

Ny kommunikationsstruktur

Landsbyklyngen Rundt om Hammer

Oktober 2018

UDKAST C DOF 20.10

Visionen for samarbejdet er at skabe og understøtte det aktive liv i byerne omkring Hammer Bakker og udvikle de fysiske rammer omkring bakkerne og skabe fælles værdier og initiativer.

Projektet har det overordnede formål at understøtte livet i den nordlige del af Aalborg Kommune og derigennem fastholde eksisterende borgere samt gøre området attraktivt for potentielle tilflyttere, så en positiv befolkningsudvikling sikres gennem neden stående aktiviteter:

- 1. Udvikling og organisering af samarbejde mellem borgere, institutioner, erhverv og foreninger i Vodskov, Vestbjerg, Sulsted, Tylstrup, Brændskov og Grindsted-Uggerhalne*
- 2. Sikring og etablering af en langsigtet, sammenhængende og gennemtænkt udvikling af social sammenhæng, så det understøtter livet i Hammer Bakker-området.*

Effektiv struktur

Det er kommunikationsgruppens ansvar at sikre en klar, sober og ensartet kommunikation fra ROHB på de definerede platforme.

De definerede platforme er:

EN hjemmeside, der er konstant opdateret og interaktiv og interessevækkende, og som uden problemer bringer brugeren over i de sociale medier, fortrinsvis Facebook, og som indeholder en arrangementskalender og en blog.

Desuden skal kommunikationsgruppen sikre driften af de elektroniske nyhedsskærme i sportshallerne enten ved egen kraft eller sikre ved koordineret uddelegering.

Gruppen vil efter behov levere support omkring kommunikation til alle involverede parter i ROHB.

Kommunikationsudvalgets overordnede arbejde er således defineret med afsæt i følgende seks punkter.

1. Hvad er vores mål med kommunikationen - hvad vil vi fortælle?

Det er kommunikationsgruppens opgave at sikre formidlingen af viden om visionen bag ROHB.

Det sker via følgende punkter:

- Formidling om processen, der er gået forud
- Beskrivelse af forløbet og den fremadrettede proces

- Beskrivelse af aktiviteter under den samlede organisation ROHB
- Formidle alle tiltag, der fører til et nyt sammenhold mellem byerne

Gruppen skal brande lokalområdet Hammer Bakker og fremhæve empati og samarbejdet mellem byerne.

2. Hvem skal vi fortælle det til?

Målgruppen for KG's arbejde er alle potentielle interessenter og aktører i og uden for lokalområdet. KG skal samtidig via organisationens hjemmeside og facebookgruppe og nyhedsskærme fungere som internt kommunikationsled mellem udviklingsgrupperne.

3. Hvad har vores modtagere brug for at vide? Motivationsfaktorer eller barrierer?

KG skal sikre etableringen af en sober kommunikation til sikring af, at fordomme og modstand kan imødegås via en konstruktiv dialog mellem borgerne i byerne.

Desuden skal KG skal arbejde for at formidle budskabet, at projektets fundament bygger på demokratiske tilgange og processer, hvor alle input er velkomne. Der må ikke ligge støvet eller kedelig information i systemet.

4. Hvornår har vores modtagere brug for budskaberne?

Aktuel, inspirerende og løbende kommunikation er afgørende for projektets gennemførelse og derefter for projektets samlede succes.

Modtagerne har altid brug for opdatering og inspiration! De skal mødes af interessante og aktuelle nyheder hver gang de tilgår systemet.

5. Hvorfor har vores modtagere brug for informationen?

I den indledende fase vil det være KG's primære opgave af skabe overblik både internt i organisationen ROHB samt til de eksterne interessenter i lokalområdet.

KG skal arbejde for at etablere ejerskab for projektet også ud over organisationens og dens arbejdsgrupper, og dette vil primært tage afsæt i den lokale tilknytning.

6. Hvordan når vi vores modtagere - hvilke kanaler og medier benytter vores modtagere sig af? Hvordan kan kanalerne spille sammen?

Levende, interaktive komponenter og muligheden for at påvirke oplevelsen samt en direkte kommunikation med ROHB er værktøjer, der får borgerne til at vende tilbage og anbefale landsbyklyngen til andre. Den stive brochurestil er ikke effektiv i tider med sociale medier og video alle vegne.

Websiden skal være en aktiv medspiller i vor landsbyklynge og være en naturlig del af klyngens markedsføring - men den kan være mere end det!

Et typisk eksempel kunne være interaktive events og udveksling af gode nyheder og billeder.

Hjemmesiden skal indeholde emner, folk gider se og læse. Folk i landsbyklyngen skal spares for trivialiteter med smart-search, hvor de nemt finder ligesindede i de andre byer og servicetilbud, som de ikke har i egen by.

Vi er friske og udadvendte og indhenter ideer, -ønsker og -erfaringer gennem sociale medier oveni.

Levende, hurtigt opdaterende og interaktive systemer kan godt koste lidt, men vil være en god investering i længden. Inden pungen kommer op, er der flere komponenter, vi kan overveje, for at lade brugeren interagere med vort websted, som han/hun dermed kommer til at holde mere af.

Ole

.....

Forslag til evt. nye interaktive elementer til systemet

Gå til en af byerne med ét klik

Turforslag og pakker til oplevelser: Aktiv hjælp til sammensætningen

Besøg markeder: hvornår er datoerne?

Byfester: deltag også i de andres fester!

Test/Quiz: Konkurrer med dig selv eller dine venner

Konkurrencer/Spørgeskemaer. Måske med præmier

Afstemninger: Det er sjovt at se hvad andre mener - men endnu sjovere selv at give sin mening

Animationer, der reagerer på brugervalg: Lærere brugerflade

Spil: Underbyg dit brand ved at lade brugeren lege med det

Mulighed for kommentar/debat. On-site forum eller via Facebook Pages

Nyhedsbreve og RSS feeds: Klassisk men vigtigt

Video / Podcasting / Audio: **Brugerne gider ikke læse lange tekster**

360° Panorama med hotspots eller andre **virtuelle verdener** med dit produkt

Geolocation af forhandlernettet: Sparer opslag i Krak og ser moderne ud.

Interaktive kort over historiske steder

Specialbutikker i byerne: en lille video fra hver.

Flot video

Kalender

Forside

KLYNGEN

Projekter

TILFLYTTER

Kulturfidræt

ERHVERV

Presse

Kontakt os



BUDGETUDKAST fra Peter/Ole/Lasse 12. oktober 2018



Udgifter til en ny kommunikationsstruktur for landsbyklyngen:

1. 6 stk infoskærme til hallerne 30.000
2. Drift og opsætning af skærme i introfasen 10.000
- 3.

Nyredigeret hjemmeside – basis den ’gamle ’	15.000
4.	
Drift af hjemmeside v. lokalt firma første år	20.000
Derefter finansieret af annoncer	
5.	
Animation og interesse hos brugere: video	15.000
Droneoptagelser fra de 7 byer	5.000
6.	
Etablering af annoncer på web	2.000
Drift finansieres heraf når færdigt	
7.	
Diverse	3.000
Beløb i alt:	100.000 kroner

Bemærk: nyredigering af www klares via tilbud fra mindst 2 leverandører.

Ref. Ole F