



Nordisk Lyskraft

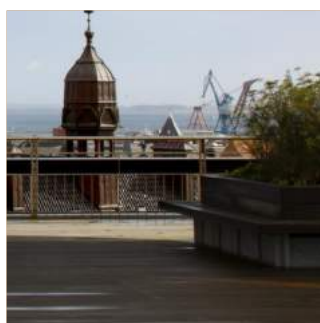
2019



Projektet Nordisk Lyskraft ska visa vägen för framtidens varumärkesbyggande för städer och regioner i Norden.

Slutsatser ska dras av varumärkesinitiativ från alla nordiska länder och en ny verktygslåda ska utvecklas.

Nu söker vi 10-12 svenska kommuner eller regioner som vill delta i projektet.



Verktyg för
lyskraft i en
föränderlig
värld.

Dags för ny ansats för nordiska platsvarumärken.

Strategiskt varumärkesbyggande spelar en allt större roll för platsers utveckling i de nordiska länderna.

Tillväxtverket beskriver utvecklingen som att *platsers, städers och regioners framgångar hänger idag tätt ihop med unika förutsättningar som inte lätt kan kopieras.*¹

Trots att många initiativ tas för att stärka platsens synlighet och attraktivitet, blir ofta resultaten otydliga och kortvariga. Och många upplever det svårt att göra platsens varumärke till en strategisk utvecklingsfråga för politik och näringsliv.

Projektet Nordisk Lyskraft ska lägga grunden för en förnyad ansats för hur nordiska små och stora platser kan utveckla ett stärkt varumärkesbyggande. Vi kan kalla det *Nordic Place Reputation Management* - ett samlat stöd för platsaktörer som vill utveckla särart, anseende och attraktivitet över tiden.

För lyckas med det vill vi lära av strategier och initiativ som verkligen fungerar. I projektet kommer vi därför att belysa praktikfall och göra intervjuer med ledande personer bakom varumärkessatsningar i hela Norden.

Vi vill också föra in influenser från andra delar av världen och från andra branscher.

Nu söker vi svenska platser som vill delta i projektet Nordisk Lyskraft under första halvåret 2019. Deltagare från de övriga nordiska länderna kommer också att bjudas in.

Nordisk Lyskraft har designats utifrån lärdomar från de tidigare nordiska projekten från Tendensor och Nordic Place Academy; Talent Attraction Management (TAM) och Business Attraction Management (BAM) som samlade över 30 nordiska regioner och kommuner.

Varmt välkommen att bli medskapare till framtidens varumärkesbyggande för nordiska platser.

Per Ekman



VD & Projektledare
Tendensor AB

Med avstamp i verkliga utmaningar.

Sex nyckelfrågor utgör startpunkten för projektet Nordisk Lyskraft. De beskriver några av de viktigaste utmaningarna som är förknippade med nordiska platsers varumärkesbyggande - idag och i framtiden.

Nyckelfrågorna är styrande för projektet som helhet och de gör det möjligt att identifiera lämpliga case och intervjupersoner i de nordiska länderna. I projektets inledningssked kan dock frågorna komma att justeras utifrån deltagarnas önskemål.

⚙️ Fånga platsens unika DNA

Hur klagöra platsens särart och omvandla det till en stark varumärkesstrategi?

⚙️ Ta position i en föränderlig värld

Hur kan platser utveckla unika och kreativa erbjudanden till omvärlden?

⚙️ Involvera platsens aktörer

Hur involvera invånare och näringsliv i platsens varumärkesbyggande?

⚙️ Leda & koordinera varumärkesbyggande

Hur kan ett långsiktigt varumärkesbyggande ledas och koordineras?

⚙️ En digital platsmarknadsföring

Hur kan en nyskapande digital platsmarknadsföring ta form?

⚙️ Attrahera talang och investeringar

Hur kan varumärkesbyggandet bidra till att talang och investeringar attraheras?

1. Tillstånd och trender för regional utveckling, Tillväxtverket 2018.

Låt oss lära av de bästa - men också tänka helt nytt.

Nordisk lyskraft ska lyfta fram framgångsrika initiativ i rampljuset och omvandla lärdomarna till verktyg.

Vi kommer att studera platsaktörer som lyckats synliggöra unika värden och att marknadsföra sig i en föränderlig värld. Sju källor ger tillsammans ny kunskap i projektet:

Varumärkesinitiativ med lyskraft

Casestudier kommer att genomföras där vi verkligen försöker tränga bakom fasaden och hitta nycklarna till framgång. Casen hittar vi bland både små och stora platser i alla nordiska länderna.

Intervjuer med nyckelpersoner

Intervjuer kommer genomföras med ledande personer bakom varumärkessatsningar och med de som av andra skäl kan bidra med nytänkande. Som deltagare i projektet får du direkt tillgång till intervjuresultaten.

Projektdeltagarnas egna lärdomar

Med all säkerhet har ni erfarenheter av varumärkesbyggande som kan spela en stor roll för projektet. Du väljer vad du vill dela med dig av, men vi uppmuntrar ett öppet erfarenhetsutbyte mellan deltagarna.

Nationell och internationell utblick

I Norden och på andra håll i världen växer det fram värdefull forskning och praktik som kan spela en roll i projektet. Därför kommer vi aktivt att presentera några framväxande synsätt som påverka vår gemensamma verktygslåda.

Tendensors kunskapsbas

Som processledare för en lång rad platser varumärkessatsningar finns insikter att dela. Tendensors kunskaper om talangattraktion, destinationsutveckling och investeringsfrämjande tillvaras.

Erfarenhetsutbyte online

Case och intervjuresultat hittar du på ett digitalt community där du också kan dela erfarenheter med andra varumärkesbyggare från både Sverige och de övriga nordiska länderna. Dialogen sker på engelska.

Huvudkonferens & studiebesök

Under projektperioden ges chansen att träffas över gränserna och inspirera varandra. Studiebesök kommer att arrangeras för de som vill. På så sätt kan nya insikter födas som kan påverka verktygslådan.

Det här får du som deltagare.

○ Påverka projektets fokus (nov-jan)

De utmaningar som du möter i ditt varumärkesbyggande och marknadsföring kommer att klargöras genom enkät och intervjuer. Val av case och verktyg görs utifrån deltagarnas behov.

○ Tillgång till case & intervjuer (jan-maj)

Initiativ från alla nordiska länder kommer att granskas. Casepresentationer kommer att skapas för praktikfall som du och ditt team har full tillgång till. Intervjuer görs med personer som varit djupt involverade i praktikfallen.

○ Huvudkonferens - Nordisk Lyskraft (maj)

I maj 2019 arrangeras en projektets huvudkonferens. Tre personer från varje deltagare kan medverka. Gästföreläsningar blandas med aktivt erfarenhetsutbyte. Verktygslådan presenteras i betaversion. Utöver huvudkonferens kommer studiebesök anordnas under projekttiden.

○ Seminarium på hemmaplan (fritt datum 2019)

Samla dina intressenter på hemmaplan för att hitta praktiska tillämpningar av de nya verktygen och för att ta del av lärdomarna från praktikfallen. Kan arrangeras under eller efter projektet.

○ Handbok: Nordic Place Brand Management (maj)

Som resultat av projektet skapas en unik handbok fylld med praktiska metoder och verktyg, direkt tillämpliga på era utmaningar i platsens varumärkesbyggande. Ni står med i handboken som medskapare.

○ Nordiskt nätverk av varumärkesbyggare

Tre personer från varje deltagande plats kan delta i projektets erfarenhetsutbyte. Vi kommer aktivt att öppna upp dörrar för ett långsiktigt nordiskt erfarenhetsutbyte.



Avgift och anmälan.

Projektavgift: 29 000 SEK (exkl moms)

Betalas i samband med projektstart. Tre personer från varje deltagande plats är välkomna att delta i projektets huvudkonferens och i digitalt community. Kostnad för lunch/fika i samband med huvudkonferens tillkommer liksom resa/logi för lokalt seminarium.

Anmälan: Görs till Per Ekman, projektledare

Vi önskar din anmälan innan 18 december 2018. Projektperiod: januari till juni 2019.

Om Tendensor.

Tendensor har fokus på platsers attraktivitet, varumärke och innovationsförmåga. Vi vänder oss till ledare och team som utvecklar platser - kommuner, regioner och besöksdestinationer i alla de nordiska länderna. Företaget leds av Per Ekman som också ansvarar för företagets större uppdrag och projekt.

Till hjälp finns en lång rad partnerföretag och resurspersoner både i Sverige och i andra länder. Våra uppdrag handlar om processledning, seminarier, analyser och strategiutveckling. Företaget finns i Kalmar och grundades 2003.

Tendensor AB

Gröndalsvägen 19b
392 36 Kalmar
www.tendensor.se

Per Ekman

Tel: 0707-44 99 80
E-post: per.ekman@tendensor.se
Skype: Tendensor

Tidigare projekt.



Talent Attraction Management (TAM) (2013)

Hela 17 nordiska regioner samarbetade för att utveckla framtidens verktyg fören samlad, platsbaserad talangattraktion. Till grund låg casestudier för hela världen.



Business Attraction Management (BAM) (2015)

Inom ramen för Nordic Place Academy genomfördes projektet BAM för att klargöra framtidens investeringsfrämjande. 20 städer och regioner från hela Norden deltog.



Talangattraktion för platser (2016)

10 svenska regioner och kommuner deltog i ett gränsöverskridande projekt för att hitta praktiska tillämpningar av TAM och att gå från ord till handling.



Talent Attraction Management för Science Parks, inkubatorer och kluster (TMI) (2017)

Innovationsmiljöer kan spela en viktig roll som talangmagnet till gagn för startups och växande företag. Sju svenska Science Parks och kluster medverkade (Nordic Place Academy).