

Felles merkevarestrategi for en utvidet Ringeriksregion



Steinar Aasnæss
USN



Bakgrunn og behov for en felles merkevarestrategi



Leveranse:

Merkevarestrategi for en utvidet Ringeriksregion

– **Kvaliteter ved regionen:**

En oversikt over kvaliteter ved Ringeriksregionen som kan fremheves og brukes i strategien for å styrke regionen med tanke på ***næringsattraktivitet***, ***bostedsattraktivitet*** og ***besøksattraktivitet***.

– **Ønsket omdømme:** Hva som bør være et ønsket omdømme for å bygge opp under de ulike attraktivitetene.

– **Ulike strategier:** Hvilke strategier vil være effektive og gode for å bygge opp under ønsket omdømme.

– **Rollefordeling:** Hvilke rolle og oppgave ulike aktørene i regionen bør ha for at strategien kan bli implementert, utviklet og vedlikeholdt.

Gjennomføring:

- Oppstart: 1. mars
- Dialog og avstemming med sentrale aktører i regionen
- Arbeidet omfattes og eies av alle deltagende kommuner, med solid forankring og medvirkning
- Arbeidet vil kreve betydelig medvirkning og tidsbruk for deltagende personer i prosjektet
- Kunnskapsoversikt, dybdeintervjuer, workshops, analyser og sluttrapport
- Arbeidet blir ledet av Geir Erik Gabrielsen, Bjørn Ove Grønseth og Steinar Aasnæss ved USN, Campus Ringerike.
- Prosjektet har en økonomisk ramme på kr. 300.000,-.
- Ferdigstillelse: 1. oktober 2021

