPORT DE :



**Diputació
Barcelona**