



Sådan opbygger du et stærkt image

Hvorfor image er så vigtigt et parameter, når det kommer til sikringen af erhvervsvenlighed i en kommune.

”Er der noget særligt du kunne have lyst til at fortælle erhvervslivet og politikerne i Kerteminde om. Du har jo selv lokal indsigt.”



Brems & Co.

Marketing Management Consultancy

Martin Brems (He/Him)

I help brands grow through impact @Brems & Co. | Ex-LEGO Future Lab management | Ex-Netcompany | Founder of Strategitrappen®

Talks about #branding, #strategy, #marketing, #innovation, and #strategitrappen

Odense, South Denmark, Denmark · [Contact info](#)

www.brems.dk

[3,591 followers](#) · [500+ connections](#)



Brems & Co.



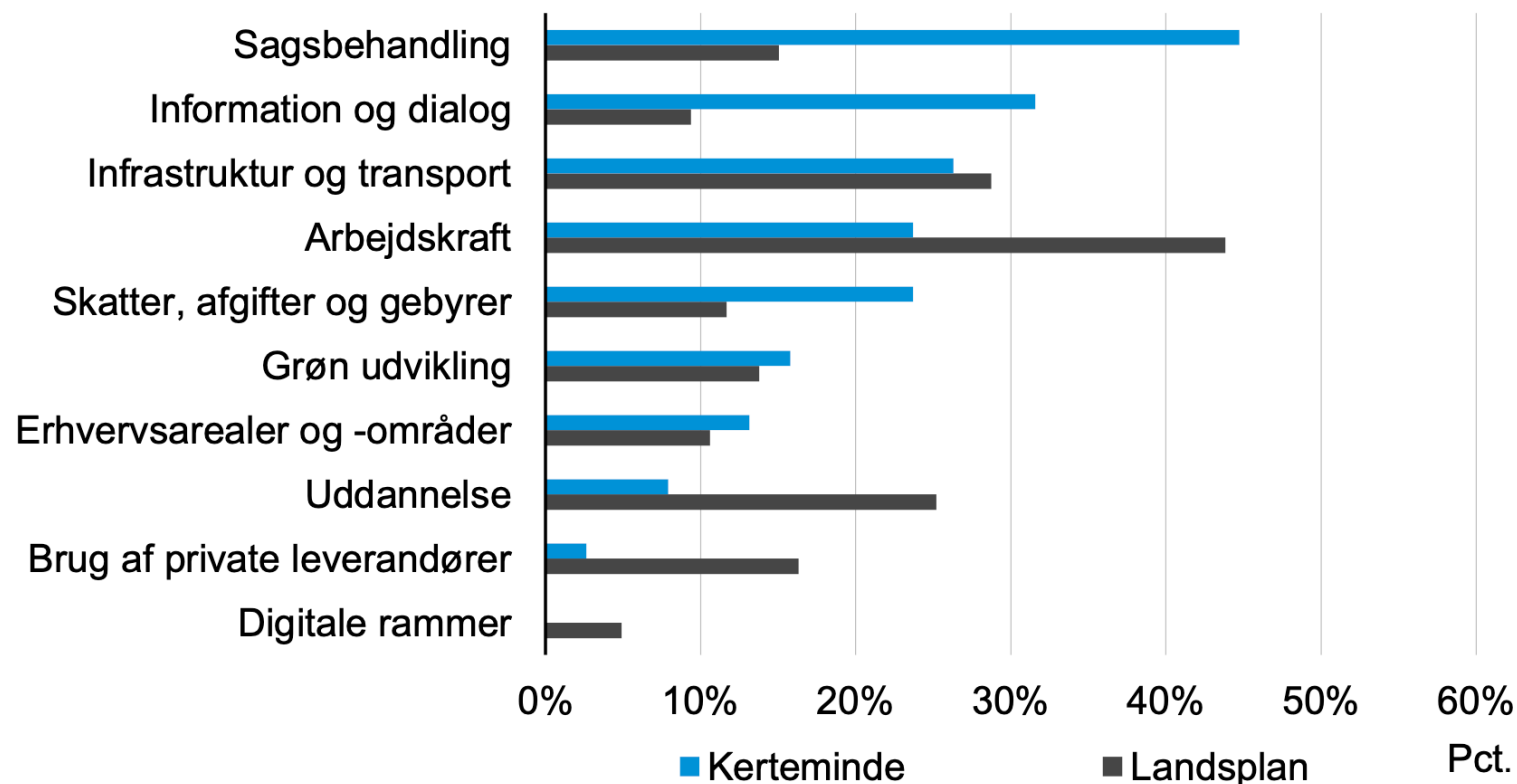
Syddansk Universitet -
University of Southern
Denmark

120+ små og mellemstore kunder siden 2014





VIRKSOMHEDERNE MENER, AT KOMMUNEN ISÆR BØR PRIORITERE...



Den procentvise fordeling af svar på spørgsmålet:

”Hvad bør kommunen prioritere højest, hvis den skal styrke virksomhedernes vækstmuligheder fremadrettet?”

Virksomhederne er blevet bedt om at angive to prioriteter.

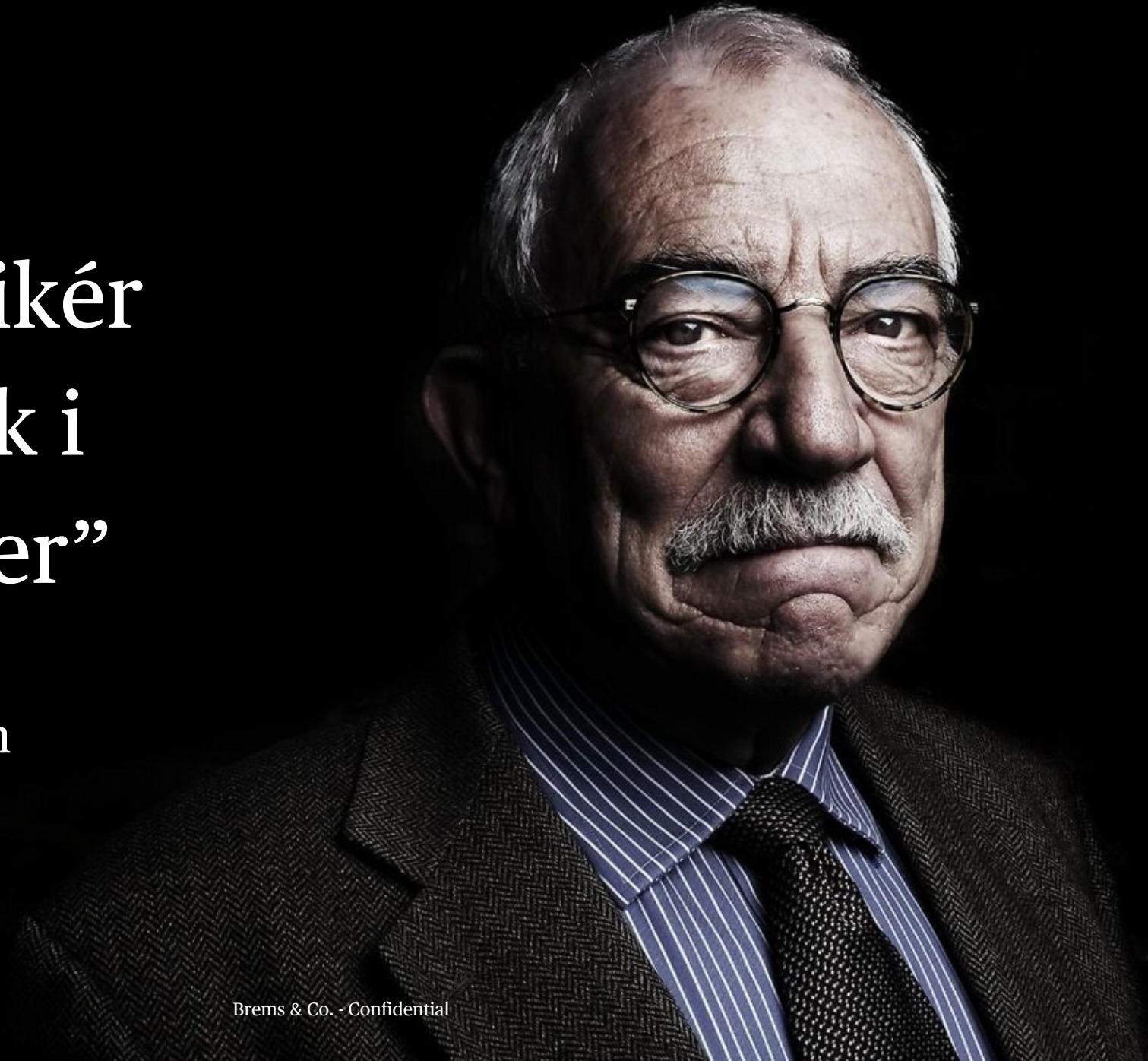
I skal selv tage ejerskab

Hvad er det sværeste ved kommunikation i dag?

Forenkling

”Kommunikér
din politik i
overskrifter”

Uffe Ellemann





"If you can't join them, beat them"

Uffe Ellemann



CHANGE
VOTE OBAMA 2008

Forenkling → Forstærkning

Hvad er forudsætningen for at kunne
forenkle ?

Forstå

”Don’t try to
change people
– help them”

Clayton M. Christensen



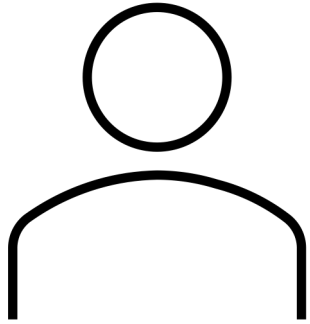
Brug jeres styrker i hver
af jeres fortællinger

An aerial photograph of a coastal town, likely Kerteminde, Denmark. The town features numerous buildings with bright orange-red tiled roofs, clustered along the waterfront. A large body of water, possibly a harbor or bay, occupies the foreground and middle ground. A bridge or pier structure extends into the water. In the background, a lighthouse or tower is visible on a small island or headland. The sky is filled with soft, white clouds, and the overall scene is bathed in a warm, golden light, suggesting late afternoon or early morning.

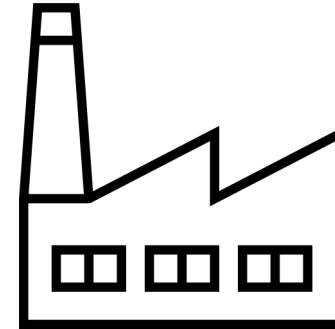
Kerteminde er det nye Skagen
– *bare billigere*

Det, der binder
os sammen





24.000
borgere



1.200
virksomheder

“It’s not the
destination –
it’s the journey!”

Jørgen Vig, LEGO
(Original: Ralph Waldo Emerson)

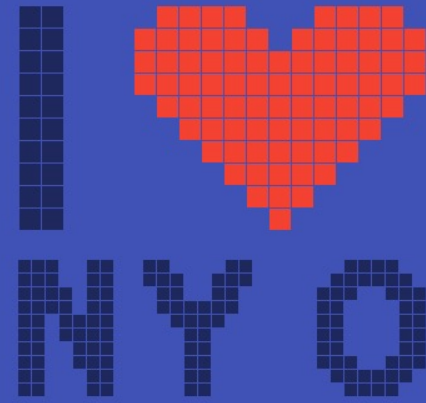


I  NyOdense



TINDERBOX

Task Force: Odense&Co.



28 Odense

Denmark

A mystical new museum and garden with all you need to write your own fairy tale

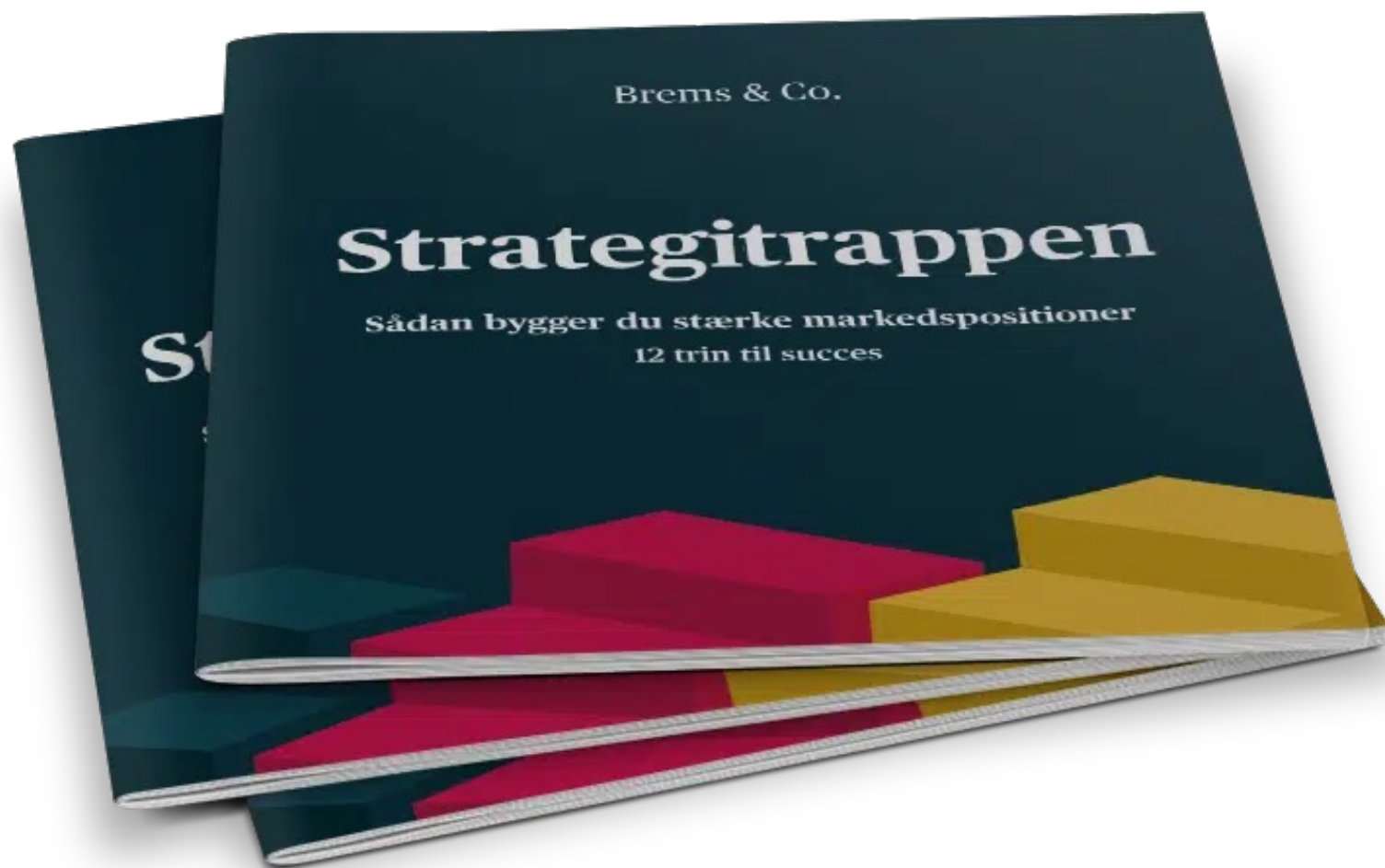
READ MORE

Andreas Meichsner for The New York Times

Vi skal have skabt
vores egen bevægelse



OK, hvordan gør vi så det ?



#1 Vision

Hvilken forskel ønsker I at gøre sammen med virksomhederne i Kerteminde kommune?

Hvad driver jer?



Vision Kerteminde Erhverv & Turisme

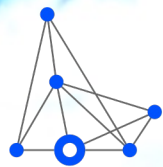
Kerteminde Erhverv & Turisme vil arbejde hen imod at blive et mere professionelt serviceorgan for det samlede erhverv i Kerteminde kommune.

#2 Mission

Hvad ser I som jeres fornemste opgave hver dag -
overfor virksomhederne ?

Mission for Kerteminde Erhverv & Turisme

- ❖ Vi vil synliggøre og formidle udviklingsprojekter i Kerteminde Kommune
- ❖ Vi vil være SMV-virksomhedernes Key Account Manager ind til Kerteminde Kommune
- ❖ Vi vil synliggøre og formidle Kerteminde "Haven ved Havet" via turismeservice, arrangementer og events
- ❖ Gennem vores kendskab til SMV-virksomheder, vil vi sikre den rette kobling mellem de regionale erhvervsservices, kompetencer og tilskudsordninger
- ❖ Vi vil i samarbejde med andre interessenter, gøre Kerteminde Kommune til en endnu bedre kommune for erhvervslivet, til glæde for alle borgere



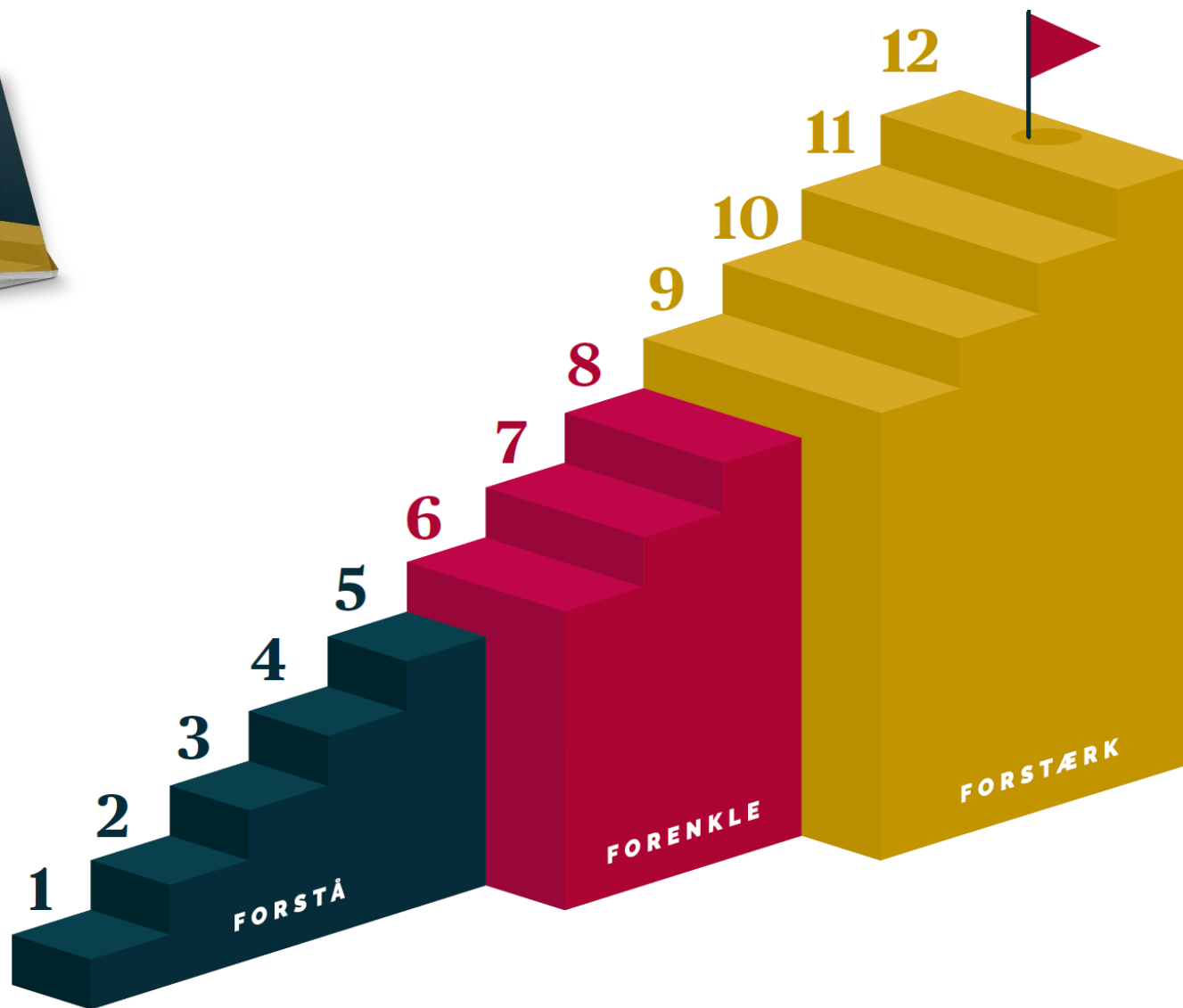
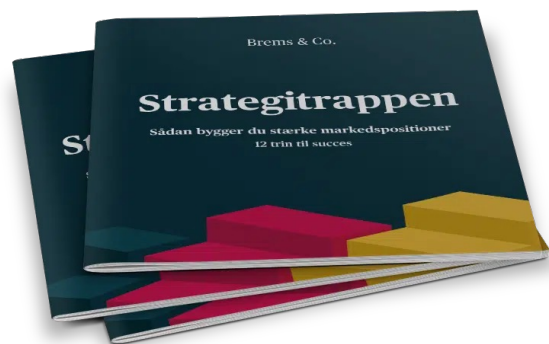
Erhvervshus
FYN

Vores **mission** er at hjælpe de
fynske virksomheder med at
accelerere væksten og skabe
bæredygtig forretning

MUNKEBJERG
BUSINESS PARK

#3 Positionering

Hvad vil I være kendt for i erhvervslivet i
Kerteminde kommune ?



Forstå side 7-11

- 1 Strategiske målsætninger
- 2 Intern og ekstern analyse
- 3 Vision, mission og værdisæt
- 4 Konkurrencefordele og positionering
- 5 Målgrupper

Forenkle side 13-15

- 6 Produkter og services
- 7 Forretningsmodel
- 8 Value Propositions og slogan

Forstærk side 17-20

- 9 Visuel identitet, navn og logo
- 10 Handlings- og markedsføringsplan
- 11 Lancering med digitalt fokus
- 12 Effektmåling

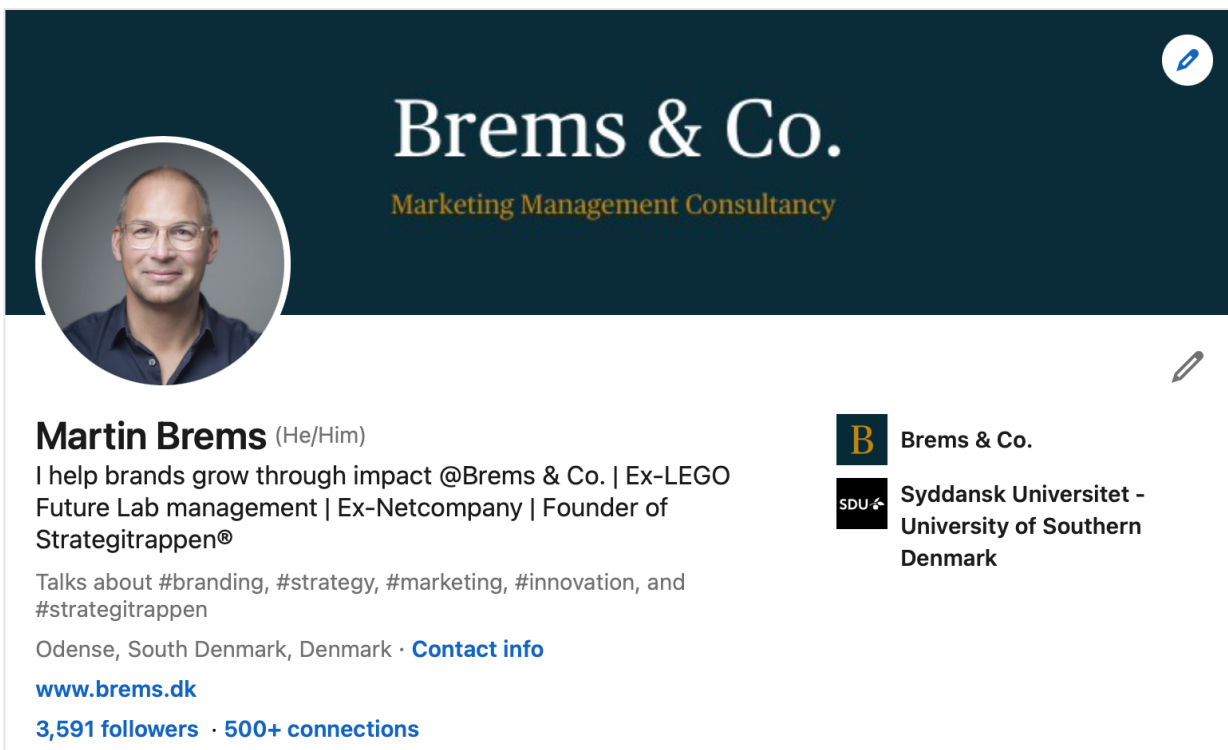
Se film her:

<https://youtu.be/CMB4GcLnS2w>



Lad os connecte på LinkedIn - Få gratis e-bog tilsendt

<https://www.linkedin.com/in/martinbrems>



Brems & Co.
Marketing Management Consultancy

Martin Brems (He/Him)
I help brands grow through impact @Brems & Co. | Ex-LEGO Future Lab management | Ex-Netcompany | Founder of Strategitrappen®
Talks about #branding, #strategy, #marketing, #innovation, and #strategitrappen
Odense, South Denmark, Denmark · [Contact info](#)
www.brems.dk
3,591 followers · 500+ connections

B Brems & Co.
SDU Syddansk Universitet - University of Southern Denmark

