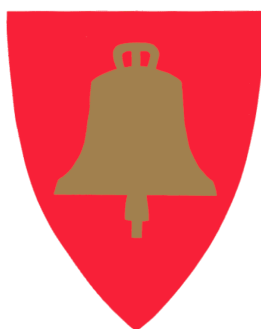


MARKEDSFØRINGSPLAN

FOR

TOLGA KOMMUNE



REVIDERT AV KOMITÉ 1.

VEDTATT I TOLGA KOMMUNESTYRE, 21.11. 2005

1. MÅL

1.1 Holdningsmål

Alle er med på å markedsføre Tolga, både som enkeltpersoner, i lag og foreninger, næringsdrivende, ansatte i Tolga kommune og folkevalgt politikere.

Vi må få en bevisst holdning til å markedsføre Tolga kommune som:

- *En kommune som tar vare på, utvikler og forsterker de kvalitetene og det særpreget vi har.*
- *En kommune som arbeider målbevisst for en bærekraftig utvikling.*
- *En kommune som arbeider for å opprettholde bosettinga på nåværende nivå i hele kommunen.*

1.2 Overordna mål

Tolga kommune må markedsføres med bakgrunn i:

- *Stabile og oversiktlige sosiale forhold.*
- *Byggeskikk knytta til smelthyttedrift og landbruk.*
- *Dugnadsånd, en sterk vilje til innsats for fellesskapet.*
- *Levekårsundersøkelser.*

For å nå fram må vi:

- **Arbeide bevisst for å gjøre kommunen bedre kjent.**
- **Gi et godt førsteinntrykk av kommunen.**
- **Gi uttrykk for det positive med å bo i Tolga, for å få:**
 - flere til å bosette seg
 - flere arbeidsplasser
 - flere turister
- **Stimulere til å opprettholde sysselsettinga i jord – og skogbruk.**
- **Skape flere sikre og meningsfulle arbeidsplasser – et allsidig næringsliv.**
- **Gi gode oppvekstvilkår for barn og unge.**

- Arbeide for sosial trygghet og likhet i levekår.
- Tilby gode kultur – og fritidstilbud.
- Utnytte de verktøy vi har, gjennom:
 - LØFT
 - Røros Reiselivslag

2. MÅLGRUPPER

Det er viktig at vi har en bevisst mening om hvilke målgrupper en ønsker å henvende seg til. Følgende inndeling er naturlig:

2.1 Tolga

- *Kommunens innbyggere*
- *Skoleungdom*
- *Næringsliv / - organisasjoner*
- *Lag, foreninger og organisasjoner*
- *Arrangører og aktører*

2.2 Fjellregionen

- *Regionens innbyggere*
- *Næringsliv / bedrifter*
- *Reiseliv – Røros Reiselivslag*
- *Videregående skoler*

2.3 Nasjonalt / Internasjonalt

- *Utflytta tolginger*
- *Næringsliv / bedrifter*
- *Etablerere*
- *Reiseliv / turister*
- *Hytteiere*
- *Studenter – universiteter – høyskoler*
- *Folk med røtter i Tolga*

2.4 Media

- *Internett – kommunens hjemmeside*
- *Aviser*
- *NRK*
- *Ukepresse / fagtidsskrifter*

3. STRATEGI.

Skape en bevisstgjøring og en enhetlig opptreden både fra den kommunale organisasjon og kommunens innbyggere for øvrig, hva profilering av kommunen angår.

- Identitetsbygging
- Visuell gjenkjenning
- Synliggjøre de små suksesser (SSS)
- Involvering
- Forankring
- Nettverksbygging

4. TILTAK.

4.1 Langsiktige tiltak.

4.1.1 Annonsering

- Lage en fast mal for stillingsannonser.
- Utnytte støtteannonser til å profilere kommunen.

4.1.2 Media

- Aktiv og bevisst holdning til bruk av - og samspill med - media.
- Aktiv bruk av - og seriøs holdning til - kommunens hjemmeside.

4.1.3 Fjellregionen

- Aktiv deltakelse i regionale prosjekter og tiltak.
- Utøve samarbeid med andre kommuner når det gjelder tiltak mot turister, tilflyttere, etablerere og etablering av nye arbeidsplasser.
- Opprettholde kontakten - og skape møteplasser for elevene i Videregående skole.

4.1.4 Utflytta toljinger

- Aktivt holde kontakten med utflytta toljinger.
- Utflytta toljinger stimuleres til å søke tilbake gjennom jobb – og botilbud.
- Arrangere sammenkomster for målgruppa.

4.1.5 Profilering

- Sponsoravtaler med enkeltpersoner / lag / foreninger /etter oppsatte retningslinjer.
- Utvikle et profileringsprogram, basert på visuell gjenkjenning, i samarbeid med reiseliv, næringsliv og kulturliv.

4.2 Kortsiktige tiltak, 2006 og 2007.

Tiltak	Når	Ansv.
Tolga-mappe – Omslag med kort historikk og fakta om Tolga.	1. halvår 2006	Rådmann Koordinator
Produsere ulik informasjon om Tolga på CD, folder o.l	2006	Rådmann Koordinator
Produsere små klistermerker med Tolga og kommunevåpenet.	2006	Rådmann Markedsf.
Arrangere ”bli kjent-turer” for innbyggere, tilflyttere og besøkende.	2006 - 2007	Koordinator
Delta aktivt i Olsok i Tolga.	2006 - 2007	Rådmann Kultursjef
Invitere utflytta toljinger og hytteeiere til et profileringsarrangement i forbindelse med Olsok i Tolga.	2006 - 2007	Ordfører Rådmann
Satse tid og penger på kommunens hjemmeside	2006 - 2007	Rådmann Ledere
Aktiv deltakelse og oppfølging av LØFT og Flytt hit.	2006 - 2007	Rådmann Koordinator
”Brev hjemmefra” – Ordfører sender brev til alle utflytta toljinger i aldersgruppa 20 – 40 år og 60 + , en gang i året.	2006 - 2007	Ordfører
Initiere arrangement for, og sammen med, næringslivet.	2006 - 2007	Næringsansv.
Profilere Tolga sin posisjon i de årlige nasjonale levekårsundersøkelser.	2006 - 2007	Rådmann