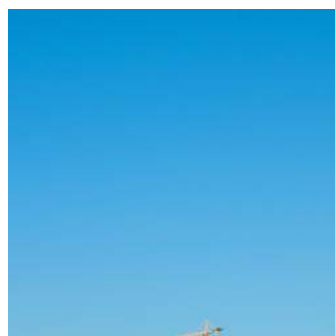
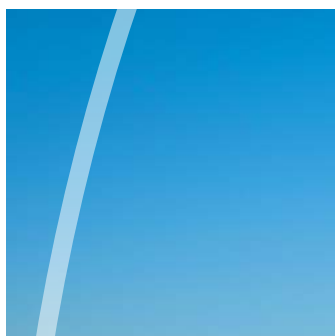


Workshop  
på din  
hemmaplan

2018 / 2019

# PLATSEN SOM VARUMÄRKE

En workshop om hur platsens aktörer kan utveckla ett strategiskt varumärkesbyggande för att konkurrera om talang, besökare och investeringar.



- ▷ Utveckla ett effektivt och långsiktigt varumärkesbyggande.
- ▷ Involvera näringsliv, politik och medborgare.
- ▷ Bygg ditt varumärkesteam och skapa starka allianser.
- ▷ Gör platsen mer attraktiv för viktiga målgrupper.
- ▷ Lär av de regioner, kommuner och destinationer som lyckats.

# Dags att förnya platsens varumärkesbyggande?

**Regioner, städer och besöksdestinationer söker ständigt nya möjligheter att ta position i en föränderlig värld. Allt tar sin utgångspunkt i en tydlig idé om platsens varumärke och unika värden.**

Kanske har du noterat att tiden för kommunslogans sedan länge är förbi. Kanske har du också insett att en kortsiktigt platsmarknadsföring inte alltid är det samma som ett hållbart varumärkesbyggande.

För mig har det blivit alltmer tydligt: genom att klargöra och tillämpa platsens varumärke som styrmedel för platsutveckling och för omvärldskommunikation kan rad positiva effekter nås. Inte minst blir det lättare att skapa samarbeten mellan aktörerna om platsens samlade utveckling.

Det finns två goda skäl till varför Tendensor nu har utvecklat en helt ny workshop om *Platsen som varumärke*.

Det första skälet är att det faktiskt finns en hel del att lära av. En samlad erfarenhetsmassa börjar växa fram, både från praktik och forskning. Själv har jag under 15 års tid fungerat som processledare runt om i Sverige

för en rad varumärkessatsningar, nu senast *Östersunds bilden* som involverat uppemot 800 personer från hela samhället. En rad praktiska verktyg, framgångsfaktorer och fallpropar finns alltså, som är väl värda att ta del av!

Det andra skälet är att vi är inne i ett paradigmskifte för platsvarumärken; Från slutet till öppet. Från statiskt till föränderligt. Därför behöver näringsliv och medborgare engageras i mycket högre utsträckning. Men för att lyckas med det krävs nytänkande och nya grepp.

Workshopen vänder sig till er som vill klargöra och kommunicera kommunen/regionen som en unik plats för talang, besökare och företagande. Och som vill lära av praktikfall, få nya insikter och hitta vägen framåt för just ert varumärkesbyggande.



Per Ekman  
VD, Tendensor AB

## ETT AVSTAMP FÖR FÖRÄNDRING



Tendensors workshops är fyllda med omvärldsexempel och konkreta verktyg. På så sätt blir det enkelt att hitta tillämpningar på er situation och era utmaningar.

Innehåll och arbetsformer anpassas till gruppens erfarenhet och kompetensprofil. Alla deltagare ska känna att tiden är väl investerad.

Workshopen kan kompletteras med en uppföljande träff för att klara utmaningen att "gå från ord till handling".

**Vi formar målsättning,  
innehåll och arbetsformer i  
dialog med dig som  
uppdragsgivare!**

## ○ **ATTRAKTIONSKRAFT I EN FÖRÄNDERLIG VÄRLD**

Vilka flyttmönster och tendenser påverkar platsens förutsättningar att växa?

Hur kan platser utveckla attraktivitet för talang, besökare och investeringar?

Hur kan man utveckla en starkare lokal identitet och stolthet?

## ○ **UTVECKLA PLATSENS VARUMÄRKE**

Vilka är de goda skälen till varför platser ska klargöra sitt varumärke?

Hur tacklar du de särskilda utmaningar som just platsvarumärken för med sig?

Varumärket som styrmedel för utveckling och kommunikation

## ○ **ENGAGERA PLATSENS AKTÖRER**

Hur ser näringslivets incitament ut för att stärka platsens varumärke?

Hur involveras medborgare i platsens utveckling och marknadsföring?

Vilken roll sociala medier för platsens utveckling och synlighet?

## ○ **ATTRAHERA OCH VÄLKOMNA PLATSENS MÅLGRUPPER**

Hur kan platsbaserade värdeerbjudanden utvecklas mot särskilda marknader?

Vilken typ av platsmarknadsföring tillhör dåtiden? Och framtiden?

Hur kan ett välkomnade ekosystem utvecklas för de som väljer just vår plats?

## ○ **VAD KAN VI LÄRA AV ANDRA?**

Vad kan vi lära av framgångsrika varumärkesbyggande platser i Sverige och utlandet?

Hur ser vi till att undvika fallgrorpar som ständigt återkommer?

Hur kan vi utveckla ett varumärkesarbete som passar just våra förutsättningar?

## FÖRELÄSARE OCH WORKSHOPLEDARE



### **PER EKMAN, VD OCH PROCESSLEDARE PÅ TENDENSOR**

Per är VD på Tendensor och tillika grundare (2003). Han har stor erfarenhet av platsutveckling, varumärkesbyggande och attraktivitetsfrågor. Per har lett en lång rad projekt över hela landet med målet attrahera talang, investeringar och besökare till kommuner och regioner. Har starkt bidragit till att etablera TAM (Talent Attraction Management) och BAM (Business Attraction Management) i Sverige och övriga nordiska länder.

# 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.

## TENDENSORS WORKSHOPS



### PLATSEN SOM VARUMÄRKE

En workshop om hur platsens aktörer kan utveckla ett strategiskt varumärkesbyggande för att konkurrera om talang, besökare och investeringar. Arrangeras för proffsiga varumärkesteam eller för bredare nätverk av intressenter.



### ATT LEDA PLATSENS FÖRÄNDRING

En workshop för team och individer som vill leda förändringsprocesser som involverar aktörer från alla sektorer. Hur skapar man "a sense of urgency"? Hur kan du forma ett starkt förändringsteam? Tendensor har utvecklat en särskild verktygslåda för dig som förändrar platser.



### PLATS FÖR TALANGER

En workshop om hur platser kan utveckla en samlad förmåga att attrahera, välkomna och behålla kompetent och efterfrågad arbetskraft. Tendensor kallar det TAM (Talent Attraction Management). Lärorika exempel, framgångsfaktorer och verktyg utlovas!



### DYNAMISK DESTINATIONSUTVECKLING

En workshop om hur attraktiv besöksdestination kan utvecklas, som präglas av gemensam riktning och förtroende mellan aktörerna. Hur kan värden skapas för besökare som också kommer invånare till gagn? Arrangeras i samverkan med Gibson Consulting.

---

#### Vill du veta mer, kontakta:

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

**Tendensor AB**  
Gröndalsvägen 19b  
392 36 Kalmar

[WWW.TENDENSOR.SE](http://WWW.TENDENSOR.SE)

**TENDENSOR**<sup>®</sup>