



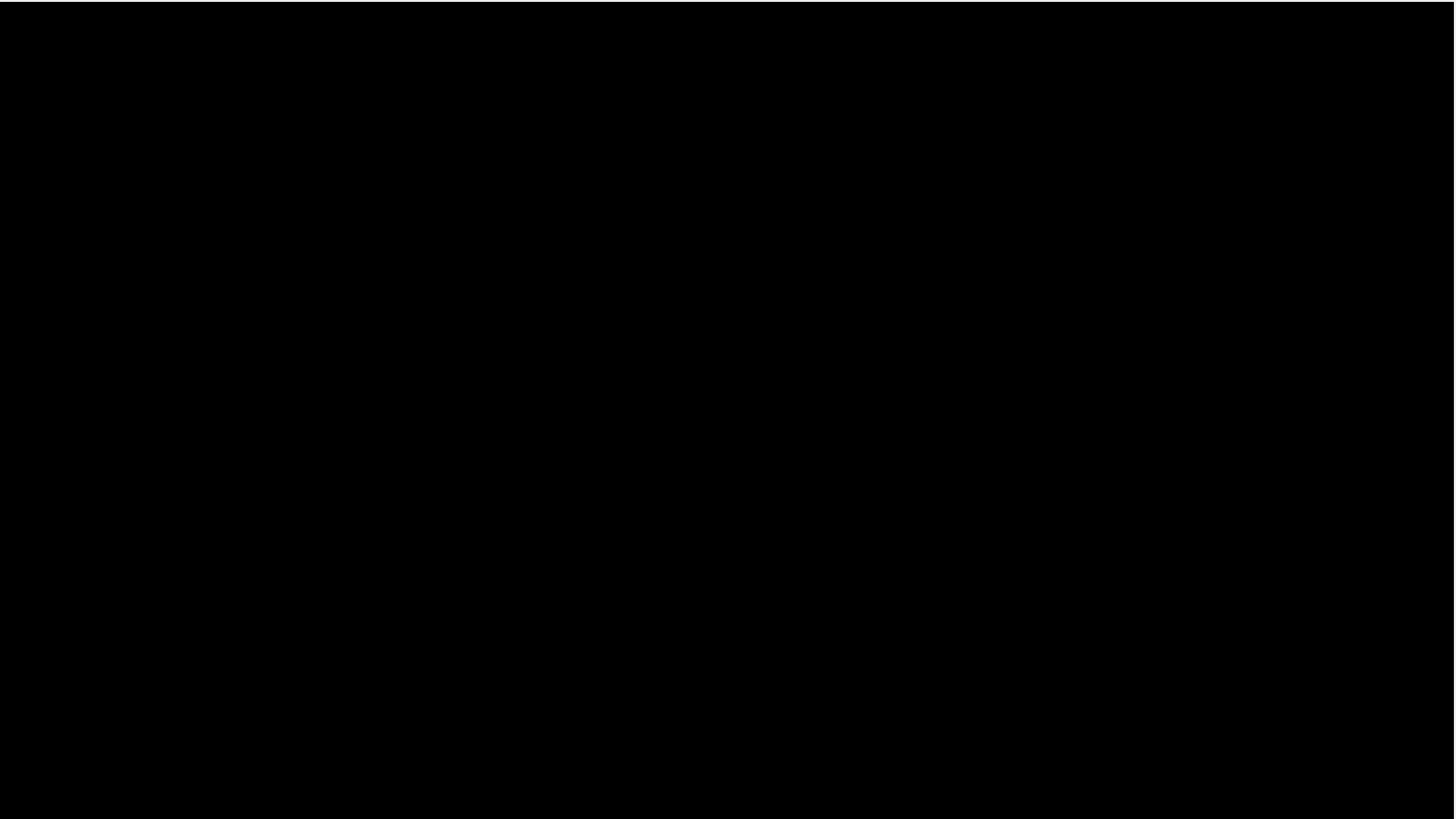
# RISØR BY

Jonas F. Olsen og Anne W. S  
– Innovasjon og Entrep.

Hanna Markali  
– Grafisk Design

Vidar, Ola, Oskar og Emil  
– Media på Risør VGS





HVORDAN GJØRE RISØR TIL  
EN HELÅRSDESTINASJON MED YRENDE LIV  
OG SOM ER ATTRAKTIV FOR KOMMENDE GENERASJONER?



# PERSONAS

- Personas er fiktive karaktere
- Gir innsikt i brukernes behov, mål, preferanser og utfordringer



## Balder, 47 år gammel

**Jobb:** Hotelleier

**Utdannelse:** Event management, Kristiania

**Bosted:** Risør

**Interesser:**

- Familie og venner
- Koreanske dramaserier

**Mål:**

- Forbedre online tilstedeværelse
- Engasjere seg enda mer aktivt med lokalsamfunnet
- Styrke relasjoner og finne innovative løsninger for å øke hotellvirksomheten året rundt
- Oppleve Koreansk kultur

**Frustrasjoner:**

- Sesongmessige svingninger
- Spesielt lav kundetilstrømning utenfor sommerferien



## Tore, 35 år gammel

**Jobb:** HR-leder for teknologiselskap

**Utdannelse:** Mastergrad, Organisasjonspsykologi

**Bosted:** Frogner, Oslo

**Interesser:**

- Friluftsliv
- Faglitteratur
- Gastronomi

**Mål:**

- Å utvikle en ny strategi for medarbeiderutvikling som bedre reflekterer selskapets verdier og mål
- Å forsterke nettverket sitt med andre HR-profesjonelle
- Å finne innovative løsninger for fjernarbeid og fleksible arbeidsordninger

**Frustrasjoner:**

- Tore føler at det er vanskelig å balansere mellom medarbeidernes ønske og selskapets behov
- Han er frustrert over mangel på ressurser og støtte fra ledelsen for HR-initiativer
- Det er utfordrende for ham å holde tritt med den raske teknologiske utviklingen og hvordan den påvirker arbeidsplassen



## Anna, 32 år gammel

**Jobb:** Prosjektleder for eventbyrå

**Utdannelse:** Bachelor, Event-management

**Bosted:** Risør

**Interesser:**

- Fotografi
- Musikk
- Bærekraft og Miljø

**Mål:**

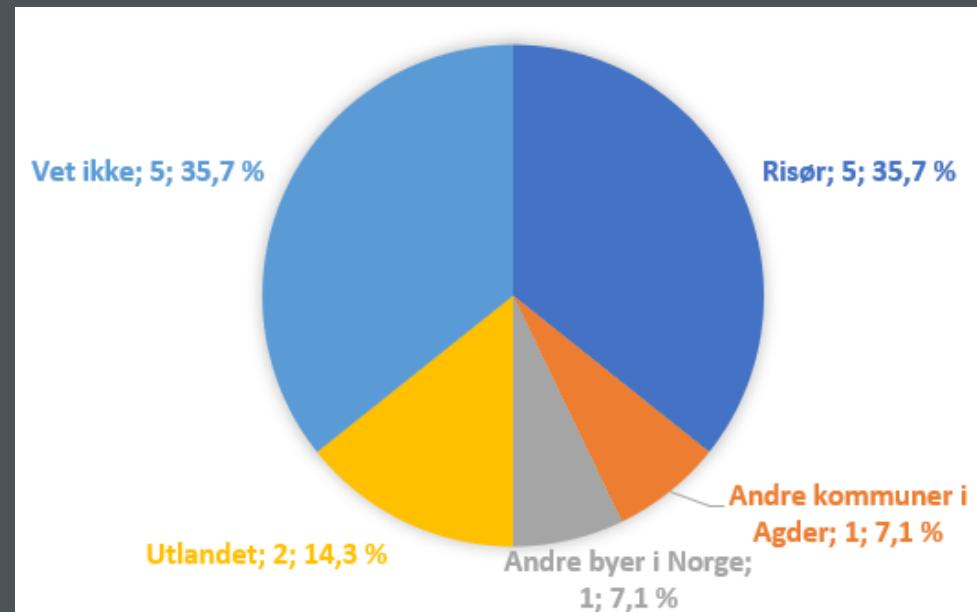
- Å implementere innovative og bærekraftige praksiser i event-planleggingen.
- Å utvide nettverket sitt og etablere sterke forbindelser med nye klienter og leverandører
- Å forbedre den digitale markedsføringen av eventene for å nå et bredere publikum

**Frustrasjoner:**

- Anna opplever noen ganger utfordringer med å balansere kundens forventninger med budsjettbegrensninger
- Hun føler et tidspress for å holde seg oppdatert med de siste trendene og teknologiene i eventbransjen
- Anna strever av og til med å finne bærekraftige løsninger som også er økonomisk levedyktige

# DATA

- SSB – befolkningsvekst 2030
- Hvor vil elever bo etter utdanning ?
  - Få jobbmuligheter en utfordring



# FUNN I INTERVJU

- "Byens virkelige problem er fraflytting og mangel på fastboende" - Lærer, Risør VGS
- "Der hvor man går på VGS, kommer man ofte tilbake til" - Rådgiver, Risør VGS
- Forbedringspotensial for samarbeid; hørt fra flere
- Få lærligplasser og ubenyttet arbeidskraft hos ungdom
- "Kommunen må ha en klar strategi for hvor de vil slik at private aktører vil investere og utvikle"- Entreprenør
- "Hvorfor skal vi velge Risør?" - Eventbyrå
- Folk ønsker enkle løsninger i alle ledd



# HVORFOR RISØR?

- Stille og fredelig
- Alt på ett sted
- Intim og idyllisk atmosfære
- Varm lokalbefolkning
- Kultur og matopplevelser





HVORDAN SKAPE EN HELHETLIG STRATEGI  
SOM GJØR RISØR TIL EN HELÅRSDESTINASJON?





# STRATEGI PROSESS SAMHANDLING PÅ TVERS

Kommunen

Visjon

Næringsliv

Innbyggerne

NORGES FØRSTE  
HELDIGITALISERTE BY  
?

NORGES BESTE  
RESTAURANTGATE  
?

# STRATEGI PROSESS SAMHANDLING PÅ TVERS

## 1 Nå situasjon

Analyse  
Fakta  
Muligheter  
Utfordringer

## 2 Strategi

Prioritere Felles visjon  
Felles mål  
Felles eierskap

## 3 Implementering

Handlekraft  
Entusiasme  
Engasjement  
Eierskap

## 4 Test Evaluer Juster

Endringer av  
forutsetningene  
Nye muligheter  
Utfordringer

**Felles fremtid  
Felles suksess**

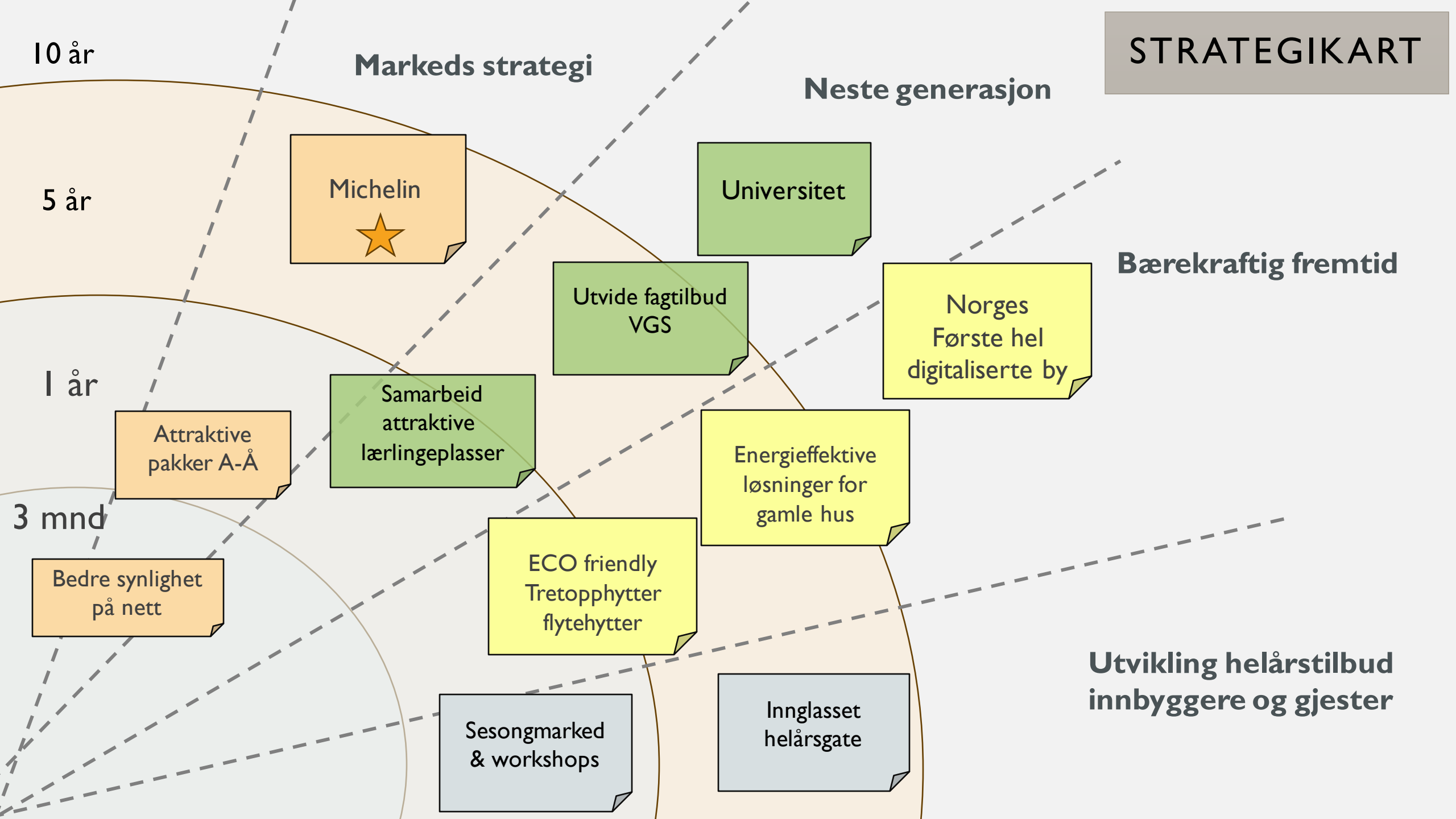
STRATEGI SOM GJØR RISØR TIL EN HELÅRSDESTINASJON

# HVA SKAL STRATEGIEN INNEHOLDE?

- **Posisjon:** Hvem konkurrerer vi mot, og hvordan ligger vi an i forhold til dem?
- **Verdier:** Hvem er vi, og hva tror vi på?
- **Mål:** Hva ønsker vi å oppnå på kort og på lang sikt?
- **Visjon:** Hvorfor driver vi med det vi gjør, og hvordan ser fremtiden ut?
- **Muligheter:** Hva skal til for å oppnå målet vårt?



# STRATEGIKART



10 år

**Markeds strategi**

**Neste generasjon**

5 år

Michelin  
★

Universitet

**Bærekraftig fremtid**

1 år

Utvide fagtilbud  
VGS

Norges  
Første hel  
digitaliserte by

3 mnd

Attraktive  
pakker A-Å

Samarbeid  
attraktive  
lærlingeplasser

Energieffektive  
løsninger for  
gamle hus

Bedre synlighet  
på nett

ECO friendly  
Tretopphytter  
flytehytter

**Utvikling helårstilbud  
innbyggere og gjester**

Sesongmarked  
& workshops

Innglasset  
helårsgate

A vibrant, modern pedestrian street with a glass and steel roof, light blue buildings, and outdoor seating. The street is paved with cobblestones and features numerous wooden tables and chairs for outdoor dining. The buildings are multi-story with large windows and balconies. The overall atmosphere is bright and inviting.

# Helårsdestinasjon

Bærekraftig

Heldigitalisert