



**MARKAÐSSTEFNUMÓTUN
FYRIR BORGARBYGGÐ**


MANHATTAN
MARKETING



Yfirlit

Verkefnið

Greining

Markaðsleg
stefnumótun

Aðgerðir

Markaðsstefna

Skilaboð

Birtingamynd



Verkefnið

Verkefnið fólst í heildstæðri markaðsstefnumótun og aðgerðaáætlun fyrir Borgarbyggð sem spennandi staðar til þess að heimsækja, búa, starfa og reka fyrirtæki í.

Markmiðið með þessari vinnu var að við lok verkefnis lægi fyrir markaðsstefna og markaðsleg staðfærsla ásamt tillögum að aðgerðum fyrir Borgarbyggð til framtíðar.





Skilaboð
Birtingamynd
Aðgerðir

4. Innleiðing

- Eftirfylgni
- Árangursmælingar

3. Markaðs-og aðgerðaráætlun

- Aðgerðir mótaðar
- Tímasetning og forgangsörðun
- Boðleiðir kortlagðar
- Ásýnd og birtingamynd ákvörðuð

2. Markaðsleg stefnumótun

- Staðfærsla
- Markaðsstefna
- Mótun markaðsskilaboða
- Markmið og leiðir
- Markhópagreining

1. Stöðugreining og vörumerkjarýni

- Innri greining
- Ytri greining

Greining

Viðtöl – Rýnihópar – Íbúakönnun – Fyrirtækjakönnun –
Viðhorfskönnun

Viðtöl og rýnihópar +

- Aðgengi að fjölbreyttum náttúruperlum
- Fjölbreytt verslun og þjónusta
- Vínalegt fólk og samheldni
- Hagkvæmt að búa
- Fjölskylduvænt sveitarfélag
- Tækifæri til að laða að íbúa, fyrirtæki og gesti
- Góð staðsetning
- Nálægt Reykjavík
- Öflug og fjölbreytt ferðaþjónusta
- Nægt lóðaframboð
- Öll skólastig



Viðtöl og rýnihópar

- Óljós ímynd og skortur á markaðssetningu
- Óskýr framtíðarsýn
- Upplýsingagjöf og samskipti
- Skortur á leiguhúsnæði
- Hrepparígur
- Mismunun eftir búsetu
- Fjölga upplýsingaskiltum
- Skipulagsmál
- Samgöngumál
- Skólamál
- Rafmagns- og vatnsmál
- Há gjöld

Íbúakönnun

- 230 einstaklingar svöruðu könnuninni (6%)
- Góð aldersdreifing
- Meirihluti svara frá Borgarnesi (60%)
- Fleiri konur

Fyrirtækja könnun

- 41 fyrirtæki svöruðu könnuninni (27%)
- Góð aldursdreifing
- Nokkuð jöfn dreifing milli Borgarness og annarra staða
- Jöfn dreifing eftir atvinnugreinum
- Fleiri karlar

Viðhorfskönnun

- 394 einstaklingar af öllu landinu svöruðu könnuninni
- Góð aldursdreifing en heldur fleiri í eldri aldurshópum
- Jöfn skipting milli kynja
- Góð dreifing svara frá öllu landinu.
- Um 55% frá höfuðborgarsvæðinu
- Vesturland utan Borgarbyggðar 18%

Íbúakönnun



Hvað er það fyrsta sem að þér dettur í hug þegar þú hugsar um Borgarbyggð?

Íbúakönnun



Hverjir eru helstu kostir þess að búa í Borgarbyggð?

Íbúakönnun

- Íbúar mæla veikt með búsetu NPS (+4)
- Samhljómur um einkenni sveitarfélagsins
- Vinalegt og fjölskylduvænt
- Lágt sjálfsmat
- Íhaldssemi
- Atvinnnulífið mætti vera fjölbreyttara og öflugra
- Ætti að byggjast upp af litlum og meðalstórum fyrirtækjum
- Bæta má hreinsun og viðhald mannvirkja
- Samgöngumálum innan Borgarbyggðar ábótavant
- Bæta merkingar og fjölga upplýsingaskiltum



Fyrirtækja
könnun



Hvað er það fyrsta sem að þér dettur í hug þegar þú hugsar um Borgarbyggð?

Fyrirtækja
könnun



Af hverju tókstu ákvörðun um að reka fyrirtæki í Borgarbyggð?

Fyrirtækja könnun

- Mjög veik meðmæli NPS (-59)
- Samt margir kostir
- Sammála um einkenni sveitarfélagsins
- Samráð og samskipti við stjórnsýslu má bæta til muna
- Ætti að byggjast upp af litlum og meðalstórum fyrirtækjum
- Atvinnulífið mætti vera fjölbreyttara og öflugra
- Skortur á atvinnuhúsnæði



Viðhorfs
könnun



Hvað er það fyrsta sem að þér dettur í hug þegar þú hugsar um Borgarbyggð?

Viðhorfskönnun

- Mjög jákvætt viðhorf til Borgarbyggðar (80%)
- Tæplega helmingur getur hugsað sér búsetu
- Óljós ímynd og hvað/hvar Borgarbyggð sé
- Yfirgnæfandi meirihluti (80%) telur Borgarbyggð ekki langt frá Reykjavík
- Langflestir (83%) segjast munu heimsækja Borgarbyggð á næstu 3-6 mánuðum

SVÓT

Styrkleikar – Veikleikar – Ógnanir – Tækifæri

STYRKLEIKAR

- Fjölskylduvænt samfélag
- Vinalegir og samheldnir íbúar
- Öll skólastig
- Hagstætt húsnæðisverð
- Leikskóli fyrir 9-12 mánaða börn
- Stutt í fallega náttúru og náttúruperlur
- Staðsetning sveitarfélagsins
- Íþróttalíf og menningarviðburðir
- Öflug ferðapjónusta
- Sumarhúsabyggðir
- Fjölbreytt afþreying og þjónusta
- Nægt lóðaframboð

VEIKLEIKAR

- Almenningsamgöngur
- Samgöngumannvirki þarfnast viðhalds sem og uppbygging nýrra
- Brotin sjálfsmynd íbúa (minnimáttarkennd og neikvæðni)
- Doði meðal íbúa
- Skipulagsmál
- Vantar framtíðarsýn
- Hrepparíður (þéttbýli-dreifbýli)
- Samskipti, viðmót og upplýsingagjöf frá stjórnsýslu
- Láglaunasamfélag á vissum stöðum
- Fá störf sem þarfnast sérfræðimenntunar
- Of nálægt Reykjavík fyrir sérverslanir
- Óljós ímynd og engin markaðssetning á sveitarfélaginu
- Skólamál í héraði
- Hafnarfjall huglægur vegatálmi
- Einbreiður vegur til og frá Reykjavík

ÓGNANIR

- Samkeppni um íbúa
- Vegasamgöngur til og frá Reykjavík
- Slæmt orðspor á stjórnsýslu
- Neikvæðni á meðal íbúa
- Stór fyrirtæki flytja í burtu
- Opinber störf flytja í burtu
- Sameiningar háskóla og/eða fækkun í háskólaþorpum
- Opinberar deilur innan og á stjórnsýslu
- Gömul hreppapólitík
- Fortíðarhyggja og frændhygli
- Engin framtíðarsýn
- Fækkun íbúa

TÆKIFÆRI

- Háskólarnir
- Staðsetning
- Sundabraut
- Aukin tæknivæðing - Störf án staðsetningar
- Áhugi á náttúru og meiri nálægð við hana meðal almennings
- Eftirspurn eftir ódýrarar húsnæði en á höfuðborgarsvæðinu
- Aukinn frítími vinnandi fólks
- Sókn í afþreyingu og náttúru
- Jákvæð ímynd á Borgarbyggð
- Mörgum finnst svæðið ákjósanlegur búsetustaður
- Eftirsótt svæði
- Ferðamenn
- Betra kynningarstarf inn á við og út á við
- Aukin menntun íbúa
- Efla jákvæðni í samfélaginu
- Laða að opinberar stofnanir
- Auðvelda úthlutun lóða til fyrirtækja og einstaklinga
- Hlúa að nýsköpun, gera hana eftirsóttá, ýta undir verðmætasköpun
- Lega, landrými og fallegar leiðir
- Þjónusta sumarhúsaeigendur betur
- Frábært vatn til framleiðslu á ýmsum drykkjarvörum
- Ókeypis í Hvalfjarðargöng
- Stutt á Þingvelli um Uxahryggi
- Meiri eftirspurn eftir heilsusamlegum matvælum (beint frá býli)
- Vilji stjórnvalda til að framleiða meira grænmeti og efla innlenda matvælaframleiðslu
- Náttúruauðlindir
- Auka þjónustu og opnunartíma sundlauga
- Viðburðaskráning á miðlægum grunni

Markaðsleg stefnumótun

Markaðsmiðun – Mörkun staða – Lykilþættir – Einkenni – Aðgreining

Markaðsleg stefnumótun

- Markhópagreining
- Lýsing á markhópum
- Markaðsmiðun
- Staðfærsla
- Aðgreining og sérstaða
- Greining á vörumerkinu Borgarbyggð
- Markaðsskilaboð
- Rammi vörumerkis



Markaðsmiðun

- Fjölskyldufólk af öllum stærðum og gerðum
- Fjölskyldufólk og einstaklingar af höfuðborgarsvæðinu
- Frumkvöðlar og ferðaþjónustufólk
- Erlendir ríkisborgarar
- Lítil/meðalstór verslunar- og þjónustufyrirtæki
- Iðnaðarfyrirtæki
- Opinberar stofnanir
- Innlendir gestir
- Erlendir ferðamenn



Af hverju mörkun staða

- Út um allan heim eru staðir sífellt að vekja meiri athygli á sér
- Í samkeppnisumhverfi hjálpar mörkun staða við að byggja upp samkeppnishæft auðkenni
- Hafa áhrif á skynjaða ímynd hjá viðeigandi markhópum
- Hægt að skapa viðvarandi samkeppnisforskot með því að byggja upp vörumerkjavirði með vísan í auðkenni landa, svæða, héraða, borga og bæja.

Til að laða að

- Íbúa
- Fyrirtæki/fjárfesta
- Ferðamenn
- Þekkingu og hæfni (e. talent)



Lykilþættir

1. Einstakt og auðkennandi – Hvað er öðruvísi við Borgarbyggð og sker sig úr á einstakan hátt
2. Trúverðugleiki – Sannur/ekta – Hver eru hin sönnu einkenni, hvernig tengjum við einkennin við skynjun markhópa
3. Minnistæður – Einstakur staður er minnisstæður þeim sem þangað koma
4. Samvinna ólíkra aðila – Ekki einhliða ákvörðun heldur samspil ólíkra hagsmunaaðila, íbúa, fyrirtækja, stofnana og markhópa
5. Sköpun staðarímyndar – Snýst ekki um flott lógó eða slagorð heldur gagnvirka samvinnu í sköpun staðarímyndar, (viðburðir, skipulag, fjárfestingu og aðgerðir sem tala)
 - Samspil hagsmunaaðila og innviðauppbýggingar er mikilvæg undirstaða í mörkun Borgarbyggðar
 - Upplifun af staðnum er það sem skiptir máli
 - Orðspor er svo afleiðing af upplifun, jákvætt eða neikvætt, mæla með eða vilja búa, starfa eða reka fyrirtæki.



Einkenni Ápreifanlegir þættir

- Einstakt náttúrulegt umhverfi
- Auðkennandi náttúruperlur
- Staðsetning
- Borgarfjarðarbrúin
- Borgarnes sem heild
- Sumarhúsabyggðir
- Ýmsar byggingar og þéttbýlisstaðir
- Jarðvarmi

Einkenni Óáþreifanlegir þættir

- Vínalegir íbúar
- Sagan
- Íþróttta-, lista- og menningarlíf
- Sjarmi yfir miðbæ Borgarness
- Sérstakur blær og andi yfir sveitarfélaginu
- Dugnaður en berja sér ekki á brjóst
- Brotin sjálfsmynd – Fortíðarfjötrar

Aðgreinandi þættir POD



Aðgerðir

Íbúar – Fyrirtæki – Gestir – Stjórnsýsla

Aðgerðir

Almennar aðgerðir:

- Auka ánægju
- Bæta búsetuskilyrði
- Styrkja samband og samtal
- Auka samkeppnishæfni
- Bæta atvinnulíf

Markaðsaðgerðir

- Auka vitund
- Efla ímynd

Íbúar, fyrirtæki, stjórnsýsla, ferðamenn og gestir

- Efla jákvætt orðspor
- Fá fleiri til að mæla með



Íbúar - Almennar aðgerðir

VERKEFNI	MARKMIÐ	MIKILVÆGI	ÁBYRGÐ/ TÍMASETNING
Bæta vegasamgöngur	Auka ánægju	Áríðandi	TBD
Huga að skólaakstri og almenningssamgöngum	Auka ánægju	Áríðandi	TBD
Ýta undir jákvæðni og betri samskipti	Auka ánægju	Aðkallandi	TBD
Huga að móttöku nýrra íbúa	Auka ánægju	Athuga	TBD
Bæta samskipti á milli svæða til að auka samheldni	Bæta búsetuskilyrði og auka ánægju	Athuga	TBD
Sýna með áberandi hætti að sveitarfélagið er sameinað	Auka ánægju og samheldni	Áríðandi	TBD
Huga að hreinsun og viðhaldi mannvirkja	Auka ánægju	Áríðandi	TBD
Efla nýsköpun með ápreifanlegum hætti	Auka ánægju	Athuga	TBD
Styðja og styrkja einstaklinga sem vilja gera eitthvað nýtt eða hefja starfsemi	Bætt atvinnulíf	Athuga	TBD
Halda úti skólastarfi í dreifðum byggðum	Bæta búsetuskilyrði og auka ánægju	Áríðandi	TBD
eins og kostur er			
Tryggja að rafmagn berist til allra bæja í dreifbýli	Bæta búsetuskilyrði og auka ánægju	Aðkallandi	TBD
Þrýsta á bættar samgöngur	Bæta búsetuskilyrði	Áríðandi	TBD
Útbúa og samræma heildstætt viðburðardagatal	Auka ánægju	Athuga	TBD

Íbúar – Markaðsaðgerðir

VERKEFNI	MARKMIÐ	MIKILVÆGI	ÁBYRGÐ/ TÍMASETNING
Efla ímynd Borgarbyggðar inn á við sem og út á við	Auka vitund og styrkja ímynd	Aðkallandi	TBD
Efla sjálfsmynd íbúa, sannfæra þá um ágæti Borgarbyggðar og styrkleika	Efla jákvæðni og styrkja ímynd	Aðkallandi	TBD
Svara umræðum á samfélagsmiðlum, ekki láta óánægja krauma	Efla jákvæðni og styrkja ímynd	Athuga	TBD
Áhersla á heilbrigðan lífsstíl, sjálfbærni og lífsgæði	Auka vitund og styrkja ímynd	Athuga	TBD
Kynna náttúruperlur	Auka vitund og styrkja ímynd	Athuga	TBD
Fjölbreytt afþreying, verslun og þjónusta	Auka vitund og styrkja ímynd	Áríðandi	TBD
Úrval af góðum veitinga- og kaffihúsum	Styrkja verslun og þjónustu	Áríðandi	TBD
Hagkvæmt að búa	Auka vitund og styrkja ímynd	Áríðandi	TBD
Fjölskylduvænt sveitarfélag	Auka vitund og styrkja ímynd	Áríðandi	TBD

Fyrirtæki - Almennar aðgerðir

VERKEFNI

Ýta undir jákvæðni og betri samskipti
Auka samtal og samráð
Rekstrarumhverfi
Styrkja og styðja fyrirtæki sem vilja gera
eitthvað nýtt eða hefja starfsemi

MARKMIÐ

Efla jákvæðni og styrkja ímynd
Efla jákvæðni og styrkja ímynd
Bætt atvinnulíf
Bætt atvinnulíf

MIKILVÆGI

Aðkallandi
Aðkallandi
Aðkallandi
Athuga

ÁBYRGÐ/ TÍMASETNING

TBD
TBD
TBD
TBD

Fyrirtæki - Markaðsaðgerðir

VERKEFNI

Efla ímynd Borgarbyggðar inn á við sem og út á við
Það er ekki langt til Borgarbyggðar
Hentug staðsetning
Sanngjarnt lóðaverð
Nægar lóðir
Benda á ýmsa þjónustu við fyrirtæki

MARKMIÐ

Auka vitund og styrkja ímynd
Auka vitund og styrkja ímynd
Auka vitund og styrkja ímynd
Auka vitund og styrkja ímynd
Auka vitund og styrkja ímynd
Auka vitund og styrkja ímynd

MIKILVÆGI

Aðkallandi
Áríðandi
Áríðandi
Áríðandi
Áríðandi
Athuga

ÁBYRGÐ/ TÍMASETNING

TBD
TBD
TBD
TBD
TBD
TBD

Gestir - Almennar aðgerðir

VERKEFNI

Bæta samgöngur innan Borgarbyggðar
Bæta allar merkingar fyrir akandi, gangandi og hjólandi.
Auka aðhald og eftirlit með ferðamönnum
Tryggja ásýnd ferðamannastaða
Bæta og auka hjólastíga
Finna tákni og auðkenna bæinn
Bæta tjaldsvæði og salernisaðstöðu við
vinsæla ferðamannastaði

MARKMIÐ

Bæta upplifun
Bæta upplifun og efla afþreyingu
Bæta upplifun
Bæta upplifun
Bæta upplifun og auka ánægju
Bæta upplifun og auka ánægju
Bæta upplifun og auka ánægju

MIKILVÆGI

Athuga
Áríðandi
Áríðandi
Áríðandi
Áríðandi
Athuga
Áríðandi

ÁBYRGÐ/ TÍMASETNING

TBD
TBD
TBD
TBD
TBD
TBD
TBD

Gestir - Markaðsaðgerðir

VERKEFNI

Efla ímynd Borgarbyggðar inn á við sem og út á við
Benda á fjölmargar gönguleiðir um sögufræga staði
Sagan og menningin
Fjölga myndastöðum
Samræmd upplýsingaskilti
Benda á fjölbreytta afþreyingarmöguleika
Vekja athygli á náttúruperlum og söguminjum

MARKMIÐ

Auka vitund og styrkja ímynd
Auka vitund og styrkja ímynd
Auka vitund og bæta upplifun
Bæta upplifun og efla afþreyingu
Bæta upplifun og efla afþreyingu
Bæta upplifun og efla afþreyingu
Bæta upplifun og efla afþreyingu

MIKILVÆGI

Aðkallandi
Athuga
Áríðandi
Athuga
Athuga
Áríðandi
Áríðandi

ÁBYRGÐ/ TÍMASETNING

TBD
TBD
TBD
TBD
TBD
TBD
TBD

Stjórnsýslan

VERKEFNI

Framtíðarsýn
Bæta skilvirkni
Efla þjónustulund og bæta samskipti út á við
þjónustustefna
Skipulagsmál – Bæta skilvirkni
Bæta orðspor og efla starfsanda
Auka gegnsæi í stjórnsýslu og bæta upplýsingagjöf
Bæta þjónustu og samskipti bæjarskrifstofu við fyrirtæki
Útbúa heildstætt viðburðardagatal

ÁBYRGÐ

Auka vitund og styrkja ímynd
Auka ánægju
Auka ánægju
Auka ánægju
Auka ánægju
Auka ánægju
Auka ánægju
Auka ánægju
Auka ánægju

MIKILVÆGI

Aðkallandi
Aðkallandi
Aðkallandi
Aðkallandi
Aðkallandi
Áríðandi
Aðkallandi
Aðkallandi
Athuga

ÁBYRGÐ/ TÍMASETNING

TBD
TBD
TBD
TBD
TBD
TBD
TBD
TBD
TBD

Hugmyndafræðin

Staðfærsla – Uppbygging – Sýn – Mantra – Skilaboðin

Staðfærsla

Staðfærsla á að endurspegla það sem Borgarbyggð stendur fyrir og draga fram þá jákvæðu tengingu sem mynda á við markhópa þegar Borgarbyggð er kynnt með margvíslegum hætti og þar sem markhópar verða varir við markaðsaðgerðir.

Staðfærslan gefur því til kynna ákveðið loforð til markhópa og byggir á þeim styrkleikum og sérhæfingu sem Borgarbyggð býr yfir og greindir hafa verið.

Staðfærsla Borgarbyggðar miðlar sérstöðu sveitarfélagsins og á að endurspegla þau hugrenningatengsl sem hagsmunaaðilar vilja að myndist þegar fólk hugsar um eða kemst í snertingu við Borgarbyggð.



Staðfærsla

“Borgarbyggð er fallegt, friðsælt og fjölskylduvænt sveitarfélag með ríka sögu, í nálægð við höfuðborgina þar sem íbúar og gestir upplifa öflugt skólastarf, íþróttar-, menningar-, og listalíf, góða þjónustu og vinalegt viðmót ásamt fjölbreyttri afþreyingu í einstakri náttúrufegurð”



Uppbygging ímyndar

HUGMYNDAFRÆÐI

...bíður þín í Borgarbyggð

SÝN

Hér vil ég vera

Hér vil ég starfa/reka fyrirtæki

Hér vil ég upplifa og njóta

STAÐFÆRSLA

Fallegt, friðsælt og fjölskylduvænt sveitarfélag

PERSÓNUEINKENNI

Vínalegt

Stolt/Hógværð

Samheldni

Íhaldssemi

Vinnusemi

STOÐIR

Saga

Menning

Fjölskyldugildi

Náttúra

Sveitin



Mantra

Hér er nálægð við það sem skiptir máli,

við höfuðborgina, við söguna,
við náttúruna, við þögnina.

Hér er gott að vaxa og blómstra
hér er lífið næs

Fjallahringurinn,
Skarðsheiðin, Eiríksjökull, Baulan

nákvæmlega eins og þegar Snorri og Egill
drógu hér andann.

Nema nú er netið miklu betra.

Lífið bíður þín í Borgarbyggð.



...bíður þín í Borgarbyggð



Lífið bíður þín í Borgarbyggð



Tækifærin bíða þín í Borgarbyggð



Ævintýrin bíða þín í Borgarbyggð



Náttúran bíður þín í Borgarbyggð



Ástin bíður þín í Borgarbyggð



Dekrið bíður þín í Borgarbyggð



Gleðin bíður þín í Borgarbyggð



Sagan bíður þín í Borgarbyggð



...bíður þín í Borgarbyggð



Takk fyrir!

MARKAÐSSTEFNUMÓTUN OG
AÐGERÐARÁÆTLUN FYRIR BORGARBYGGÐ


MANHATTAN
MARKETING

