




PLATSENS VARUMÄRKE OCH MARKNADSFÖRING

2017



Välkommen till en helt ny utbildning för dig som vill stärka platsens varumärkesbyggande och marknadsföring.



Den ger dig verktygen för att utveckla och kommunicera platsens unika värden till inflyttare, besökare och företagare - i en öppen och digitaliserad värld.



STOCKHOLM

**26-27
APRIL**

TENDENSOR[®]

INTRODUKTION

Det finns två goda skäl till varför Tendensor under 2017 erbjuder en helt ny utbildning om varumärkesbyggande för platser.

Det första skälet är att det saknats en kvalificerad utbildning för dig som vill leda platsens varumärkesbyggande och få med dig näringsliv och andra intressenter som medskapare.

Det andra skälet är att varumärkesarbetet, enligt vår mening, bör förnyas så att det bidrar bättre till platsens attraktivitet och innovationsförmåga. Två målområden som sätts högt på agendan i Sverige just nu.

Platsens varumärke och marknadsföring 2017 har utvecklats för ledare, platsutvecklare och marknadsförare som vill ha verktygen för att utveckla och kommunicera unika värden. För inflyttare, investerare och besökare.

Umeå har varit i rampljuset de senaste åren. De bedriver ett aktivt varumärkesbyggande i nära samverkan mellan platsaktörerna. Därför tjänar Umeå (representerat av marknadschef Anna Olofsson) som praktikfall att inspireras av i utbildningen.

Jönköping, och då inte minst Destination Jönköping och Patrik Olderius, är proaktiva varumärkesbyggare som ställer viktiga frågor om omvärld och digitalisering. Patrik kommer involvera oss i den resan.

Vi lovar två lärorika och givande dagar som ger dig praktiska verktyg som går att tillämpa på hemmaplan. Du kommer också att kunna byta erfarenheter med andra deltagare från hela landet.

Varmt välkommen att delta!

Per Ekman, VD och kursledare

EN VERKLIGHETSNÄRA UTBILDNING



1

REFLEKTERA KRING DIN SITUATION

Vi hälsar dig välkommen med en introduktionsvideo två veckor innan seminariet. Nyckelfrågor presenteras.

2

SEMINARIUM 26-27 APRIL

Två intensiva och läronika dagar i Stockholm för inspiration, nya verktyg och erfarenhetsutbyte mellan deltagarna.

3

TILLÄMPA I PRAKTIKEN

Hitta ditt eget sätt att tillämpa de nya verktygen på din plats och i din situation. Kursledare finns tillhands för rådgivning och stöd.

4

ÅTERTRÄFF & STUDIEBESÖK

Vi träffas hösten 2017 någonstans i Sverige för att följa upp det vi lärt oss. Vi bygger nätverk för framtiden.

UTBILDNINGENS BYGGSTENAR

A. ATT STÄRKA PLATSENS ATTRAKTIVITET

Vad förklarar att vissa platser växer och andra inte? Vilka attraktionsfaktorer måste du utveckla för att attrahera talang, investeringar och besökare?

B. DEN VARUMÄRKESBYGGANDE PLATSEN

Hur tacklar du platsvarumärkets särskilda utmaningar? Vilka är varumärkesteamets viktigaste uppgifter? Hur utvecklar du en strategi för synlighet, äkthet, relevans och en starkare lokal identitet?

C. FRÅN SLUTET TILL ÖPPET

Hur kan platsens varumärkesbyggande och marknadsföring göras mer öppet och innovativt? Hur kan företag och medborgare engageras?

D. ETT VÄLKOMNANDE EKOSYSTEM

Hur kan platsen bli ett fungerande ekosystem för att attrahera, ta emot och involvera sina målgrupper? Hur levereras varumärkets löften?

E. VAD KAN VI LÄRA AV ANDRA?

Vad kan vi lära av framgångsrika varumärkesbyggande aktörer i Sverige och utlandet? Hur ser vi till att undvika fallgropar som ständigt återkommer?



CASE: UMEÅ

Hur får man platsens aktörer att samverka om platsens varumärke?

Hur blir kommunikationen trovärdig? Och hur kan man mäta effekterna? Umeå har under lång tid

arbetat framgångsrikt med att positionera sig nationellt och internationellt. Anna Olofsson kommer dela med sig av erfarenheterna från Umeå och hon kommer att visa hur man bättre kan hantera de kommunikativa utmaningarna som platsmarknadsförare ofta står inför.

CASE: JÖNKÖPING

Varför marknadsför vi platser när alla Googlar på vad man vill göra?

Vad gör man när den digitala evolutionen skapar en

användarevolution? Dessa och fler

frågor brottas Patrik Olderius och hans

kollegor med i Jönköping. Vi utgår ifrån att allt kan

digitaliseras och då kan det också automatiseras vilket gör att det kan kopieras. Vad blir då kvar till oss?



KURSLEDARE & GÄSTFÖRELÄSARE



PER EKMAN, VD TENDENSOR

Per är VD på Tendensor och har stor erfarenhet av platsutveckling, varumärkesbyggande och attraktivitetsfrågor. Han har lett en lång rad projekt över hela landet med målet att attrahera talang, investeringar och besökare till kommuner och regioner.



ANNA OLOFSSON, MARKNADSCHEF UMEÅ KOMMUN

Anna Olofsson är marknadschef på Umeå Kommun och har spelat en central roll i Umeås varumärkesarbete i nära samarbete med platsens aktörer. Hon har tidigare drivit egen konsultverksamhet med inriktning mot platsmarknadsföring.



PATRIK OLDERIUS, VD DESTINATION JÖNKÖPING

Patrik Olderius är en nyfiken person som gillar att utmana, förändra och ifrågasätta invanda beteende. Han har en bred erfarenhet inom varumärke, marknadsföring och kommunikation. Innan han blev VD för Destination Jönköping var han marknadschef på Stena Line.

B

SVERIGE
PORTO BETALT
PORT PAYÉ

PLATSENS VARUMÄRKE OCH MARKNADSFÖRING 2017

Vem bör gå utbildningen?

Chefer och kvalificerade medarbetare som verkar lokalt eller regionalt med näringslivsutveckling, turism, kommunikation, platsmarknadsföring och närliggande områden.

Datum: 26-27 april 2017
Dag 1: 10.30 - 17.00
Dag 2: 08.30 - 16.30

Plats: Stockholm
Scandic Foresta
Taxi från Centralstationen samordnas.

Pris: 11 900 Skr (exkl moms)/deltagare.
För fler deltagare, ta kontakt.

Anmälan: Till dialog@tendensor.se

Alternativ: Ges också som seminarium med Per Ekman på din hemmaplan, för grupper på upp till 12 personer. Ring för detaljer.

TENDENSOR IS A NORDIC CONSULTANCY FOCUSING ON THE ATTRACTIVENESS, BRAND AND INNOVATION OF PLACES.

KALMAR - STOCKHOLM - TALLINN

Vill du veta mer, kontakta:

Per Ekman VD och utbildningsledare
Tel: 0707-44 99 80
E-post: per.ekman@tendensor.se

Tendensor AB
Gröndalsvägen 19b
392 36 Kalmar
WWW.TENDENSOR.SE

TENDENSOR®