**PLATSVARUMÄRKESARBETE NORA.**

**Workshop Näringsliv/Föreningar/Kultur samt skola (Elevråd).**

Så har då ett par workshops hållits i det pågående arbetet med att stärka Noras varumärke.

Syftet är självklart att öka kännedom och nyfikenhet (Intresse) utanför Noras gränser, så att vi lockar fler till Nora. Både turister, besökare, boende och företagssamarbeten eller till och med etableringar. Ytterligare möten ar planerade, bland annat med Byalag utanför citykärnan för att få in viktiga landsbygds-kommentarer och lite ”utifrån-perspektiv”.

Just nu pågår ett nulägesanalys-arbete av kommunikationsbyrån Bulldozer som kommer att presentera sitt förslag till verktyg för att stärka Nora som plats. Detta planerat till den tidiga våren. Vad detta blir vet vi inte i dagsläget men arbetet så här långt visar på ett par starka och tydliga sanningar som kommer att användas, enligt rapport från Bulldozers projektledare Janne Svensson.

* Ja, vi är i insamlande- och strategifasen ännu, men självklart har vi börjat fundera på taktik och verktyg. Vi hoppas ju kunna skapa något som de allra flesta kan stå bakom. Om det är ett märke, ett uttryck, en bild eller allt på en gång, det får vi se. Men några saker känns väldigt tydliga i de arbetsmöten vi haft så här långt.
* Det finns en stark intern stolthet i Nora. Tyvärr verkar den blekna när du sätter foten utanför ortsgränsen. Dvs de flesta i Nora gillar Nora, man är unikt stolt över det mesta och man tycker också att det finns ett stort utbud av aktiviteter. Men det finns en väldig rädsla eller respekt för Örebro eller t om Lindesberg eller andra orter. Vi har helt enkelt dåliga på att berätta om allt det fina och vi är lite rädda för att skryta om det. Ett typiskt uttalande som vi hört från flera är

”*Jag är stolt för Nora, men jag brukar säga att jag bor utanför Örebro när jag träffar folk utanför kommunen*.”

* Det är tydligt att vi måste skaffa fler ambassadörer för Nora och det är här vi har ett arbete att göra för att göra det enklare att bli/vara ambassadör för Nora. Vi måste enas om att Nora är så bra så att vi bör berätta det för andra. Och vi bör verkligen berätta det! Det har varit lite dåligt med det, ser det ut som säger Janne.

Bulldozers arbetsgrupp i uppdraget består av flera personer med olika kunskaper och copywritern Marcus Grahn fyller i det Janne tidigare sagt.

* När vi bad Nora-representanter beskriva vad som är bra med Nora och vad det finns att erbjuda var det som att trycka på en knapp. Vi överöstes med aktiviteter på alla plan och mångfalden var väldigt tydlig. Unikt tydlig vill jag säga. Vissa aktiviteter visste t o m inte andra Nora-bor om att de fanns. Vi måste hitta ett sätt att sprida just det. Mångfalden på alla plan. Nora har väldigt mycket att erbjuda, är vår uppfattning, men det blev som en nyhet även för oss, även om vi försökt läsa på ordentligt innan arbetsmötena. Där ser jag en stor potential.

Arbetet fortsätter ganska intensivt just nu. Bulldozer fortsätter sitt faktainsamlande och börjar direkt efter julhelgerna att smida på möjliga lösningar.

* Ja så är det säger produktionsledare Ulrica Samuelsson från Bulldozer. Vi siktar på att kunna presentera våra tankar för Noras projektledare Ingegerd Hedén och Cecilia Lundqvist Sundin i februari för att sedan återkoppla och förädla tillsammans med fler. Vi måste ju också tänka på målgrupper och kanaler för det budskap vi kommer fram till. Man skapar inget starkt varumärke över en natt utan det här är ett långsiktigt arbete. Men det är ingen hemlighet att vi siktar på att se ett mer intressant Nora redan under 2018. Så just nu pågår idéarbete på flera plan, kan vi säga. Vi lägger ett väldigt spännande pussel avslutar Ulrica.