



PROSJEKTPLAN 6

OMDØMME

Gjennom forstudien og innsiktsarbeidet i næringsvennlig Kautokeino kommune ble det fra både næringsliv og kommunalt ansatte løftet frem et behov om å jobbe med omdømme, og bygge stolthet til å høre til i kommunen.

Anders S. Buljo
Ordfører Kautokeino kommune

Hilde Svenning
Adm. dir Kupa AS

1

BAKGRUNN



Det kom frem både i arbeidet med forstudien og forprosjektet at man ønsker at kommunen skal ha et bedre omdømme enn den har. Dette underbygges emd flere argumenter, men viktigst er behovet for å tiltrekke seg arbeidskraft, og beholde unge i kommunen.

Et godt omdømme er også viktig for å tiltrekke seg næringsliv.

Når man jobber med omdømme er det viktig å studere hva andre kommuner gjør som har lyktes, lytte til de mulighetene som løftes i dag for kommunen, og jobbe målrettet med å styrke merkevaren Kautokeino, og sist men ikke minst kommunisere merkevaren ut.

2 MÅL



Hovedmål

- Styrke kommunens omdømme.

Delmål:

- Fremme inkludering og intern stolthet.
- Stimulere verdiskapende engasjement i lokale saker.
- Kartlegge argumenter for hvorfor folk velger å bo i Kautokeino.

3 ORGANISERING



Prosjekteier	Kautokeino kommune, politisk ledelse
Styringsgruppe	<ul style="list-style-type: none"> • Ordfører • Varaordfører • Administrativ ledelse • Næringslivsrepresentant • Ungdomsrepresentant
Prosjektleder og prosessleder	Tjenestedesigner
Intern PL	Ansvarlig intern ressurs
Finansiør	Kommunen , Ovddos, andre virkemidler

4 MÅLGRUPPE



5 RISIKOVURDERING



Gjennomføring av prosjektet antas å innebære lav risiko.

6 PROSJEKTGJENNOMFØRING



1. Benchmarking og Inspirasjon:

- Studer andre kommuner, for eksempel Bodø, for å lære hvordan de har endret oppfatningen av kommunen.
- Kartlegging av argumenter for å bo i Kautokeino.
- Spørre ungdom om deres fremtidsplaner i forhold til å bli i kommunen.
- **Kautokeino 2044 / Sàpmi Business Conferance**
- Hvilke muligheter løftes spesielt fram under disse konferansene.
- Be om sammendrag og identifiser muligheter for å knytte arrangementet til kommunens omdømme.

2. Veikart for Implementering:

- Identifiser og implementer en merkevareprosess for Kautokeino kommune.
- Utforsk og definer Kautokeino kommunes identitet og verdier.
- Utvikle og implementere en strategi for å øke intern stolthet og inkludering.
- Skape engasjement blant innbyggere i lokale saker.
- Etablere kanaler for tilbakemeldinger og ideer fra innbyggerne.

3. Merkevareprosess:

- Utforsk "Hvem er merkevaren Kautokeino kommune?"
- Utvikle tydelige merkevareelementer som representerer kommunens identitet og verdier.
- Implementere merkevareelementene i alle kommunikasjonskanaler.

4. Kommunikasjonsstrategi:

- Utvikle en omfattende kommunikasjonsstrategi for å nå målgruppene.
- Bruk sosiale medier, lokale arrangementer, og andre relevante kanaler.
- Aktivt involver ungdommen gjennom skoler, ungdomsklubber, osv.

5. Evaluering og Oppfølging:

- Planlegg evalueringer for å måle suksess og justere strategier om nødvendig.
- Plan for kontinuerlig oppfølging og forbedring e