

Varumärkesplattform

Sollefteå kommun

Plats- och Arbetsgivarvarumärke



Innehållsförteckning

1.	Vi bygger tillsammans	2
1.1	Sollefteå en stolt del av Höga Kusten.....	2
1.2	Varumärket	2
1.3	Varumärkesplattformen	3
2	Varför ett varumärkesarbete	3
3	Organisationen och platsens varumärke.....	3
3.1	Kommunorganisationen – Sollefteå kommun	4
3.2	Platsen - Sollefteå kommun	4
4	Två olika varumärken med samma namn	5
4.1	Kommunverksamhetens varumärke	5
4.2	Platsvarumärket	5
5	Varumärket för organisationen Sollefteå kommun	6
5.1	Vår vision	6
5.2	Vår värdegrund	6
5.3	Kärnvärden för organisationen	6
5.4	Tonläge	6
	Till invånarna:	6
	Till medarbetarna:.....	7
6	Varumärket för platsen Sollefteå kommun	7
6.1	Platsvarumärket Sollefteå kommun.....	7
6.2	Varumärkesposition.....	7
6.3	Sollefteå kommun – en kraftfull plats	8
6.4	Platsvarumärkets positionering.....	8
6.5	Platsvarumärkets värdeord:	8
7	Tonläge.....	9

1. Vi bygger tillsammans

Att bygga ett starkt varumärke kräver en tydlig färdriktning och genom åren har en hel del arbete gjorts för att staka ut färdriktningen. Nu tar vi ett helhetsgrepp och sammanställer det arbetet som har gjorts i en varumärkesplattform för Sollefteå kommun som organisation och för platsen Sollefteå kommun.

Plattformen är ett strategiskt styrdokument som ska underlätta för oss alla i kommunkoncernen att arbeta i samma riktning och bidra till att vi kommunicerar mer effektivt och konsekvent både som kommunal organisation och som plats.

1.1 Sollefteå en stolt del av Höga Kusten

Sollefteå är en kommun med stolta och engagerade invånare med inställningen att inget är omöjligt. Genom historien har Sollefteå kommun varit en plats där människor har mötts för att samarbeta och skapa. Vi är övertygade om att vi är starkare tillsammans och i samarbete med andra.

För att stärka arbetet med besöksnäringen har Sollefteå kommun beslutat att vara en del av Höga Kusten Destinationsutveckling AB (HKdest AB). De värdeord som HKdest AB använder - äkthet, omtanke, stolthet och gemenskap – stämmer överens med den bild som vi vill förmedla av Sollefteå kommun.

Sollefteå kommuns platsvarumärke ska stå på egna ben men också vara nära sammanknippad med det samarbete som finns inom ramen för HKdest AB.

Sollefteå kommun är en stolt del av Höga Kusten för vi är starkare tillsammans.

1.2 Varumärket

Varumärket är allt det som Sollefteå kommun förknippas med – känslor och associationer. Varumärket är det löfte som ska uppfyllas och överträffas.

Det ska tydliggöra de egenskaper och värden som vi vill att våra medborgare ska förknippa Sollefteå kommun med och som omvärlden ska förknippa med platsen Sollefteå.

Ett aktivt varumärkesarbete hjälper oss som organisation att bli tydligare.

- Fler människor förstår vad vi är, gör och står för.
- Inom organisationen underlättar det för oss som medarbetare att veta hur vi ska agera och vilka värden vi ska prioritera.
- Utanför organisationen blir det lättare att förstå vilken roll organisationen har och vad människor kan förvänta sig av oss.

1.3 Varumärkesplattformen

Varumärkesplattformen består av två närbesläktade varumärken, ett organisationsvarumärke för Sollefteå kommun och ett platsvarumärke för den geografiska platsen Sollefteå kommun.

De har delvis olika fokus och målgrupper, men framför allt drar de åt samma håll för att nå kommunens övergripande mål.

Vår varumärkesplattform beskriver vilka vi är och vad vi står för, vad vi vill lyfta fram och vad vi vill förstärka.

Plattformen samlar oss kring en gemensam kärna i våra varumärken och kan användas utifrån varje verksamhets förutsättningar.

Vår varumärkesplattform innehåller ett organisationsvarumärke för Sollefteå kommun och ett platsvarumärke för den geografiska platsen Sollefteå kommun.

2 Varför ett varumärkesarbete

Varumärket är inte bara en logotyp, utan är alla de uppfattningar, värden och känslor som människor associerar med ett namn, en plats eller en organisation, som gemensamt bildar till varumärket.

Varumärket är ett löfte och skapar förväntningar som vi ska leva upp till och helst överträffa. De bilder vi skapar genom vår kommunikation skapar krav på vår och platsens leverans till medborgare, näringsliv och besökare.

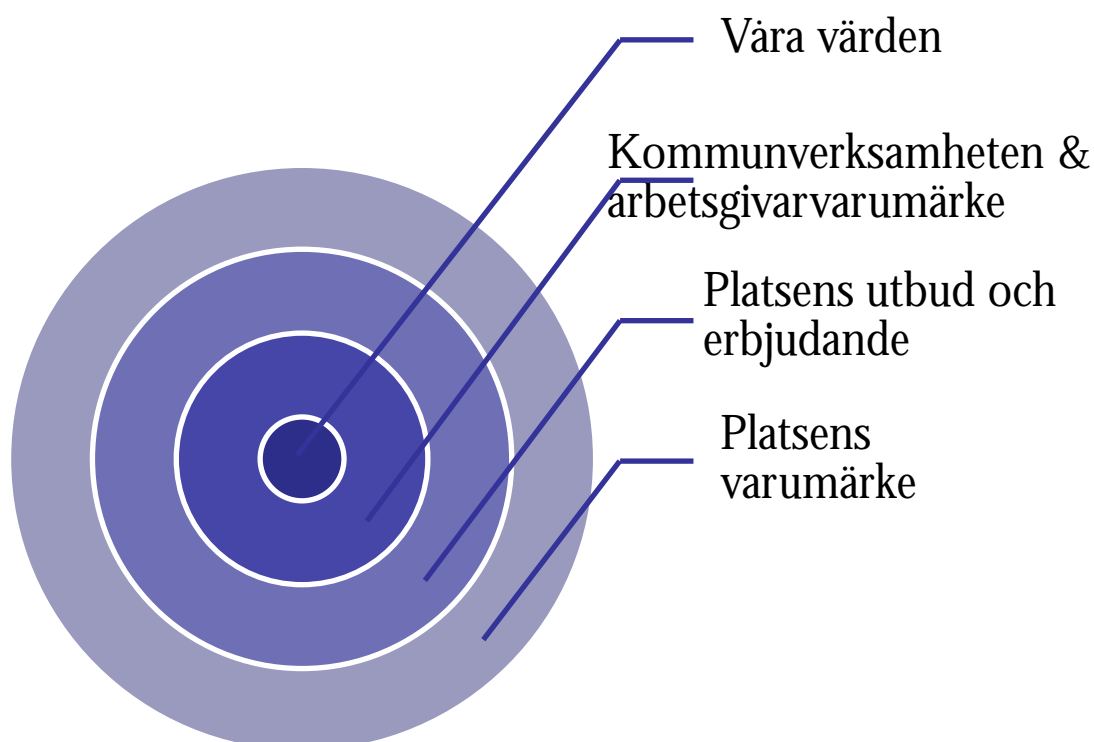
Vi påverkar vårt varumärke genom vad vi gör, hur vi agerar och hur vi kommunicerar.

Varumärket genomsyrar alla delar av verksamheten hur vi möter människor, sättet vi pratar på och hur vi uttrycker oss i ord och bild m.m.

3 Organisationen och platsens varumärke

I varumärkesarbetet måste vi skilja på två varumärken

- Kommunorganisationen Sollefteå kommun
- Platsen Sollefteå kommun



3.1 Kommunorganisationen – Sollefteå kommun

Organisationens varumärke används när vi kommunicerar:

- kommunens uppdrag och verksamhet
- vid rekryteringar
- allt det vi erbjuder t.ex. vård, skola, omsorg, kultur, tillväxtarbete m.m.

Kommunorganisationens varumärke används när kommunen är ensam avsändare och kännetecknar den kommunala servicen som är skattefinansierad.

3.2 Platsen - Sollefteå kommun

Platsvarumärket används för att enhetligt marknadsföra och kommunicera platsen Sollefteå som besöksmål, etableringsort och plats att bo och verka på.

Platsvarumärket får användas av alla verksamheter, föreningar och organisationer när de vill kommunicera att de kommer från Sollefteå kommun.

4 Två olika varumärken med samma namn

4.1 Kommunverksamhetens varumärke

Kommunverksamhetens varumärke används för att kommunicera kommunens uppdrag och verksamhet.

Används när kommunen är ensam avsändare.

ETT STARKT ORGANISATIONSVARUMÄRKE BIDRAR TILL

- Att Sollefteå kommun kommuniceras enhetligt
- Att förtydliga för kommunens medarbetare vilka värden som ska styra arbetet
- Ökad stolthet bland kommunens medarbetare
- Att stärka kommunen som attraktiv arbetsgivare
- Fler ambassadörer

Vår varumärkesplattform ska bidra till att skapa sammanhållning och tydlighet i allt vårt arbete och i all vår kommunikation.

4.2 Platsvarumärket

Platsvarumärket används för att på ett enhetligt sätt marknadsföra och kommunicera platsen Sollefteå för besökare, inflyttare, som etableringsort etc.

ETT STARKT PLATSVARUMÄRKE BIDRAR TILL

- Fler återkommande besökare och turister
- Ökad inflyttning
- Ökat värde på tillgångar i Sollefteå kommun
- Bättre förutsättningar att rekrytera
- Fler etableringar av företag och lägre arbetslöshet
- Ökad stolthet bland kommunens invånare
- Fler ambassadörer som berättar samma historia

Ett starkt varumärke lyfter en plats på flera sätt och skapar konkret, praktisk och ekonomisk nytta. Det ökar platsens konkurrenskraft och stoltheten bland invånare och andra som har en koppling till platsen.

5 Varumärket för organisationen Sollefteå kommun

5.1 Vår vision

Sollefteå kommun utvecklas och förnyas med en välutbildad befolkning, god livsmiljö, mångfald i företagande, god omsorg och en välkomnande attityd.

5.2 Vår värdegrund

Vår värdegrund baseras på alla människors lika värde, förmåga och vilja att utvecklas och att göra ett bra arbete. Värdegrunden vägleder oss i hur vi ska förhålla oss mot varandra.

5.3 Kärnvärden för organisationen

Visionen leder oss i det dagliga arbetet. I varje praktisk handling, dialog med omvärlden och i kommunikationen med medborgare, näringsliv och besökare ska varumärkets kärnvärden, tillsammans, kvalité, service, framåtanda, mod, stolthet och nytänkande löpa som en röd tråd.

Vi inspirerar varandra att med engagemang och glöd hålla varumärkets kärnvärden levande.

- Kvalité – vi ska leverera service med hög kvalité och alltid ha medborgaren i fokus.
- Mod – vi ska ha modet att vara nytänkande i vårt dagliga arbete och stolta i det arbete vi gör.
- Nyskapande – vi arbetar alltid tillsammans och skapar nya framtåsträvande lösningar och mål i vårt dagliga arbete.

5.4 Tonläge

När vi kommunicerar med omvärlden är vårt språk och våra bilder viktiga för hur vi vill uppfattas. Därför är det viktigt att vi har ett vänligt och personligt tonläge i våra kontakter med medborgare, besökare och näringsliv.

Vi skriver så enkelt och lättförståeligt som möjligt.

Till invånarna:

”Våra insatser gör skillnad i kommuinvånarnas vardag”

Vi är ca 2000 anställda som varje dag gör skillnad för våra invånare, besökare och näringsliv.

Till medarbetarna:

”Du är viktig för du gör skillnad”

Du är viktig i vårt gemensamma arbete att göra Sollefteå kommun till en attraktiv plats att bo och verka i. Hos oss ska du känna dig delaktig, känna stöd och modet att ta ansvar och vara innovativ i vår strävan att utvecklas tillsammans.

6 Varumärket för platsen Sollefteå kommun

Platsmarknadsföring är svårt att ta på men det är inte magi. Snarare är det både en konst och en vetenskap där det krävs disciplin, uthållighet och kreativitet för att lyckas komma igenom bruset från alla möjliga besöksmål.

Men det går inte att förlita sig enbart på marknadsföring. Man måste även göra saker som underlättar för budskapet att komma igenom bruset.

Processen kan beskrivas med tre ord: ”Gör saker tillsammans!” när myndigheter, föreningsliv, företag och befolkningen alla hjälps åt ökar chansen att lyckas.

6.1 Platsvarumärket Sollefteå kommun

Varumärket är till för att skapa en enhetlig bild i marknadsföringen av hela vår kommun.

Det ska vara naturligt att använda av alla som marknadsför vår kommun i olika forum.

Konkurrensen mellan olika platser blir allt tuffare och för att öka genomslagen måste samordningen och det gemensamma arbetet öka.

Målet är att locka fler besökare, evenemang, människor och entreprenörer till Sollefteå.

6.2 Varumärkesposition

Varumärkesposition handlar om vad andra ska känna och tänka när det kommer i kontakt med varumärket.

Sollefteå kommuns varumärkesposition är kraften.

Sollefteå har sedan långtid förknippats med starka grenar som kraftproduktion, regementen och naturen. Ordet kraft är något som också går att applicera på det starka föreningsliv som finns i kommunen.

Kraften ska vi ta ur naturen men också ur stoltheten, öppenheten och kreativiteten hos människorna som bor här.

Allt vi kommunicerar ska bottna i vår position, kraften.

6.3 Sollefteå kommun – en kraftfull plats

Sollefteå kommun är en plats där människorna har format och formats av platsens kraft. Bygdens naturtillgångar, älvarna, skogen och människorna har varit grund för att forma platsens identitet.

Vänlighet, gott värdskap och lokalt engagemang kännetecknar invånarna i Sollefteå kommun

En förmåga att kraftsamla när det behövs har fostrat många starka personligheter, stjärnor inom idrott och kultur och även bidragit till en gemensam drivkraft att utvecklas.

6.4 Platsvarumärkets positionering

En plats får sin identitet i ett samspel mellan historien och nutiden.

Hur medborgare, näringsliv och besökare förhåller sig till, använder och utvecklar platsen är starka påverkansfaktorer för platsens identitet.

För att identifiera platsen Sollefteå kommuns kärnvärden har vi utgått ifrån tidigare analyser.

Följande lyftes fram av många, och ledde oss fram till fyra kärnvärden och en sammanfattande kärna.

- Naturen
- Hällristningarna
- Älvdalarna
- Vinteranläggningar i världsklass
- De många starka arrangemangen
- De många framgångsrika idrotts- och kulturprofiler som fostrats i Sollefteå
- Det välkomnande värdskapet

6.5 Platsvarumärkets värdeord:

Naturkraft - Kulturkraft – Livskraft – Drivkraft ska finns hela tiden med i vårt medvetande när vi kommunicerar med omvärlden

- Naturkraft – naturen med de djupa skogarna, älvdalarna med sina unika nipor , odlingslandskapet och de många vattendragen ger platsen dess särprägel. Naturtillgångarna är basnäringar och skapar förutsättningar för utveckling och tillväxt.
- Kulturkraft – Sollefteå kommun har sedan urminnes tider varit en plats där människor samlats för att utbyta varor och erfarenheter. Idag utgör föreningslivet och de många gemensamma mötesplatserna som vi möts vid. De många föreningarna bidrar till

platsen rika kulturliv, ger samhörighet, glädje och kreativitet samtidigt som det skapar och kanaliserar kraft . Många starka personligheter har formats av och kommer ur vårt föreningsliv.

- Livskraft - Hos oss finns plats för alla kring, ingen ska behöva känna sig ensam. Vi har en välkomnande och öppen attityd som gör att alla känner sig delaktiga och trygga. Vi har hanterat många utmaningar och har förmåga att vända utmaningar till möjligheter.
- Drivkraft – Kommunens medborgare präglas av ett starkt engagemang för den egna platsen. Vi har förmåga att kraftsamla kring gemensamma mål och därefter tillsammans agera. Kraften som kommer ur engagemanget är det som driver utvecklingen så att Sollefteå kommun är en attraktiv plats för alla att bo och verka på.

7 Tonläge

Sollefteåbon är känd för sitt goda värdskap och trevliga bemötande.

Därför ska vårt tonläge vara vänligt, sakligt och inbjudande, kryddat med stolthet och humor.

Genom att använda oss av starka färger och bilder med människor visar vi vår kraft och en aktiv plats som ständigt utvecklas.

Våra bilder ska vara naturliga, egna och visa människor som gör saker tillsammans.