

FEBG



KRISTJÁN FANNAR

DESTINATIONSUTVECKLARE

HUR **JOBBAR** FALKENBERGS KOMMUN
STRATEGISKT MED PROFILERING

?

Falkenbergs
Skafferiet

FALKENBERGS
MATDAGAR

MARKNADSFÖRING

TEMA 1:

TEMA 2:

TEMA 3:

*Falkenbergs
Skafferiet*

VARUMÄRKESBYGGANDE



ETT ARBETE OM ATT FÖRBÄTTRA

FALKENBERGS ATTRAKTIONSKRAFT

ARBETA UR ETT SLUTKUNDS-ORIENTERAT
MARKNADSPERSPEKTIV

ATTRAHERA MÄNNISKOR OCH INVESTERINGAR

3 AFFÄRSLOGIKER

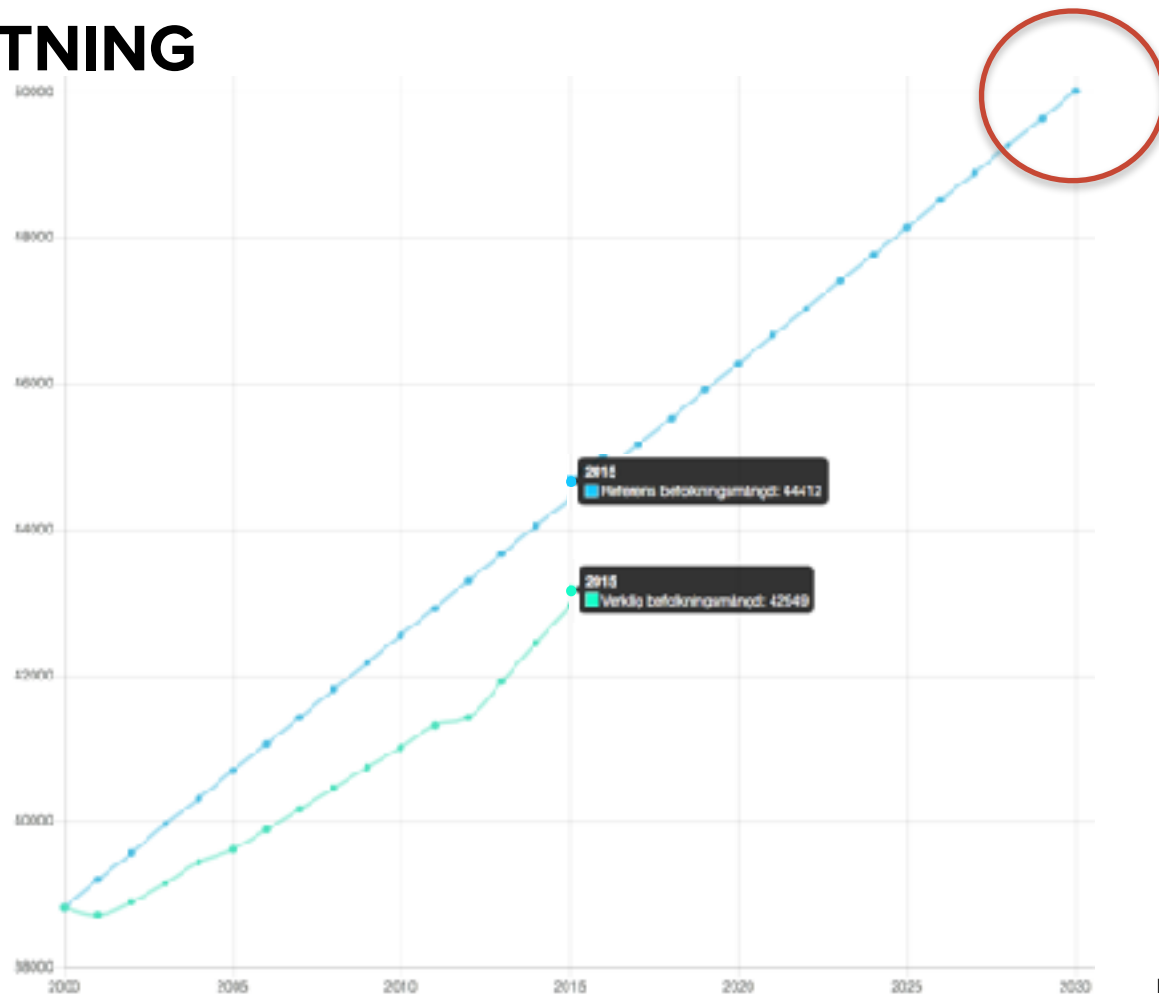
FALKENBERG

BO & LEVA

VERKA & ETABLERA

BESÖKA

MÅLSÄTTNING



KÄLLA: STATISTISKA CENTRALBYRÅN

DEFINIERA PRIMÄR MÅLGRUPP

SOM ÄR **FÖRENLIG** MED BEFINTLIGA
INVÅNARES IDENTITET/KULTUR

SOM **ATTRAHERAS** AV PLATSENS
FUNKTIONELLA OCH EMOTIONELLA
ERBJUDANDE

DEN MEDVETNA FAMILJEN



DEFINIERA PRODUKTEN

OBJEKTIVA **STYRKEOMRÅDEN**

FUNKTIONELLA OCH KÄNSLOMÄSSIGA
ERBJUDANDEN

POSITIONERING

VARUMÄRKESVÄRDEN

VARUMÄRKESVÄRDEN

Modigt

I Falkenberg går vi vår egen väg. FBG är innovativt. Vi vågar testa. Vi utmanar och tar ställning. Uppriktigt. Framåt. Passionerat. Proaktivt.

Outforskat

Falkenberg är inte färdigt. FBG är nybygggaranda. Okänt. Nytt. Äventyrligt. Spänning. Utveckling. Frihet.

Lekfullt

I Falkenberg finns skaparkraft. FBG är intresserat och nyfiket. Spontant. Med självdistans och glimten i ögat.

Äkta

I Falkenberg kan du vara dig själv. FBG är på riktigt. Naturligt med känsla. Okonstlat. Ärligt.

Enkelt

Livet i Falkenberg ska kännas enkelt, inte krångligt och svårt. Tydligt. Prestigelöst. Avslappnat.

Familjärt

I Falkenberg är alla välkomna. FBG är inkluderande, vardagsnära, gästvänligt, tryggt.

ARBETSMETOD



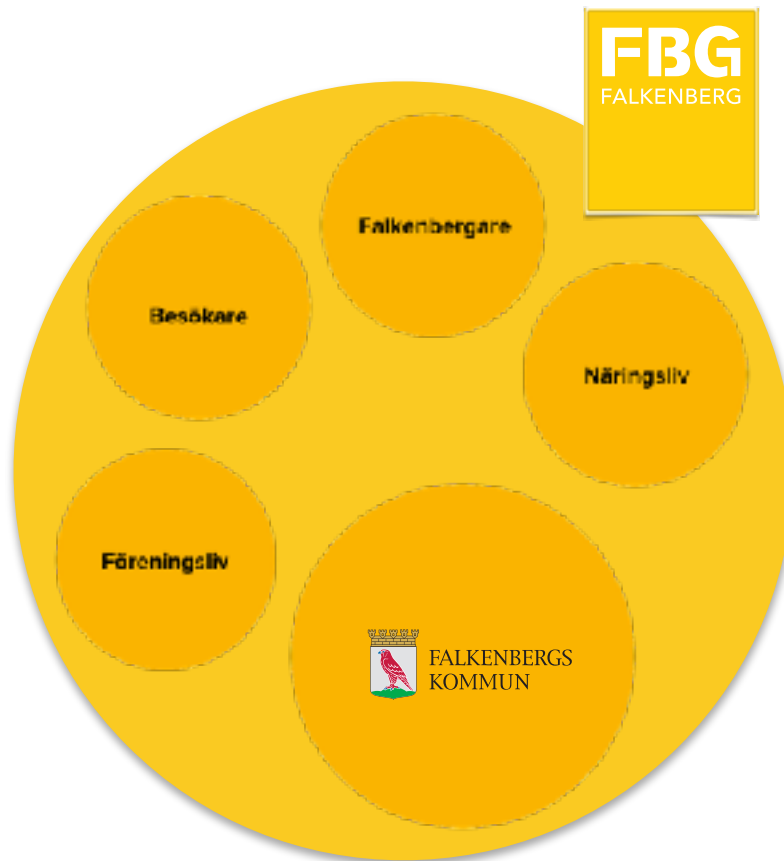
VARUMÄRKET FALKENBERG

VÅGA **SÄRSKILJA** PÅ PLATSEN OCH
KOMMUNORGANISATIONEN

LIKNEELSE: VS STRANDKANALEN



KOMMUNORGANISATIONENS ROLL I ”PRODUKTEN”



EXEMPEL: KOMMUNIKATION



Kommunorganisation

kommun.falkenberg.se



Plats

falkenberg.se

UTMANINGAR

VEM **BESTÄMMER**
VEM **BETALAR**
VEM GÖR **VAD**
HUR MÄTER MAN **EFFEKTER**

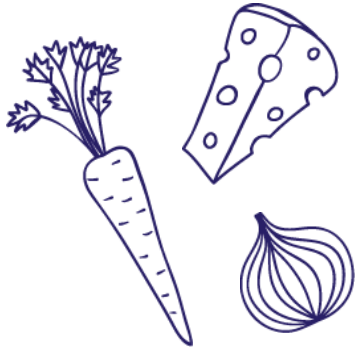
TEMATISERAD MARKNADSFÖRING

UTGÅR FRÅN FALKENBERGS **STYRKEOMRÅDEN**
FÖRMEDLAR FALKENBERGS **ERBJUDANDE**
RIKTAR SIG TILL DEN PRIMÄRA **MÅLGRUPPEN**

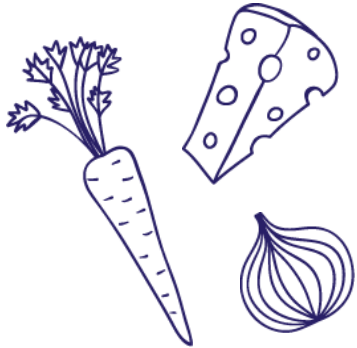
Falkenberg
Skaffereri

FALKENBERGS
MATDAGAR

”EN SAMLING MÄNNISKOR SOM BRINNER FÖR GOD OCH BRA
MAT & DRYCK

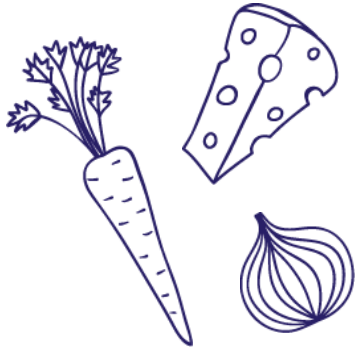


"MYNTADES" REDAN 2013
MINDRE LYCKADE SMÅAKTIVITETER, AKTÖRERNA TAPPAR TILLIT
OMTAG 2015 AV DFAB - SAMARBETE
DEFINIERADE "KOMMUNENS" ROLL
VÅGADE LYSSNA, ÄNDRA TILL DE FLESTAS BEHOV.
KRITERIER FÖR MEDLEMSSKAP
EKONOMISK INSATS (RH, FRAMTIDSBANKEN)
FÖRSTA MATDAGARNA 2016



” KOMMUNENS ROLL ÄR ATT SKAPA
FÖRUTSÄTTNINGAR FÖR SAMVERKAN

” DESTINATIONSBOLAGET DRIVER NÄTVERKET
SOM EN OBEROENDE PART



RESULTAT OCH EFFEKTER

FLER SOM KÄNNER **ÄGANDE** FÖR VARUMÄRKESARBETET
FLER AKTÖRER SOM **BERÄTTAR** SAMMA HISTORIE OM FALKENBERG
BRA **FÖRETAGSKLIMAT**
LOKAL **STOLTHET**
AKTIVERING AV IDEELA KRAFTER

FRAMGÅNGSFAKTORER

POLITISK **ENIGHET**

INVOLVERA INTRESSEENTER FRÅN START

LYSSNA PÅ ELDSJÄLAR

GEMENSAM **MÅLBILD** MED FLERA AKTÖRER

VÅGA SLÄPPA LITE PÅ KOMMUNENS KONTROLL AV PLATSVARUMÄRKET

VÅGA **SATSA**

VÅGA GÖRA **FEL**

KONSTRUKTIVA UTVÄRDERINGAR



/KRISTJANFANNAR