

Greater Copenhagen-brandet

## Implementeringsguide

Skal du implementere Greater Copenhagen-brandet i din kommune? Er du usikker på, hvor du skal begynde? Lav denne analyse og kom godt i gang:

### *1. Find jeres internationale kontakter*

Greater Copenhagen-brandet er et internationalt brand, som I skal bruge for at tiltrække investorer, medarbejdere til jeres virksomheder, tilflyttere og turister. Begynd derfor med at kortlægge, hvem der har internationale kontakter i jeres kommune. Det kan være virksomheder og organisationer, men også enkeltpersoner. Kontakterne er jeres adgang til de internationale målgrupper, som I gerne vil i dialog med.

### *2. Kortlæg jeres styrkepositioner*

Jeres målgrupper skal vide, hvorfor det er attraktivt at samarbejde med jeres kommune. Næste trin i analysen er derfor at kortlægge, hvilke af jeres styrkepositioner der har international interesse. Hvad har I at tilbyde investorer, medarbejdere på jeres virksomheder, tilflyttere og turister?

### *3. Hvem er nøglepersonerne?*

Sidste trin er at kortlægge, hvem i jeres kommunale administration der skal arbejde med brandet og bruge det i kommunikation? Hvem i erhvervsafdelingen har ansvaret for at arbejde med brandet internt og eksternt? Hvem i kommunikationsafdelingen? Skal logoet på hjemmesiden? Skal de administrative chefer have "A Part of Greater Copenhagen" ind i deres autosignatur? Skal udvalgte fagmedarbejdere? Og hvad med politikerne?

Nået så vidt, kan du tilpasse Kommunikations- og Designguide for Greater Copenhagen til jeres lokale kommunikationsstrategi og lade dine kolleger bruge den, når de skal kommunikere om Greater Copenhagen. Guiden oversætter din analyse til praktisk dagligdag.

[Kommunikations- og Designguiden finder du her](#)