

Trosa
KOMMUN

Näringslivsplan 2012-2014 och framåt



Grymt bra
företagsklimat!



Trosa
KOMMUN

Varför?

Bakgrund

Underlag

Vision

Strategi

Vad?

Mål

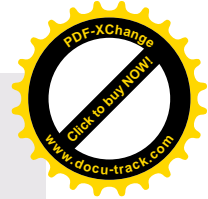
Uppföljning

Hur?

Budget

Marknadsplan

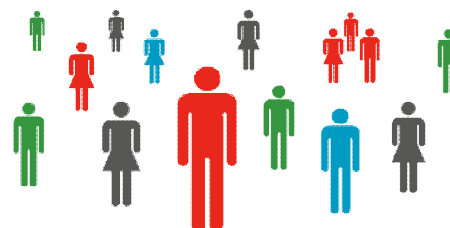
Aktiviteter

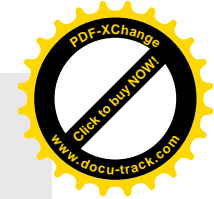


Trosa
KOMMUN

Bakgrund

- ett välfungerande näringsliv
- en attraktiv kommun för företagande och boende
- möjlighet att förstärka attraktionskraften
- bevara, utveckla och berätta för omvärlden





Trosa
KOMMUN

Underlag

- grundläggande värderingar
- styrande underlag
- vägledande underlag



Strategi

- Strategier för tillväxt
- Vårt ansvar



Vision

"Trosa kommun skall ha ett näringslivsklimat i världsklass"





Trosa
KOMMUN

Mål

- Topp 20 i SvNliv's årliga kommunranking
- Topp 10 bästa i SBA/SKL's NKI 2013
- Topp 50 i SKL:s webbundersökning
- Genomföra 6-punktsprogrammet
- Företagsbesök KSO/KC resp. NC/NS
- GFNF 8 gånger/år
- Branschmöten
- 3-4 företagarkostar (1 i Vhd)
- Branschanalys
- Kartlägga etableringsmöjligheter
- Marknadsföring för fler etableringar
- Synliggöra möjlig mark för etableringar
- Kontakt återkopplad inom 24 timmar
- Ett större skola/näringslivsprojekt



Budget

Budget 2012

- 1,5 tjänst
- 410 tkr verksamhet



Marknadsplan


- **VAD** erbjuder vi?
- **VEM** erbjuder vi detta till?
- **VAR** finns dessa företagare?
- **HUR** når vi dessa?
- **VARFÖR** skulle de vilja hit?

S TYRKOR



- ✓ Läge & kommunikationer
- ✓ Näringslivsklimat
- ✓ Invånarkvalitet (NMI, NRI, NII)
- ✓ Kreativitet & "litenhet"
- ✓ Personal (attityd, bemötande, kompetens, effektivitet)
- ✓ Redan företagstätt
- ✓ Låg arbetslöshet
- ✓ Få tomma lokaler
- ✓ "Trosaandan"
- ✓ Vi kan själva!
- ✓ Ambassadörskapet
- ✓ Bostadsproduktion
- ✓ Stor branschbredd och stark besöksnäring
- ✓ Politisk tydlighet
- ✓ Trygghet & miljö
- ✓ Kommunal service
- ✓ Relativt konjunkturoberoende
- ✓ God kommunal ekonomi

S VAGHETER



- ✓ Kommunikationer
- ✓ Brist på vissa kompetenser
- ✓ Relativt få lokala kunder
- ✓ Etableringsbar mark
- ✓ (Få lokaler/fastigheter att erbjuda)
- ✓ Arbetskraftsbrist
- ✓ Inga samarbeten med högre utbildningar
- ✓ "Bymentalitet"
- ✓ Svaga företagarföreningar / låg engagemangsnivå
- ✓ Inga lokala "starta"-organisationer

M ÖJLIGHETER






- ✓ Stor potential i besöksnäringen
- ✓ Fortsatta topprankingar
- ✓ Fler företagsetableringar
- ✓ Bättre nyttjande av kluster
- ✓ Samarbete med utbildning/forskning
- ✓ Ökat entreprenörskap i skolan
- ✓ Stärka varumärket ytterligare
- ✓ Bättre kommunikationer
- ✓ Regional samverkan
- ✓ Tydliggöra Trosas erbjudande
- ✓ Nya markområden

H OT



- ✓ Tappat fokus leder till lägre rankingar och mindre resurser
- ✓ Fortsatt markbrist
- ✓ Attityd/bemötandeförsämring
- ✓ Högre arbetslöshet/brist
- ✓ Fortsatt "stiltje" i GFNF
- ✓ Ökad konkurrens från andra kommuner
- ✓ Ostlänken
- ✓ Urvattnad Trosaanda
- ✓ Global/nationell ekonomi
- ✓ Liten organisation
- ✓ Försämrade kommunikationer
- ✓ Försämrad mediarelation
- ✓ Politisk oenighet



Trosa
KOMMUN

Marknadsplan

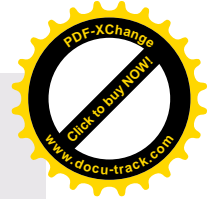
I planen sedan tidigare:

- På gång-annonser
- Kommunguiden
- Företagsfokus
- Webben
- Pressinformation
- Reportage
- E4-tavlorna
- Företagsmässan
- Tematräffar (t ex Tillväxtdagen)
- Nyföretagarträffar
- Marknadsförda via andra (Sv Niliv, SBA, SKL, TTMAB m fl)
- Befintliga företagare (ambassadörskap)
- Mun-till-mun, nätverk, träffar etc
- Många personliga möten (besök, träffar etc)



Nytt & idéer:

- Hitta småföretagarna (UC etc)
- Träff för utpendlande företagare
- Story telling – 10 företag berättar
- Mässor (shop-in-shop)
- Etablera-i-Trosa-kampanj
- Marknadsföring på Bromma
- Farledsskyltar
- Info på hotellrum & turistbyrå
- " Hitta etableringsort "
- Trosabussen
- Testmarknad för nya IT-lösningar?
- Framtidsveckan, Draknästet mm
- Lär av andra kommuner



Trosa
KOMMUN

Näringslivsplan 2012-2014 och framåt

