

Hvordan sikrer vi at
merkevarestrategien lever videre?

Gjør klar for dagens episode, men når
når starter neste sesong?

Hva har skjedd? Første episode

USN Universitetet
i Sørøst-Norge
Handelshøyskolen

Rapport – anbefalt merkevarestrategi for regionen

Rapport – 16. mai 2022

Av Geir Erik Gabrielsen og Steinar Aasnæss, USN



Dette er forslaget fra prosjektet

Hønefossregionen – med kraft til å vokse

5. Bevis – reason to believe

- Suksesshistorier fra regionen og hver kommune
- Gode ambassadører som kan fortelle historiene
- Regionshovedstad Hønefoss med urbanitet og universitet
- Tilgang til arbeidskraft fra befolkning på halvannen million
- I følge NHO en av Norges mest spennende vekstregioner
- Den synlige aktiviteten – byggekraner, bruer og bygg
- Godt samarbeid mellom næringsliv og kommuner, rask og god saksbehandling
- Integrrert del av Stor-Oslo, en av Europas raskest voksende hovedsteder

6. Personlighet

- Store nok til å være profesjonelle, små nok til å være fleksible
- Dynamiske, positive
- Det gode vertskap som ønsker alle velkommen

4. Fordeler - funksjonelle og emosjonelle

Funksjonelt:

- Plass: stor tilgang på kostnadseffektive, ferdigregulerte arealer og innflyttingsklare lokaler
- 'Kraft': rik tilgang på ren energi, naturressurser, kompetent arbeidskraft og næringsparker
- Tilkobling: nærhet til Oslo, hovedflyplass, havn og jernbane

Emosjonelt:

- Føler at her kan min bedrift lykkes
- Høy livskvalitet og gode rekreasjonsmuligheter slik at våre ansatte får det bra



7. Diskriminator

- Hønefossregionen - med kraft til å vokse

3. Innsikt

- Vår bedrift ønsker gode vekstvilkår, uten å ofre sentral lokalisering

2. Målgruppe

- Små og mellomstore virksomheter med høyere verdiskapning
- Eksempelvis manufacturing, engineering, prosessindustri, teknisk og faglig tjenesteyting, IT

1. Konkurransereana

- Regioner med nærhet til større bykjerner
- Eksempelvis Moss, Kongsberg, Drammen, Sandefjord Grenland, Lillestrøm. Dvs regioner som generelt har bynavn og derfor er lette å huske og plassere geografisk

Episode 2, Sole 28.11.2022



Episode 3, USN, 26.1.2023

Er du klar for å bringe
Hønefoss-regionen
ut i verden?

Universitetet i Sørøst-Norge, Campus Ringerike
Torsdag 26. januar 2023



Intens jobbing med produkt

Gruppearbeidet

Hvordan arbeider vi videre?

Dette skal deretter settes ut i live.

Definere merkestrategi ligger først i verdiskapingsmodellen



1) key for merkevaren
skal vi være for hvem
sålgruppen er



2) Levere og justere
produktet eller tjenesten
for å møte behovet



3) Kommuniser hva merkevaren
står for i de aktuelle kanaler

Vi er i gang med steg 2.

Hva mer må og kan vi gjøre bedre framover?

Steg 3 handler om hvordan kommuniserer det vi kan levere på?

Hvordan forbereder vi steg 3.

Lysbilde fra Geir Erik [Gabrielsens](#) presentasjon

Dagens episode: Nå og videre?

Første del:

- Hva kan vi kvittere ut som ”forholdsvis ferdig” så langt i prosessen?

Produktet handler om:

- Gode vekstvilkår uten å ofre sentral plassering
- Ren energi
- Arbeidskraft
- Næringsparker
- Bo og besøks-attraktiviteter

Det store spørsmålet:

- Hva skjer i neste episode?
 - Hvem gjør hva, når?
- Når er det tid for sesong 2? (Når er tenketida over og vi klare for å igangsette)