

# Norrdjurs Kommunes markedsføringsstrategi - v.3.2

- *Sådan tænker vi når vi markedsfører os*

## Indledning

Norrdjurs Kommunes markedsføringsstrategi udstikker retningen for de markedsføringstiltag og kommunikationsindsatser, der i de kommende år, skal synliggøre Norrdjurs Kommunes styrkepositioner overfor omverden.

Norrdjurs Kommunes markedsføringsstrategi og de kommunikationsindsatser som iværksættes i den forbindelse baserer sig på en partnerskabstankegang, med aktiv deltagelse af Norrdjurs Kommunes kommunalbestyrelse, Norrdjurs Kommunes forvaltning, lokale, regionale og nationale virksomheder, samt foreninger og borgere i Norrdjurs Kommune, i en fælles indsats for at skabe opmærksomhed om Norrdjurs Kommunes styrker, og udvikle nye fortællinger om Norrdjurs Kommune som en aktiv del af det østjyske vækstområde.

Gennem en målrettet og systematisk planlægning af markedsføringsindsatser sikres maksimalt udbytte af de anledninger der opstår til at markedsføre os. Der udarbejdes løbende planer for de enkelte aktiviteter, så alle parter er klædt på til at deltage aktivt i interessevaretagelsen og med et sammenhængende udtryk.

## Hoveddagsordener for Norrdjurs Kommune

### Markedsføring

- For at sikre tiltrækning af borgere, virksomheder og kvalificeret arbejdskraft.

### Interessevaretagelse

- Udvikle og positionere Norrdjurs Kommune som aktiv medspiller både regionalt og nationalt.

### Mobilisering

- Aktivisering af lokale aktører og partnerskaber (virksomheder, lokalsamfund, borgere, foreninger etc.)

### Opbygning af identitet

- Norrdjurs som en aktiv samarbejdspartner i en fremtidig østjysk millionby, Norrdjurs Kommune tager føring på de dagsordener som ligger i forlængelse af kommunens styrker.

## Fire principper for markedsføring af Norrdjurs Kommune

### 1. Prioriter

- Vi bliver enige om fælles mål og arbejder sammen om at opnå dem. Mange ønsker og dagsordener udvander de væsentlige pointer.

### 2. Grundfortælling

- Vi siger det samme, på samme måde og er vedholdende. Vi sætter os ind i modtagerens perspektiv og serverer budskaber i en form, der vækker genklang i modtagerens virkelighed.

### 3. Byg koalitioner

- Vi indgår partnerskaber, der giver mening og skaber opmærksomhed.

### 4. Nye tider nye kanaler

- Vi vælger de kanaler, der serverer vores budskaber effektivt og målrettet til de ønskede målgrupper. Vi har særligt fokus på at sikre redaktionel omtale samt anvendelse af de sociale medier.

## Norrdjurs Kommunes grundfortælling

Norrdjurs Kommunes markedsføringsstrategi tager udgangspunkt på kommunalbestyrelsens vedtagne vision og de enkeltelementer som visionen tager udgangspunkt i:

**Et liv med muligheder:** Vi fokuserer på job, det gode familieliv, aktivt fritids- og kulturliv og nærheden til naturen.

**Alle med:** Vi fokuserer på at synliggøre fællesskaber, medborgerskab, relationer og den rummelighed, som Norrdjurs Kommune er kendetegnet ved.

**Vækst i job:** Vi fokuserer på job- og vækstmuligheder som forudsætningen for udviklingen af Norrdjurs Kommune.

**Gode forbindelser:** Vi fokuserer på mobilitet, infrastruktur både i Norrdjurs men i høj grad også til de omkringliggende områder.

I Norrdjurs Kommune ser vi os som en del af Aarhusområdet. Vi arbejder aktivt på at udvikle det østjyske vækstområde og er en ihærdig og engageret samarbejdspartner for erhvervslivet. Vi er en kommune med mange jobmuligheder og attraktive bosætningsområder for "fremtidens østjyder".

Borgerne i Norrdjurs er en del af noget større, med gode muligheder i form af arbejdspladser, vækst, uddannelser etc.

*Grundfortællingen understøttes af sprogtone og billeder i de kampagner og den omtale, som Norrdjurs Kommune står for. Nedenstående er eksempler på sprog og billeder, der udbygger og understøtter grundfortællingen.*

### Tone i kommunikationen

Vi anvender en sproglig vinkel, der fokuserer på at bruge ord, der skaber sammenhæng mellem identitet og image. Eks. Østjylland i stedet for Djursland, omegn i stedet for udkant etc.

- Jobmuligheder
- Tættere på end du tror
- Aktivt liv i byen og i naturen
- Ungdomsliv og campusmiljø (Grenaa)
- Moderne erhvervsliv
- Det blå Danmark, Havnen som centrum for transportveje
- Vi kommunikerer med balance mellem hvad vi er og hvad vi var (historisk ramme og kultur) og hvad vi er på vej til at blive og hvad vi ønsker at være
- Troværdighed

### Visuelt udtryk

Vi ønsker et visuelt udtryk som understøtter den kommunikation vi anvender. Det visuelle udtryk skal spejle de målgrupper, vi adresserer og skabe billeder på målgruppens liv og udfoldelsesmuligheder i Norrdjurs Kommune.

- Tæt på (letbane)
- Naturen og havet
- Havnen, "det blå Danmark"
- Byen/den moderne "købstad"
- Det gode og aktive fritids- og familieliv
- Moderne Arbejdspladser
- Pendlerliv
- Musikliv/kulturliv
- Eksempler på fællesskaber

# Norrdjurs Kommunes markedsføringsstrategi - v.3.2

- Sådan tænker vi når vi markedsfører os

Handlingskatalog\* (\*Handlingskataloget er et dynamisk dokument, der bruges når nye anledninger til markedsføring opstår - en metode til sikring af gennemarbejdede kampagner og tiltag)

	Målgruppe	Budskab	Medier	Partnere	Projekter i 2015-2017	Anledninger i 2015-2017
<b>1. Markedsføring Grenaa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unge/studerende</li> <li>• Nyuddannede</li> <li>• Familier med førskolebørn</li> <li>• Faglærte</li> <li>• Personer med kendskab og relationer til Grenaa</li> <li>• "Endagsturister"</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ungdoms- og uddannelsesliv</li> <li>• Iværksætermiljø (gaming-industri)</li> <li>• Alle by-funktioner</li> <li>• Tæt på havet og naturen</li> <li>• Attraktive arbejdspladser</li> <li>• Tættere på Aarhus end du tror</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Målrettet annoncering (sociale medier, spots, skiltning etc.)</li> <li>• Presse (TV2oj, P4, Stiften) - redaktionel dækning</li> <li>• Synlighed i bymiljøet</li> <li>• Tilbagevendende events, eks. DM i skills og lignende</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uddannelsesinstitutioner</li> <li>• Virksomheder</li> <li>• Unge, der er født i Grenaa</li> <li>• Kulturinstitutioner</li> <li>• Grenaa Havn</li> <li>• Ejendomsmæglere</li> <li>• Kattegatcentret</li> <li>• Destination Djursland</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bosætningskampagne</li> <li>• Kampagne: Grenaa som uddannelsesby</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grenaa midtby projektet</li> <li>• Åbning af letbane 2017</li> <li>• Aarhus kulturby 2017</li> </ul>
<b>2. Markedsføring Auning</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pendlersegmentet</li> <li>• Familiesegmentet</li> <li>• Personer med kendskab og relationer til Auning</li> <li>• "Endagsturister"</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pakket ind i grønt</li> <li>• Tæt på Aarhus og Randers (max 20 min)</li> <li>• Alt det børnefamilien har brug for</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Målrettet annoncering (sociale medier, spots, skiltning etc.)</li> <li>• Presse (TV2oj, P4, Stiften) - redaktionel dækning</li> <li>• Synlighed ved A16</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gl. Estrup</li> <li>• Handelsstandsforening</li> <li>• Aarhus nærbane og Midttrafik</li> <li>• Ejendomsmæglere</li> <li>• Private udstykkere</li> <li>• Boligforeninger</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bosætningskampagne</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aarhus kulturby 2017</li> </ul>
<b>3. Markedsføring lokalområderne</b>	<b>Gældende for alle lokalområder:</b>					
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personer med kendskab og relationer til områderne</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aktivt landsbymiljø</li> <li>• Nærhed til vand, natur og skov</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Målrettet annoncering (sociale medier, spots, skiltning, flyers, events etc.)</li> <li>• Presse (TV2oj, P4, Stiften)</li> <li>• Redaktionel dækning</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Borgerforeninger</li> <li>• Ejendomsmæglere</li> <li>• Private udstykkere</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Afsætte en pulje til finansiering/medfinansiering af lokale markedsføringsinitiativer</li> <li>• Synliggøre flexbolig-ordning</li> </ul>	
	<b>- Derudover særligt gældende for Nordkysten: Bønnerup, Fjellerup og Gjerrild:</b>					
	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Seniorsegment, Sommerhusejere</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Sostrup Slot</li> <li>○ Gjerrild Nordstrand Camping</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Kampagne, liebhavergrunde i Gjerrild</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Grunde i Gjerrild, ved Sostrup Slot</li> </ul>
	<b>- Derudover særligt gældende for Trustrup/Lyngby:</b>					
	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Pendlersegment</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Let adgang til Aarhus og Grenaa</li> <li>○ Foreningsliv</li> <li>○ Rammer for familieliv</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Synlighed ved letbane og A15</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Kampagne: Gentænkning af stationsbyen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Letbaneåbning 2017</li> </ul>
<b>4. Markedsføring Erhverv</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Virksomheder og erhvervsdrivende</li> <li>• Interesseorganisationer</li> <li>• Investorer</li> <li>• Jobsøgende</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Havnen - et attraktivt erhvervsområde</li> <li>• Klynger på genanvendelsesområdet, fødevarerområdet, havets ressourcer, game-it og 3D, turisme</li> <li>• Moderne produktionsarbejdspladser</li> <li>• Gode rammevilkår for etablering og drift</li> <li>• Arbejdskraft</li> <li>• Tættere på end du tror</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Målrettet erhvervs-mæssig branding (reklamer, annoncer, Linked-in etc.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eksisterende virksomheder som ambassadører</li> <li>• Lokale banker/pengeinstitutter</li> <li>• Arbejdsmarkedets parter</li> <li>• Erhvervsorganisationer</li> <li>• Landbrugsorganisationer</li> <li>• Videndjurs</li> <li>• Djurs Windpower</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fælles kampagne med lokale virksomheder og andre partnere om fælles markedsføring og øget redaktionel omtale (2016)</li> <li>• Ansætte journalist med kompetencer indenfor profilering af erhvervsområdet</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ny omfartsvej 2017</li> </ul>