

استاد ندیم در اجلاس شهر ایده آل؛ برندینگ شهری یک منبع درآمد پایدار برای شهرداریهای کشور

- ارزش برند اپل برابر ۱۵۴ میلیارد دلار برآورد شده است تقریباً بیست برابر بودجه عمرانی کل کشورمان .
 - ارزش علامت M زرد بر روی صفحه قرمز (لوگوی مک دونالد) را برابر ۹۴ میلیارد دلار برآورد نموده اند .
 - مک دونالد دیگر مرغ نمیپزد و رستوران داری نمیکند بلکه برند خود را و آرم خود را به رستورانها اجاره میدهد و میزان این اجاره ها بقدری هست که بتوان ده کشور را با آن اداره نمود.
 - در ایران هم برندهای خوبی وجود دارند که برندشان ارزش آفرین است مانند برند دیجی کالا.
 - کلمه ” محسن ” یک برند ارزشمند است و به خوبی تجاری سازی شده است .
 - گرچه ارزش برندهای ایرانی به یک میلیارد دلار نمیرسه اما برخی شروع و مسیر خوبی دارند .
 - اگر در دهه شصت وقتی که شهرداریها را مستقل اعلام نمودند ، علم و تعقل لازم وجود داشت و هر شهرداری برای خود برندی مطالعه نموده و آن را ثبت و تجاری سازی مینمود امروزه نه تنها با چالش پرداخت حقوق مواجه نبود بلکه درآمد حاصله از آن بعنوان یک درآمد پایدار مورد بهره برداری مدیران شهری بود .
 - هنوز هم دیر نشده است .
 - شهرداری کرمانشاه اولین شهرداری کشور است که برندینگ شهری را از مرحله مطالعات گذرانده و در مرحله تجاری سازی آن است و بعد از دو سال ، درآمد زایی آن آغاز خواهد شد .
 - برند ، مخصوص کالا نیست ، برند مخصوص رستوران یا گوشی تلفن نیست ، علم برند بقدری پیش رفته است که برند اشخاص ، برند شرکتها ، برند سازمانها ، برند شهرها و برند مکانی نیز بصورت علمی در دانشگاههای معتبر دنیا تدریس میشود .
 - برند مثل یک معدن بزرگ لعل و جواهر و طلاست با این تفاوت که با مصرفش نه تنها تمام نمیشود بلکه هر چقدر استخراج و مصرفش کنید همان قدر ارزش و خلوص اش بیشتر میشود و رگه هایش ناب و خالص ترمیشود و مقدارش افزایش پیدا میکند .
 - امیدوارم مدیران شهری کشورمان پس از چهار دهه غفلت از این منبع عظیم ثروت آفرین ، ایجاد این منبع درآمد پایدار را در اولویت برنامه های خود قرار دهند .
- ” گزیده ای از سخنرانی استاد داود ندیم ، موسس مدرسه سرمایه گذاری و پدر سرمایه گذاری شهری ایران در جمع مدیران شهری – اجلاس شهر ایده آل – کیش ” .