

«Et godt omdømme for kommunen - muligheter og utfordringer»

Nils M. Apeland // KS // 4.9.2013

nils@bedrekom.no



1

Omdømme = Sum av oppfatninger



2

Omdømme

*Møtene med
kommunen*

*Hva medier og
tredjeparter sier*

*Kommunens egen
kommunikasjon*



3

Tillit
Legitimitet
Attraktivitet



4

Et godt produkt gjort kjent og populært



5

Hvordan tenke og jobbe
systematisk?



6

Steder er attraktive på tre måter



BOSETTING



BEDRIFTER



BESØK



Knut Vareide, Telemarkforskning 2011 7

Hva gjør steder attraktive å flytte til?

Technology
Talent
Territory
Tolerance

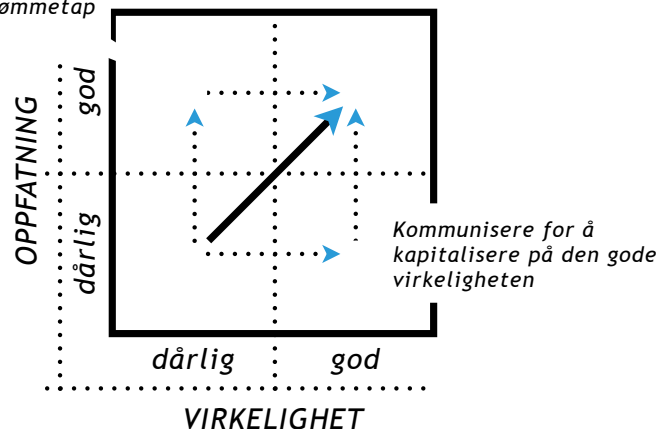
Richard Florida



8

Tett omdømmegapene

Forandre for å
unngå omdømmetap



Nils M. Apeland: «Det gode selskap» 9

De beste byene:

1. Er bevisste på hva som gjør dem unike
2. Identifiserer kontaktpunktene
3. Vet hva de skal være for hvem
4. Kobler drivere og unikhet i sine budskap
5. Setter måltall og måler suksess

Wally Olins / Reputation Institute

Kan arbeidskraftutfordringen
løses med et bedre omdømme?



11

*Hvem konkurrerer
din kommune om og med?*



12

Jeg jobber i revisjonen.
Riksrevisjonen.

OK, så er det kanskje ikke så enkelt som det ser ut. Men det er faktisk ikke så enkelt som det ser ut. Du må være villig til å stå på egne ben, og du må være villig til å stå på egne ben. Du må være villig til å stå på egne ben. Du må være villig til å stå på egne ben.

MED LUSENS TIL Å REVIDERE

Riksrevisjonen kontrollerer forvaltningen for å sikre at folkeskapets verdier brukes slik Stortinget har bestemt. Dette gjør vi gjennom **revisjon, kontroll og veiledning**. Derfor trenger vi mennesker med **analytiske evner** og et sterkt **samfunnsengasjement**.

Har du det som skal til for en karriere hos oss?

▼ Kan du tenke deg en meningsfull jobb hvor du bidrar til å bevare folkeskapets verdier? Er du opptatt av at velferdspolitikken fungerer så godt som mulig? Da kan det hende at du passer til en jobb i Riksrevisjonen.

▼ Vi er nemlig på jakt etter **revisorer** som skal sjekke og godkjenne både statsregnskapet og regnskapsene for departementene og underliggende virksomheter. Vi trenger også **økonomer og jurister** som skal kontrollere at statens interesser i ulike selskaper

kvantes på en god og hensiktsmessig måte. Og ikke minst ser vi etter **samfunnsvitene og andre** som kan gjennomføre systematiske undersøkelser av økonomi, produktivitet, miljøspørsmål og effekter av de ulike forvaltningen gjør. Sammen bidrar vi til en bedre forvaltning.

R
Riksrevisjonen

Vil du bli en av oss? Les mer på www.riksrevisjonen.no



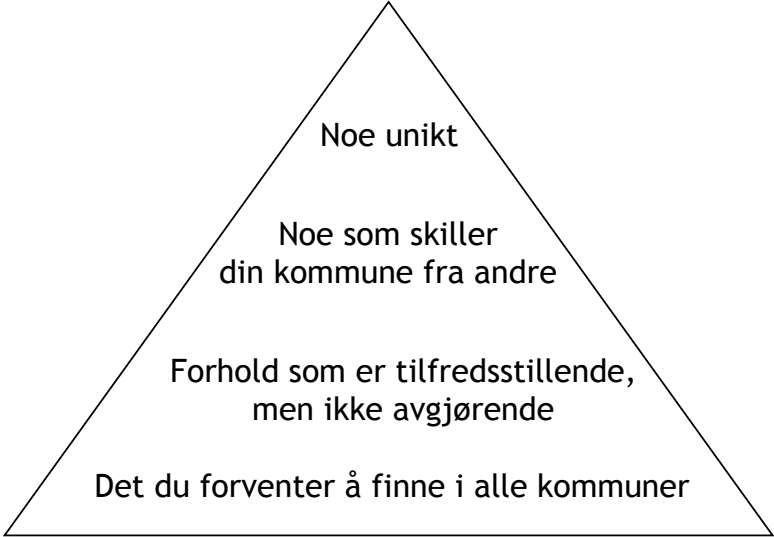
13

«You need to look for your point of differentiation!»

Wally Olins, merkevareguru om City Branding



14



Noe unikt

Noe som skiller
din kommune fra andre

Forhold som er tilfredsstillende,
men ikke avgjørende

Det du forventer å finne i alle kommuner



Identitet



Organisasjonsidentitet = Virksomhetsidentitet



Brønn & Ihlen 2009

17

Smykker seg med Heyerdahl

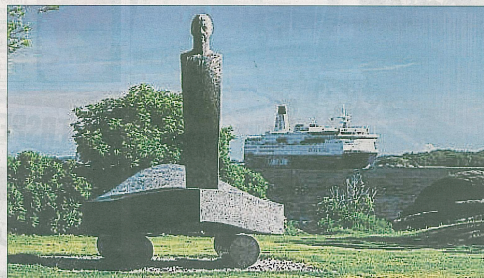
Larvik skal synliggjøre Thor Heyerdahls livsverk og ideer med faste kunstverk langs E-18 og ved innseilingen til byen.

THORLEIF ANDREASSEN

Reiseløpelig har nær 30 billeskulpturer bostedt i Norge midt og på den årgave konkurransen om to kunstprosjekter, som skal gi seassasjoner til Larviks store sønn, Thor Heyerdahl. De to arbeidene plasseres godt synlig for så vel veifarende som sjefarende turister.

Et av kunstverkene får varig opphold på den nye E-18 på Bommestad ved avkjøringen til Larvik, det andre på molokodet som utgjør Larvik havns ytterste punkt mot færdien. Kunstverket på molokodet skal synliggjøre Heyerdahls maritime tilknytning. Monumentet skal ha et volum og størrelse som gjør det synlig fra store deler av Larvik, by med omgivelser, men først og fremst skal det tiltrekke seg oppmerksomhet fra tilreisende som kommer gjennom. Monumentet på Bommestad skal umiddelbart oppfattes som gjennomsnittlig i forhold til Heyerdahl, og være tydelig for alle som kjører på E-18 i både nordlig og sørlig retning.

- Hva slags kunstverk er



I dag er det Nico Widebergs kunstverk som markerer Larvik som Thor Heyerdahls fødested. Snart kommer flere Heyerdahl-monumenter.

det snakke om, prosjektleder

Gillian Hockley?

- Vi ønsker oss ikke et tradisjonelt monument eller en skulptur av Thor Heyerdahl, men konkrete eller abstrakte verk som tydelig reflekterer

hans person, identitet, livsverk, verdier eller hans ideer, forteller Hockley i prosjekt Heyerdahl-byen.

- Formålet med konkurransen?

- Forsterke byens identitet som Heyerdahl-byen og skape forutsetninger for turistene. Kunst-

konstneriske samarbeidsprosjektet mellom prosjekt Heyerdahl-byen, Statens vegvesen, Larvik havn og med Norsk Bil-

leddoggerformning som rådgiver.

- Larvik har svært høye

ambisjoner for kunstverke-

fredsarbeid, har gjort ham til en av de mest berømte nordmenn gjennom tiden. Med denne markeringen vil vi knytte Thor Heyerdahls navn til Larvik og gjøre byen kjent som hans fødested, forteller Gillian Hockley.

Driften til å møte alle ved i den



18

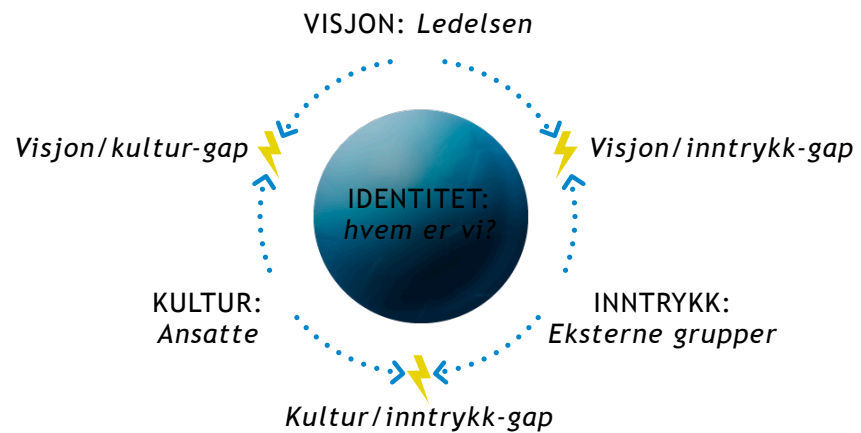
«If you take care of the inside,
the inside will take care of the outside»

Harald Burson // Burson & Marsteller



19

Er elementene i balanse?



Hatch & Schultz

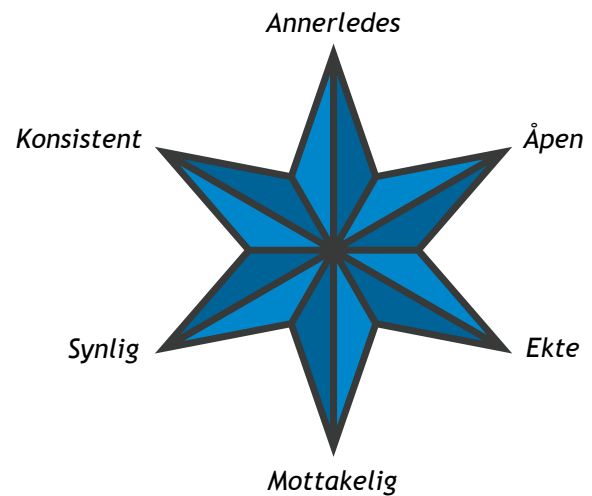
20

Hva kan vi lære av de beste?



21

En omdømmevinner fremstår som



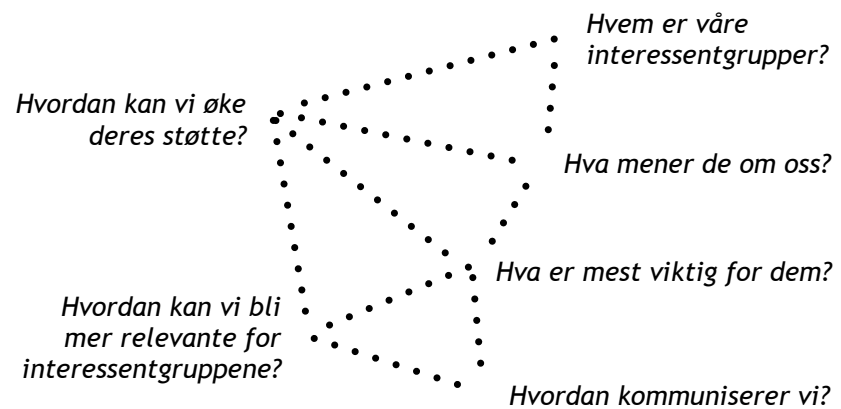
Fombrun & van Riel 2004

22



23

Kartlegg omdømmelandskapet



Nils M. Apeland 2013

24

Oppsummert:

1. Definér hva dere vil være for hvem
2. Finn kommunens omdømmegap
3. Tett dem med kommunikasjon og handling
4. Finn og dyrk kommunens unikhhet
5. Spiss kommunikasjonen



25

