



Nordic Lights

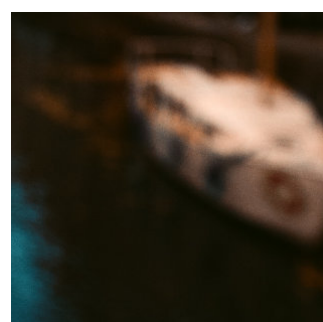
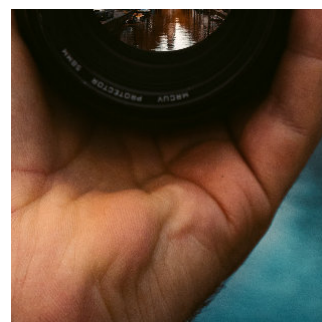
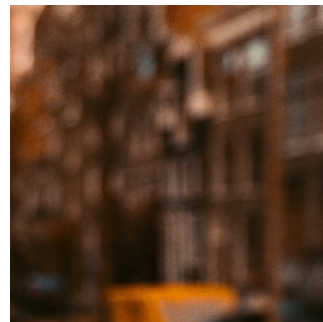
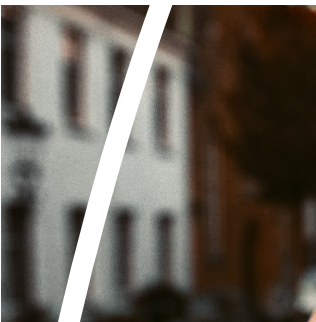
2019



Projektet Nordic Lights visar 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.

14 svenska platser har redan anmält sig. Vi välkomnar nu deltagare från Danmark, Finland, Norge och Island.



Verktyg för
lyskraft i en
föränderlig
värld.

Dags för ett starkare nordiskt varumärkesbyggande.

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

Det svenska 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 Nordic Lights ska lägga grunden för en förnyad ansats för hur nordiska städer kan utveckla ett stärkt varumärkesbyggande. Vi kan kalla det *Nordic Place Brand 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.

14 svenska platser har anmält sig till projektet och har redan kopplat upp sig digitalt. De väntar nu på att fler, nordiska städer ska ansluta. Allt för att vi ska lyckas med co-creation över gränserna.

Nordic Lights har designats utifrån lärdomar från de tidigare nordiska projekten från Tensensor 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
Tensensor AB



Med avstamp i verkliga utmaningar.

Sex nyckelfrågor utgör startpunkten för projektet Nordic Lights. 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 inledningsskede kan dock frågorna komma att justeras utifrån deltagarnas önskemål.

⚙️ Fånga platsens unika DNA

Hur klargöra 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, Svenska Tillväxtverket 2018.

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

Nordic Lights ska lyfta fram framgångsrika initiativ i ljuset och omvandla lärdomarna till verktyg. Vi kommer att studera platsaktörer som lyckats synliggöra unika värden och att marknadsföra sig i en föränderlig värld. Sex 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.

Co-creation (på konferenser och online)

Under projektperioden arrangeras flera konferenser för erfarenhetsutbyte och co-creation. Ett digitalt community finns för onlineutbyte. På så sätt föds nya insikter och nya verktyg tar form.

14 svenska platser redan anmälda

Blekinge, Borlänge, Enköping, Gävle, Sala, Skellefteå, Skövde, Sundsvall, Trollhättan, Umeå, Åre, Örebro, Örnsköldsvik, Östersund

Det här får du som deltagare.

- Påverka projektets fokus**
Genom intervju och enkät klargörs de utmaningar som ni möter i ert varumärkesbyggande. På så sätt blir val av case och verktyg maximalt anpassade utifrån deltagarnas samlade behov.
- Tillgång till case & intervjuer**
Initiativ från alla nordiska länder kommer att granskas. Casestudier skapas som ni har full tillgång till. Intervjuer görs med personer som varit djupt involverade i praktikfallen.
- Två konferenser för erfarenhetsutbyte**
Under hösten 2019 arrangeras två nordiska konferenser för erfarenhetsutbyte och co-creation. Upp till tre personer från varje deltagande plats kan medverka. Casepresentationer blandas med aktivt erfarenhetsutbyte.
- Nordiskt nätverk av varumärkesbyggare**
Projektet ger dig tillgång till värdefulla kontakter med andra nordisk städers ledande varumärkesbyggare. Vi kommer aktivt att öppna upp dörrar för ett långsiktigt nordiskt erfarenhetsutbyte.
- Digitalt Community för enkel kommunikation**
Fem personer från varje deltagande plats är välkomna att delta i projektet digitala community och kan på så sätt ta del av case och onlinedialog. Ett komplement till de fysiska mötena.
- Handbok: Nordic Place Brand Management**
Som resultat av projektet skapas en unik handbok fylld med praktiska metoder och verktyg, direkt tillämpliga på era utmaningar i platsens varumärkesbyggande. Ni lyfts fram i handboken som medskapare.
- Option: Seminarium på hemmaplan**
Samla dina intressenter på hemmaplan för att ta del av projektets slutsatser och verktygslåda. Seminariet kan arrangeras under eller efter projektet med upp till 15 personer.
- Early Bird: Konferens i Umeå, 9-10 maj**
Anmäl er innan 30 mars och delta i projektets vårkonferens i Umeå den 9-10 maj. Här börjar resan mot en gemensam verktygslåda för ett nordiskt varumärkesbyggande.



Avgift och anmälan

Projektavgift

3000 Euro (plus eventuell moms)

Full access till konferenser, casestudier och slutresultat. Tre personer är välkomna till konferenser, fem till digitalt samarbete.

Option: Ett seminarium kan arrangeras för intressenter på din hemmaplan. Ett bra sätt att få ut mesta möjliga av Nordic Lights. Seminariet kan bokas i samband med projektstart eller i ett senare skede.

Anmälan:

E-post till Per Ekman, projektledare (per.ekman@tendensor.se)

Sista anmälningsdag är 30 april. Early Bird: Konferens i Umeå, 9-10 maj. Projektperiod är maj 2019 till januari 2020

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 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: +46707-44 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 för en samlad, platsbaserad talangattraktion. Till grund låg casestudier från 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).