

Trondheimsregionen

Kampanje 2013-2014

RKs anbefaling

Kommunikasjon er veien fra å bli hørt og forstått til aksept og samhandling



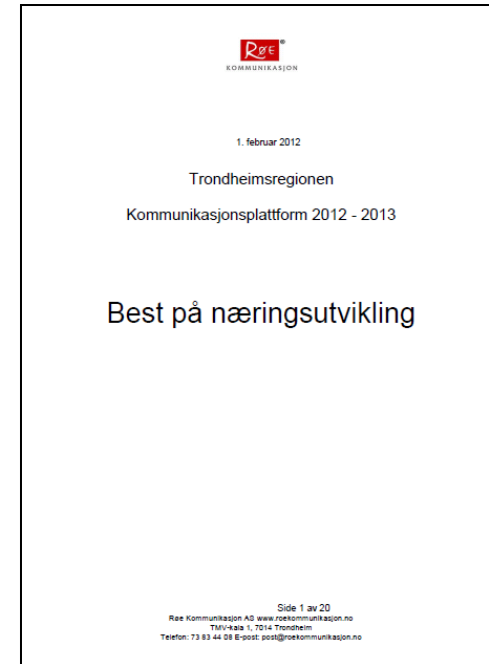
KOMMUNIKASJON

TR kommunikasjonsplattform

Veivalg 8

TR må i samarbeid med andre aktører profilere regionen som Norges beste storbyregion

1. Utvikle felles kampanje: TV-reklame, film, aviser/bilag, nett, sosiale medier, bruke etablerte arenaer som kongresser, seminar etc
2. Utvikle intensjonsavtale om prosjektbasert samarbeid om blant annet beredskap for mediekontakt når nyhetsbildet gir mulighetsrom for utspill
3. Utvikle felles budskapsbank: hovedbudskap, argumenter, eksempler



RK forslag til prosjektplan

Konsept-utvikling	Februar-mars 2013: Forprosjekt drevet av TR etablerer et partnerskap med aktører (offentlige, private og frivillige) som blir enige om at de sammen skal finansiere en kampanje for øke bo-, etablerings- og investeringslyst i Trondheimsregionen.
Plan-legging	April - august 2013 Partnerskapet utvikler prosjektplan for og forankrer kampanjen
	August 2013: Partnerskapet utlyser anbudskonkurranse om utforming, utvikling og drifting av kampanjen
Gjennomføring	Oktober – november 2013: Kampanje Vinner av konkurransen i samråd med partnerskapet utvikler kampanjeplan
	November 2013 – Juni 2014 Vinner av konkurransen i samråd med partnerskapet gjennomfører kampanjen

Konseptutvikling

Forprosjekt februar – mars 2013 Eier: TR Mål: Rigge et partnerskap for å gjennomføre kampanje for Trondheimsregionen Ekstern ressurs: Røe Kommunikasjon		Tentativt budsjett RKs arbeid
Februar 2013	Plan og rådslag <ul style="list-style-type: none">• Identifisere deltakerkandidater i kampanje• Utarbeide mål og førsteskisse hovedkonsept• Invitasjonsbrev• Budsjett for forprosjekt• Vedtaksforslag: plan for forprosjekt• Gjennomføre rådslag m mulige partnere• Referat	
Mars 2013	Skisse prosjektplan for kampanjen og vedtak <ul style="list-style-type: none">• Hva koster kampanjen?• Hvordan skal det organiseres?• Konsept• Fremdriftsplan• Invitasjon til vedtaksmøte	

Planlegging

Plan- og forankringsarbeid april-august 2013		Tentativt budsjett ekstern ressurs
Eier: Partnerskapet Mål: Prosjektplan, forankring og utlysning av konkurranse Ekstern ressurs: Avtales under konseptutviklingen		
April – august 2013	Partnerskapet <ul style="list-style-type: none">• utvikler endelig prosjektplan• forankrer prosjektplanen	Utvikles under konseptutviklingen
August 2013	Partnerskapet <ul style="list-style-type: none">• gjennomfører anbudskonkurranse om utforming, utvikling og drifting av kampanjen	Trolig mellom 75 000,- og 125 000,-

Gjennomføring

Utvikling og gjennomføring oktober 2013 – juni 2014 Eier: Partnerskapet Mål: Kampanjeplan og treffsikker gjennomføring		Tentativt budsjett
Oktober – november 2013	Vinner av konkurransen i samråd med partnerskapet utvikler kampanjeplan	Utvikles under planleggingen og avklares endelig under konkurransen. Trolig et sted mellom 3 og 9 mill.
November 2013 - Juni 2014	Vinner av konkurransen i samråd med partnerskapet gjennomfører kampanjen	

21. November 2013: Kampanjestart -men for tidlig å si hvem som har hvilke roller...



Trondheimsregionen
- for å få te nå' stort