

СТРУКТУРА СОТРУДНИЧЕСТВА

	WNW	ИнСУСС
стратегия	кросс-промоушен	
технология	<p>Организация и использование долгосрочного (год и более) проекта – информационного повода на базе ИнСУСС</p> <p>Формат: дискуссионный клуб по вопросам здоровья, долголетия и современных технологий – «Городская культура здоровья»©</p> <p>Актуальность: экспертное информирование широкого круга заинтересованных лиц по всем вопросам жизни в современном мегаполисе, касающимся факторов воздействия на биологию и психологию современного человека.</p>	
тех. затраты	время на подготовку, время на проведение	обеспечение оборудования, уборка, информирование прямых стекхолдеров, в т.ч. пациентов.
скрытые услуги	PR-сопровождение (взаимодействие со СМИ, составление информационно-рекламных текстов, создание книги о КБ РАН),	совместное использование конф. зала и оборудования
прямые выгоды	исследования общественного мнения, рост и развитие проф. компетенций	расширение круга стекхолдеров, привлечение агентов влияния и потенциальных клиентов (в т.ч. корпоративных), получение PR-сопровождения (статьи, книги)
косвенные выгоды	портфолио проектов, отработка материалов с представителями проф. мед. сообщества	поддержка интереса работающих специалистов (разнообразие), работа с повторными обращениями, интерес квалифицированных специалистов (кадровый резерв) за счет формирования корпоративного проф. сообщества
вторичные выгоды	расширение круга стекхолдеров, расширение связей с прессой, перенос имиджа, база клиентов, работа с регионами	информационное формирование бренда, позиционирование на рынке

результат	укрепление позиций на рынке СПб и СЗФО, расширение базы лояльных клиентов, повышение узнаваемость бренда, перспективное развитие в соответствии с государственными трендами
------------------	--

Концепция Проекта «Городская культура здоровья»©

«Города – центры постоянных и необратимых перемен».

Грэгори Дэвид Робертс, писатель

Развитие информационного общества и интеллектуальных видов бизнеса – экономический факт. И сосредоточие этого потенциала – города. Активное развитие городов продолжается во всём мире, требуя не только новых архитектурных форм, но, в первую очередь, **социальных инноваций**.

Города – «среда обитания» миллионов людей и количество городского населения постоянно увеличивается. При этом город, как и любое другое место проживания, требует от человека специфических навыков и стиля жизни. Современные медицинские и рекреационные технологии и перспективные разработки в этой области позволяют смотреть на проблему здоровья горожанина с оптимизмом.

Сегодня искать здоровье «на стороне», исключительно в условиях природы - психологический стереотип горожанина, ведь пребывание на природе ассоциируется со временем отдыха и развлечений (дача, отпуск, путешествия).

Регулярно звучащее в СМИ негативное отношение к экологии города, подогреваемое тревожными высказываниями экспертов, похоже на массовую ятрогению (внушенную болезнь), которая служит оправданием безответственности, снимает с людей обязательства по отношению к собственному здоровью и месту проживания.*

*Данный текст является фрагментом книги «WNW: Городская культура здоровья»©