

Varumärkesstrategi Herrljunga kommun



HERRLJUNGA KOMMUN

Varumärket byggs i vardagen

Varje dag har vi hundratals möten och kontakter med olika människor. En lärare berättar för sina elever om upplägget på dagens lektion. En Herrljungabo felanmäler en trasig bänk via synpunktshanteraren på hemsidan. En undersköterska håller en äldre kvinnas hand för att visa omtanke på ett av våra särskilda boenden för äldre. I alla dessa ögonblick skapas uppfattningar om kommunen och vår service.

Innehåll

Inledning	3
Varumärket är allt det där vi förknippas med	3
Kommun och plats är två varumärken	4
Varumärket Herrljunga kommun	5
Kommunvarumärket i korthet	6
Vårt löfte	7
Vår vision	8
Vårt uppdrag	9
Vårt arbetssätt	10
Våra kärnvärden	11
Kommunikationsstrategi	12
Platsvarumärket Herrljunga	13
Tillsammans når vi ut	14
Platsvarumärket i korthet	15
Vår position	16
Vårt löfte	17
Vårt uttryck	18
Huvudbudskap	19
Målgrupper	20
Marknader	20
Slutord	21

Varumärket är allt det där vi förknippas med

Varumärket är allt det som platsen och kommunen Herrljunga förknippas med – känslor och associationer. Vi bygger vårt varumärke inifrån, i möte med varandra och med våra kommuninvånare, företag och besökare.

Varumärkesstrategin pekar ut vår inriktning, våra långsiktiga mål och vad vi prioriterar i vår kommunikation och marknadsföring. Den kompletteras av grafisk profil och mallar. Den är ett verktyg för att vi ska kunna förmedla en tydlig gemensam bild av Herrljunga kommun och av platsen Herrljunga för att få större genomslag och bli mer

attraktiva som arbetsgivare och plats att bo, driva företag och besöka.

Strategin är till för kommunens verksamheter likväl kommunens bolag. Bolagens egna varumärkesdokument ska utgå från Herrljunga kommuns varumärkesstrategi så att vi förmedlar en gemensam bild av

koncernens verksamhet och tydliggör de värden kommunen vill stå för och förknippas med.

Varumärkesstrategin har tagits fram med hjälp av attitydundersökningar, workshops och djupintervjuer med kommuninvånare, företag, föreningsliv, medarbetare och politiker i Herrljunga kommun.

Kommun och plats är två varumärken

Herrljunga kommuns verksamhet och platsen Herrljunga är två varumärken.

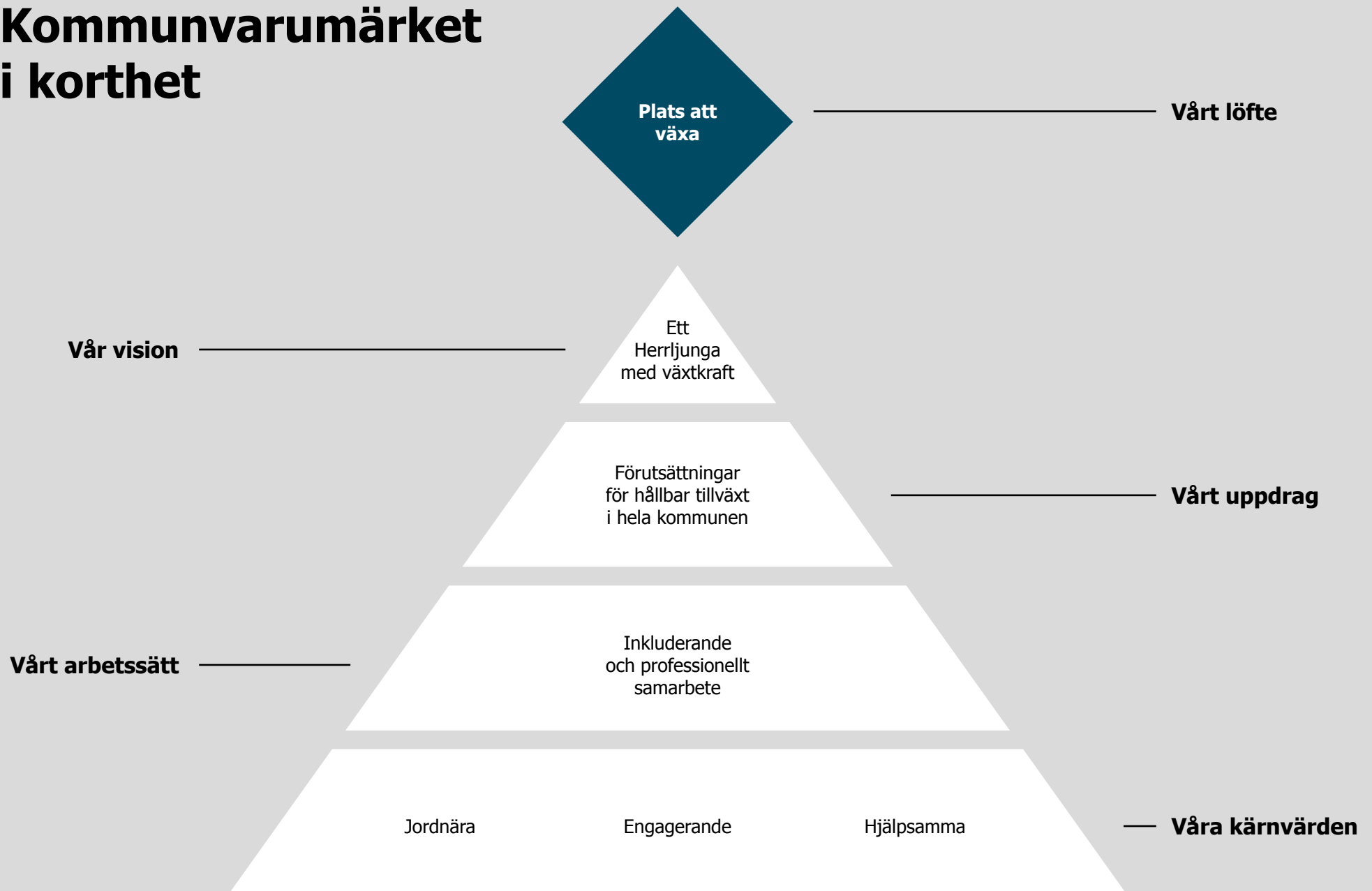
Herrljunga kommuns varumärke, som illustreras av kommunlogotypen, använder vi för att kommunicera vårt uppdrag, verksamhet, och kommunal service. Herrljunga kommuns varumärke och logotyp får endast användas när kommunen är avsändare.

Herrljungas platsvarumärke används för att få större genomslag när vi marknadsför platsen Herrljunga som etableringsort, friluftsort, plats att bo på eller att besöka. Herrljungas platsvarumärke får användas av alla aktörer oavsett bransch, när de vill kommunicera sin tillhörighet till Herrljungabygden.

Varumärket

Herrljunga kommun

Kommunvarumärket i korthet



Plats att växa

Vi vill såklart att det ska vara bäst att bo och verka just här!

Därför utgår vi från vad du som människa behöver för att kunna leva ett bra liv, växa och trivas, när vi utför vårt uppdrag. Det kan vara att erbjuda boendemöjligheter för hela livet, en god utbildning och ett gott

näringslivsklimat. Vi är en hållbar kommun som lyfter fram mänskliga rättigheter och arbetar för en aktiv bygd. En plats att växa, helt enkelt.



Vårt löfte

Vårt löfte sammanfattar vad Herrljunga kommun står för och erbjuder våra viktigaste målgrupper.



Tänk på:

Löftet ska inte kommuniceras ordagrant i allt som görs och det ska inte skrivas ut under logotypen, men det ska genomsyra kommunikationen och fungera som en ledstjärna.

Ett Herrljunga med växtkraft

Herrljunga ska vara en blomstrande kommun där invånare och företag väljer att bo, leva, trivas, verka och framförallt växa.

Visionen innebär att vi ska använda våra styrkor för att lyfta kommunen och ge bästa möjliga förutsättningar för tillväxt. Vi ger rätt jordmån för det vi vill ska växa, för vad som helst kan växa ur god jord.

Vårt uppdrag beskrivs i fokusmål och verksamhetsplaner och visar oss hur vi ska arbeta för ett blomstrande Herrljunga – ett Herrljunga med växtkraft!



Vår vision

Visionen är vår gemensamma bild av framtiden som vi strävar mot.

Skapa förutsättningar för hållbar tillväxt i hela kommunen

En befolkningsökning är tillsammans med ett bra näringslivsklimat en nödvändighet för att möta framtidens utmaningar. Vi uppnår Herrljungas vision om växtkraft genom att vara:



En hållbar och inkluderande kommun:

Vi tar ansvar för vår gemensamma framtid. Hållbarhetsperspektivet genomsyrar alla beslut och aktiviteter.



En välkomnande och attraktiv kommun:

Vi arbetar för en trygg och stimulerande miljö med medborgare, företagande och besökare i fokus. En småstadsideyll nära storstad och fritid där du är i centrum!



En utvecklande kommun:

Vi skapar infrastrukturer i framkant, och tillsammans uppnår vi tillväxt genom nytänkande.

Vårt uppdrag

Uppdraget är det vi ska göra för att kunna nå vår vision.

Inkluderande och professionellt samarbete

Styrkan i vårt varumärke avgörs i slutändan av varje medarbetares möte med Herrljungaborna. Vi är till för alla som bor och verkar i Herrljunga nu och i framtiden.



Vi ser dig. Alla ska känna sig välkomnade, sedda och accepterade.



Vi utför vårt uppdrag med stolthet och professionalitet.



Genom samarbete når vi resultat.

Vårt arbetssätt

Det som präglar hur vi utför vårt arbete.

Våra kärnvärden

Så vill att Herrljunga kommun ska upplevas.



Jordnära

Vi är prestigelösa, ofta vardagliga och alltid vänliga.



Engagerade

Vi bryr oss om resultatet av vårt arbete, vågar vara kreativa och testa nya vägar.



Hjälpsamma

Vi har en stark serviceanda och försöker göra det lätt att göra rätt.

Hur vi kommunicerar

Målgrupper

Tänk igenom vilka målgrupper som är de viktigaste för varje kommunikationsinsats. Vad vet de redan och vad behöver de få veta? Har de några särskilda behov som påverkar hur vi utformar kommunikationen – behöver vi exempelvis göra versioner på flera språk eller komplettera digital information med pappersutskick?

Budskap

Vi kommunicerar hur det är att bo och verka i Herrljunga kommun genom att berätta vad som händer i våra verksamheter. Vi vågar vara transparenta, internt som externt. Vi formulerar våra budskap med fokus på vad mottagaren behöver få veta, göra eller kan få hjälp med.

Tonalitet

Vår tonalitet ska bygga på våra kärnvärden: jordnära, engagerat och hjälpsamt. Det betyder att vi uttrycker oss vardagligt hellre än formellt, varmt snarare än distanserat och lägger fokus på hur vi kan vara till nytta för våra målgrupper. Även vårt bildspråk ska utgå från kärnvärdena och upplevas varmt och nära – inte kallt och distanserat.

Det viktigaste är att vi skriver och pratar vårdat, enkelt och begripligt. Våra målgrupper ska kunna förstå och ha nytta av det vi kommunicerar. Ta gärna hjälp av [vägledningar i att skriva klarspråk](#).



Tänk på:

- Börja med det viktigaste
- Använd aktiv form istället för passiv
- Undvik långa och tillkrånglade meningar
- Skriv en rubrik som sammanfattar och väcker intresse

Platsvarumärket

Herrljunga



Tillsammans når vi ut

Herrljungas varumärke har utvecklats för att öka genomslaget för marknadsföringen av Herrljungaområdet. Det får användas av alla aktörer oavsett bransch som marknadsför vår bygd mot olika målgrupper.

Varumärket ska också användas av kommunens verksamheter när syftet är att marknadsföra bygden, till exempel inom områden som leva och bo i Herrljunga eller att arbeta i Herrljunga.

Det är hård konkurrens mellan olika platser i vårt närområde och det ställs höga krav på ställen där människor vill leva, bo, verka och besöka. Marknadsföringen av Herrljunga som boendeort, etableringsort, friluftsort och i framtiden mötesplats med strategiskt läge ska stärkas. Genom samordning och samarbete ökar vi genomslagskraften.

Platsvarumärket har tagit fram med hjälp av attitydundersökningar med företag, föreningar och kommuninvånare. Herrljunga kommun har det yttersta ansvaret för varumärket.

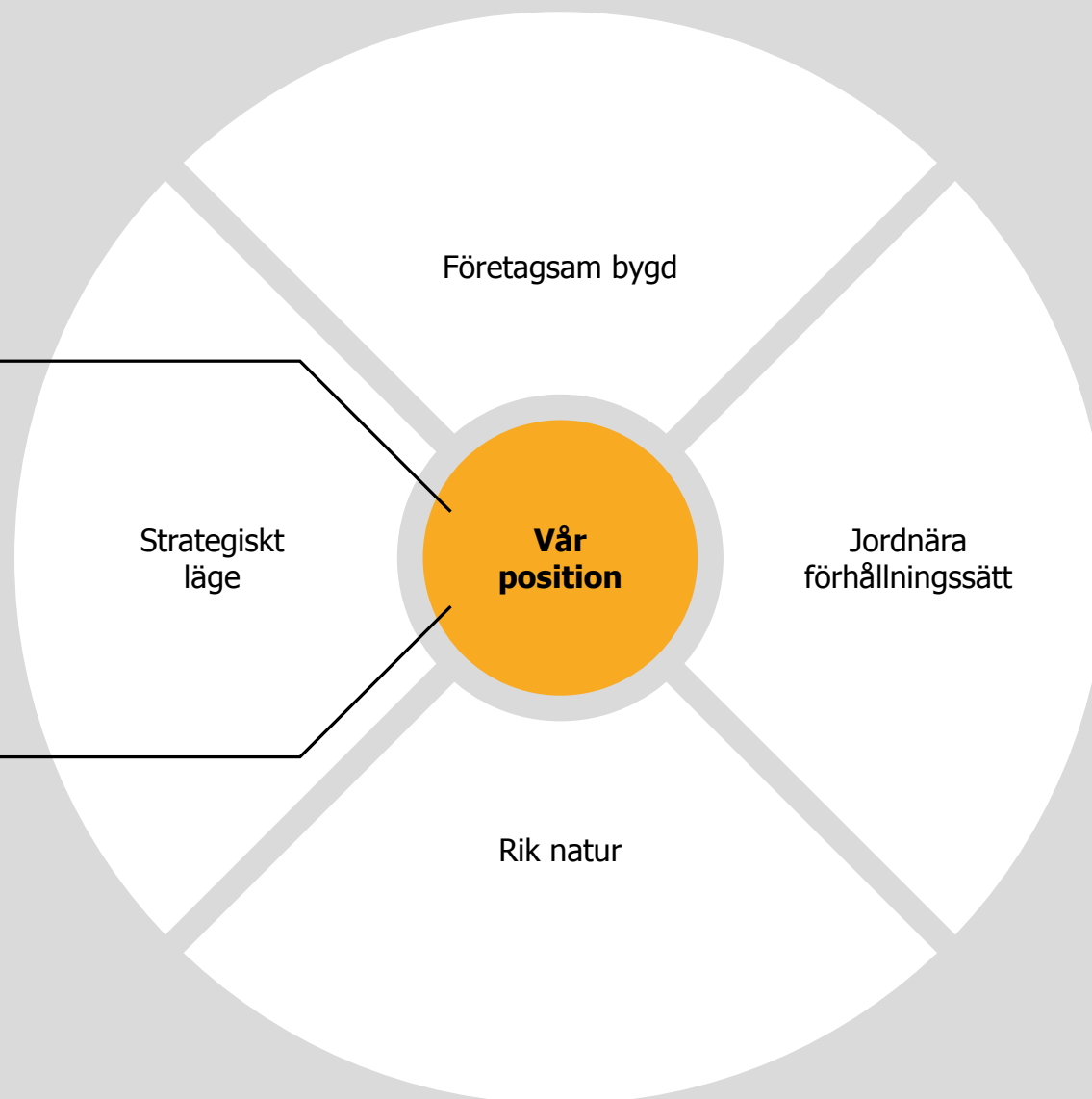
Platsvarumärket i korthet

Vårt löfte

Plats att växa

Vårt uttryck

- Naturnära
- Välkomnande
- Med glimten i ögat



En företagsam bygd med ett jordnära sätt, en rik natur och ett strategiskt läge.

Vår position

Vad som utmärker Herrljunga: vad just vi har att erbjuda.

Företagsam bygd

I Herrljungabygden finns många drivna människor som har byggt upp sin egen verksamhet. Här finns en skaparanda och en utvecklingsmöjlighet för kulturnärings.

Jordnära förhållnings-sätt

I Herrljungabygden är människor jordnära och bra på att få saker att hända – här finns ett starkt föreningsliv och engagemang i hembygden.

Rik natur

I Herrljungabygden är naturen nära vilket ger stora möjligheter till friluftsliv och lugn och ro.

Strategiskt läge

Herrljungabygden har ett strategiskt läge i Västra Götaland med järnvägsknutpunkt samt närhet till större städer.

Plats att växa

Oavsett om du är här på ett kort besök eller hela livet, studerar, semesterar eller driver företag – i Herrljunga kan du samla energi, pröva nya vägar och växa.



Vårt löfte

Löftet sammanfattar vad Herrljunga erbjuder.

Vårt uttryck

Vi lyfter fram våra viktigaste egenskaper och styrkor genom hur vi uttrycker oss i budskap, formuleringar och bildval.



Naturnära

Naturen är närvarande också i vår kommunikation.



Välkomnande

Vi uttrycker oss inbjudande, varmt och vänligt.



Med glimten i ögat

Vi är gärna lättsamma och roliga – men alltid snälla.

Huvudbudskap

De områden och styrkor som vi i första hand lyfter fram i vår kommunikation.

Välkommen in

Herrljunga är en välkomnande plats och Herrljungaborna är engagerade och brinner för sin bygd. I våra lokala affärer får du den där lilla extra hjälpen då vi vill lära känna dig och anpassa utbudet efter just dig. Vi kommer ofta ihåg vad du heter och är nyfikna på dig som är på besök eller är ny i kommunen. Du är helt enkelt välkommen in!

Välkommen ut

Vi lyfter fram vårt rika utbud av natur och friluftsliv. Vi vill locka Herrljungaborna och besökare att ta del av den variationsrika natur som bygden erbjuder. Välkommen ut i vårt inbjudande område!

Välkommen hem

Här finns fina möjligheter att leva ditt liv. Naturen är nära, i våra tätorter hittar du det mesta och på landsbygden finns gårdsbutiker med lokaltillverkade livsmedel och produkter. Lite varstans möter du Herrljungabor med gott humör och glimten i ögat. In till Göteborg, Borås, Skövde eller Falköping kommer du på under en timme och direkttåg går också till Stockholm. Och har du inte lust att åka till storstaden är det bara att stanna kvar och trivas i Herrljungabygden. Vi säger välkommen hem!

Välkommen tillbaka

Kanske har du varit här på besök, eller bott här ett tag och vill iväg för att upptäcka något nytt. Herrljungabygden och allt det vi kan erbjuda finns kvar, och vi hälsar dig med värme välkommen tillbaka!

Huvudmålgrupper

De vi i första hand riktar oss mot när vi använder platsvarumärket.

- **Företagare och entreprenörer med intresse av att etablera sig här**
- **Kompetens och potentiella rekryteringar**
- **Turister och besökare**
- **Inflyttare och återvändare**



Marknader

Vi prioriterar att marknadsföra oss i de områden där vi ser mest intresse och störst möjligheter att få gehör.

- 1. Närområde och Sjuhärad**
- 2. Storgöteborg**
- 3. Skaraborg**
- 4. Västra Götaland**



Nu bygger vi vidare tillsammans

För att bygga ett starkt varumärke behöver vi arbeta tillsammans i en tydlig gemensam riktning, med tålamod och långsiktighet. Varumärkesstrategin är tillsammans med vår grafiska profil våra viktigaste verktyg i den ständigt pågående varumärkesresan.

Detta dokument är ett strategiskt styrdokument för Herrljunga kommuns varumärkesbyggande arbete som togs fram under 2021. Har du några frågor om varumärkesstrategin är du välkommen att kontakta administration- och kommunikationschef på mejladress kommunikation@herrljunga.se eller telefon 0513-170 00.



HERRLJUNGA KOMMUN

Herrljunga kommun
Box 201
524 23 Herrljunga

0513-170 00
herrljunga.kommun@herrljunga.se
herrljunga.se