

Branding X Djursland

Angivelse af eventuelt partnerskab

Der er indgået partnerskab med Radio ABC A/S gruppen. Radio ABC vil dels være en central kommunikationskanal i Østjylland via deres 3 radiokanaler (ABC, Alfa, Solo), dels vil deres brede digitale kommunikationskompetencer blive anvendt.

Projektets idé og formål:

Erhvervslivet og virksomhederne på Djursland har et udtrykt behov for brande sig i fællesskab, på tværs af brancher og beliggenhed. På BD's Nytårskur den 11.1.2024 blev det blandt de 100 deltagere fremhævet som et af de vigtigste indsatsområder, og på et netværksmøde for "De Store virksomheder på Djursland" den 29.1.2024 blev behovet for en fælles privat/kommunal indsats adresseret. Der er masser af gode initiativer og innovative tiltag på vore virksomheder, men de bliver oftest fortalt isoleret og usammenhængende til en overordnet strategi med formål, retning og værdi. Tilsvarende har både Norddjurs og Syddjurs kommuner et erkendt behov for at arbejde strategisk og konsistent med deres erhvervsvenlighed, hvor brandingopgaven er helt centralt.

Formålet er at sætte fokus på Djurslands mange muligheder, erhvervsmæssigt, arbejdsmæssigt, kulturelt og oplevelsesmæssigt, og på den måde brande Djursland som et godt sted at arbejde, drive virksomhed og bosætte sig. Vi vil i løbet af projektet identificere X-faktor egenskaber og værdier, der i en koncentreret kampagneperiode vil blive fortalt på virksomhedsevents og blive kommunikeret internt og eksternt. Dette skal være med til at sikre en sammenhængende opfattelse af erhvervslivet og virksomhederne på Djursland, uanset om de er beliggende i Norddjurs eller Syddjurs kommune. Erhvervslivet og virksomhederne vil kunne komme til at fremstå unikke og attraktive ift. arbejdskraftsbehovet og tiltrækning af nye virksomheder.

Projektet vil have et klart strategisk branding-mæssigt sigte, der starter i praksis (action learning), vi erfarer og vidensdeler, vi identificerer X-faktor egenskaber og værdier, der herefter kan være afsæt for den fremtidige kommunikation fra virksomheder, erhvervsaktører, kommuner, byer og områder. (se vedhæftede procesfigur)

Projektets målgruppe:

1. Djurslands virksomheder, her især ledere og kommunikationsansvarlige fra de arbejdskraftstunge virksomheder + 20 ansatte. Her vil 20 større virksomheder deltage direkte i kampagnen som værter og det forventes at 200 virksomheder vil deltage som besøgende i kampagnen.
2. Borgere i Østjylland, der ønsker at arbejde og bosætte sig på Djursland. Her forventes 400 jobinteresserede i at deltage direkte i kampagneperioden.
3. Virksomheder udenfor Djursland (Østjylland), der har behov for at flytte sin virksomhed/etablere sig
4. Medarbejdere fra kommunernes Erhvervsafdeling og Arbejdsmarkedsafdeling

5. Norddjurs og Syddjurs kommunalpolitikere og interesseorganisationer

Projektets aktiviteter:

0. AFSTEMNING af PROJEKT

Der gennemføres en workshop med Syddjurs og Norddjurs kommune mhb. evt. at afstemme og justere projektets prioriteringer og tyngde

1. PLANLÆGNING og ORGANISERING

Der etableres en Styregruppe for projektet med deltagelse fra Business Djursland, Radio ABC gruppen, 2 rep. fra "Netværket for Store Virksomheder", Syddjurs Kommune (Erhvervsenhede) og Norddjurs Kommune (Erhvervsafd./Arbejdsmarkedsafd.)

Den koordinerende og planlæggende praktiske opgave udføres af Business Djursland.

Kommunikationsopgaven vil gennemføres i tæt samarbejde med Radio ABC.

2. VISITATION af VIRKSOMHEDER

Med henblik på at indgå i brandingkampagnen skal der visiteres min. 20 virksomheder, min. 10 fra Norddjurs Kommune og min. 10 fra Syddjurs Kommune. Som udgangspunkt vælges de blandt de 40 virksomheder, der indgår i Netværket for Store virksomheder, da de allerede nu har sagt ja til at indgå i brandingarbejdet og har et godt ejerskab til projektet. Styregruppen kan dog vælge andre virksomheder/organisationer på baggrund af ønsket om diversitet og brancher. Kriterierne for udvælgelsen er først og fremmest om virksomheden vil afsætte de fornødne ressourcer til eventarbejdet og dernæst om deres indsats og fortælling er forankret og implementeret i organisationen.

3. KAMPAGNEPERIODEN

Hos de 20 tilmeldte virksomheder vil der blive afholdt 20 åbne virksomhedsevents på en varighed af 2-3 timer. Den enkelte virksomhed vælger selv sit tema og historie, men skal selvfølgelig være noget som kendetegner virksomheden og som de er stolte af. Det kunne fx være:

Et rummeligt arbejdsmiljø med plads til forskellighed

Særlige bæredygtige tiltag i produktionen eller distributionen

Digitale markedsføringstiltag med AI

Energiløsninger baseret på grøn energi og samarbejdsaftale

Alle virksomhedsevents henvender sig dels til jobsøgende, dels til andre virksomheder, der er interesseret i temaet og pågældende virksomhed. Der vil alle steder være en rundvisning.

Der vil fra alle virksomhedsevents blive produceret en historie/fortælling, der bliver distribueret ud via Nyhedsbreve, SoMe og Radio ABC's kanaler. Radio ABC vil desuden producere ugentlige nyhedsspot og også tilbyde den enkelte virksomhed reklamespots.

For at kunne orientere sig om alle 20 virksomhedsevents, vil der i hos www.Businessdjursland.dk blive tilføjet en særskilt "Landing Page", der vil fungere som henvisningsside fra andre medieplatforme.

4. BRANDING X DJURSLANDS "LEARNING DAY"

Som afslutning på kampagneperioden vil der onsdag den 13. november 2024 blive afholdt en "Learning Day". Her vil der blive opsamlet på de mange erfaringer fra Brandingkampagnen, som de deltagende virksomheder (værter og besøgende) vil dele med hinanden og øvrige deltagere. Fortællingerne fra virksomhederne vil vi her i fællesskab "koge ned" til en række kernefortællinger og værdier, der bliver den X-faktor Djursland vil brande sig på fremover, både internt og eksternt. Ligeledes vil vi her opsamle og dele viden om vores erfaringer med at bruge Events, Radiospots, SoMe, Nyhedsbreve mm. i en målrettet Brandingkampagne for et geografisk område. Alle læringspunkter og anbefalinger samles op og bearbejdes til fortsat anvendelse hos vore virksomheder. Dagen vil blive afviklet over 3-4 timer, vekslende mellem gruppesessioner og oplæg. Radio ABC vil som noget helt specielt etablere en sendestation fra stedet, hvorfra der over dagen vil blive udsendt interviews fra deltagerkredsen. Der forventes 150 deltagere, der afslutter dagen med fælles middag (deltagerbetalt).

5. ANBEFALINGER og EVALUERING

De bearbejdede kernefortællinger og værdier vil sammen med branding anbefalinger blive udsendt til virksomhederne på Djursland via Nyhedsbreve fra Business Djursland og kommuner. Branding X Djursland projektet vil blive evalueret af de deltagende virksomheder, hvor både form og udbytte vil blive evalueret. Umiddelbart efter både arrangementet den 13.11, vil alle deltagere modtage et elektronisk evalueringsskema pr. mail. Herudover vil projektet også blive evalueret af alle involverede aktører og virksomhedsværter.

Tidsplan for projektets hovedaktiviteter:

0. AFSTEMNING af PROJEKT
Der gennemføres en workshop ultimo juni
1. PLANLÆGNING og ORGANISERING
15.6 – 31.7: Etablering og Styregruppe og praktisk arbejdsdeling med Radio ABC
2. VISITATION af VIRKSOMHEDER
1.8 – 31.8: Aftaler med de 20 virksomhedsværter. Etablering af Landing Page og fastlæggelse af endelig markedsføringsplan

3. KAMPAGNEPERIODE

1.9 – 31.10

Gennemførelse af de 20 Virksomhedsevents. Produktion af historier/fortællinger. Løbende markedsføring af både afholdte og kommende Virksomhedsevents

4. BRANDING X DJURSLANDS "LEARNING DAY"

Onsdag den 13.11, kl. 13.30-17.00 på facilitet med plads til 150 deltagere

5. ANBEFALINGER OG EVALUERING

14.1 – 31.12: Bearbejdning af erfaringer og input til udsendelse af X-faktors og anbefalinger. Evaluering sammen med deltagerne og øvrige interessenter. Regnskab og afrapportering.

Redegørelse for de forventede effekter

- A. Afstemning af Djurslands X-faktorer med kernefortællinger og værdier
- B. Gennemførelse af målrettet Brandingkampagne med 208.000 eksponeringer pr. uge i 8 uger via Radio ABC
- C. Gennemførelse af 20 Virksomhedsevents (10 i Syddjurs og 10 i Norddjurs) med 400 deltagende jobansøgere og 200 deltagende virksomheder
- D. Afvikling af "Learning Day" for 150 deltagere
- E. Anbefalinger til den fortsatte Branding af Djursland – Norddjurs/Syddjurs
- F. Stigning i DI's tilfredshedsmåling med +5 i ranking i 2024

Projektets start og sluttidspunkt

Start: 15.6.2024 Slut: 31.12.2024

Ansøgt beløb fra Erhvervspuljen/Arbejdsmarkedspuljen

150tkr fra Norddjurs Kommune

Budget

Budget for Branding X Djursland, Norddjurs Kommune	
Udgifter	Budget
Projektledelse og koordinering m/timepris 400kr	80.000
Honorarer til eksterne konsulenter mv.(20 events x 5000)	100.000
Honorarer til oplægsholdere (Learning Day)	30.000
Lokaleomk. (13.11)	30.000
Forplejning (20 x 2000 + 20.000)	40.000
Markedsføring og kommunikation (20 events x 10.000)	200.000
Udgifter i alt	480.000
Indtægter	
Ansøgt fra Erhvervs-/Arbejdsmarkedspuljen i Norddjurs Kommune	150.000
Ansøgt fra Syddjurs Kommune	150.000
Medfinansiering via Radio ABC (20 events x 5.000)	100.000
Egenfinansiering Business Djursland via timer	80.000
Indtægter i alt	480.000