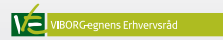


FÆLLES MARKEDSFØRINGSSTRATEGI



Læsevejledning til den fælles markedsføringsstrategi

Det særlige ved os

Det helt særlige ved Viborg Kommune er områdets historiske position som mødested og centrum for dialog og udvikling. Et sted, hvortil mennesker gennem århundreder drog ad Hærvejen og mødtes til snapsting og kongehyldninger - i domkirke eller på tingsted.

Viborg Kommune er fortsat centrum for dialog og udvikling. De unikke kraftcentre, som - ud over historien - gør os til noget helt særlig i dag, er animation, agro-forskning og samt industri inden for fødevarer, jordbrug og vandforsyning.

Den skærpede markedsføringsstrategi skal signalere, at Viborg Kommune er klar til fremtiden, og at vi løser fremtidens udfordringer på baggrund af dybe, rodfæstede værdier, som trækker bånd fra fortiden til fremtiden. Kort sagt: ***Viborg løser nutidens og fremtidens udfordringer – som vi har gjort gennem 1000 år***

Den skærpede strategi hviler på den markedsføringsstrategi, som Viborg Byråd vedtog i december 2008. Styrkepositioner og værdier fra den oprindelige strategi er fortsat de samme:

Styrker: Historie & kultur, Erhverv & Uddannelse, Sport og Natur

Værdier: Det ægte, Kvalitet, Dynamisk og "Midt i.

Den nye model

Strategimodellen er tænkt som et "molekyle", der viser Viborg Kommunes DNA. Fællesnævneren for alle strenge i DNA-modellen er det fælles markedsføringslogo: *"Viborg – glæd dig"*.

I den nye model har vi opprioriteret to styrkepositioner: *Historie & Kultur* (det vi lever på) og *Erhverv & Uddannelse* (det vi lever af). Inden for disse to områder indtager vi positioner, hvor vi er helt unikke og/eller de bedste i landet.

Styrkerne *Sport og Natur* er fortsat en vigtig del af vores DNA-profil, men her har vi færre områder, hvor vi kan sige, at vi er helt unikke, og de kan derfor ikke i samme grad bruges til at tegne et skarpere billede af, hvad der er det helt særlige ved os.

De små perler, som hæfter sig på hver af de fire styrkepositioner, identificerer de helt konkrete "gener" i vores DNA, som er unikke og derfor skal anvendes aktivt i den fælles markedsføring. En helt enestående perle på vores DNA-streng er Animation, som knytter sig til alle fire styrkepositioner.

Parterne bag den fælles markedsføringsstrategi er:

Viborg Egnens Erhvervsråd, Viborg Idrætsråd, Viborg Egnens Handelsråd, Viborg Egnens Turistråd, Viborg Innovationsfond, Viborg Uddannelsesråd og Viborg Kommune