

Dagsordenspunkt 6	Cover – Virksomhedsrettet kommunikation	Bilag 6.1
<p><b>Kort sagsfremstilling</b></p>	<p><b>Formål</b></p> <p>Bestyrelsen skal drøfte de foreløbige indsigter fra arbejdet med at skærpe den virksomhedsrettede kommunikation, herunder første udkast til rammefortælling og værditilbud. Bestyrelsen skal desuden give input til det videre arbejde omhandlende fælles kommunikationsplatform (brand) og drøfte bestyrelsens rolle i implementeringen på sigt.</p> <p><b>Baggrund</b></p> <p>Bestyrelsen besluttede i sin strategi, at den virksomhedsrettede kommunikation skal skærpes. På bestyrelsesmødet den 12. juni 2024 blev det besluttet at disponere op til 2 mio. kr. decentrale erhvervsfremmemidler til arbejdet. Formålet er, at virksomhederne skal opleve en forenklet, sammenhængende erhvervsfremmeindsats med skarpe værditilbud og en nem digital indgang via Virksomhedsguiden samt fysiske indgange via erhvervshusene. Kommunikationen på tværs af de virksomhedsrettede indsats og de forskellige aktører skal desuden bindes sammen af en fælles kommunikationsplatform, som kan tage form af et samlende brand.</p> <p>Det bemærkes, at arbejdet med virksomhedsrettet kommunikation skal favne det samlede erhvervsfremmesystem, herunder bl.a. bestyrelsens indsats. For at arbejdet opfylder sin ambition og potentiale, skal den virksomhedsrettede kommunikation implementeres på tværs af de centrale aktører i erhvervsfremmesystemet.</p> <p>Aktuelt pågår fase I, hvor bureauet Operate udvikler en rammefortælling og beskrivelser af værditilbud på tværs af erhvervsfremmesystemet. Arbejdet er nær sin afslutning og gennemføres med kvalitativ viden og kvantitativ data om virksomhederne og med løbende inddragelse af kerneaktører i systemet, herunder erhvervshuse, klyngeorganisationer, KL og Erhvervsstyrelsen i workshops. Operate er i gang med at teste deres foreløbige arbejde hos virksomheder. Bestyrelsen forelægges således de aktuelle overvejelser, inden arbejdet er fuldent, hvormed der er mulighed for at præge slutproduktet. Materialet præsenteres af Operate på mødet.</p> <p>Parallelt opstartes fase II med et eksternt kommunikationsbureau, som på baggrund af blandt andet resultater fra fase I, skal udvikle en samlende kommunikationsplatform i form af et brand samt en underliggende brandarkitektur og -hierarki. Sekretariatet orienterer herom på mødet, herunder valg af bureau.</p> <p>Bestyrelsen kan dermed drøfte og give input til de foreløbige indsigter og udkast, hvorefter sekretariatet afslutter opgaven med Operate, samt give tidlige input til opstarten af anden fase, hvor delresultater forventes præsenteret på bestyrelsesmødet den 14. november 2024.</p> <p>Da processen med test på virksomheder kører parallelt med udsendelse af materiale, eftersendes bilag til bestyrelsen. Heraf vil kommunikative indsigter og første udkast til værditilbud og rammefortælling fremgå.</p>	

### Løsning

På mødet vil bureauet Operate præsentere status på arbejdet, herunder kommunikative indsigter om virksomhederne og udkast til værditilbud og rammefortælling. Bestyrelsen skal på den baggrund drøfte det aktuelt foreliggende udkast til rammefortælling og værditilbud mhp. at give input til færdiggørelsen. Herunder drøfte potentielle dilemmaer samt hvilken rolle, bestyrelsen ønsker at spille i eksekveringen.

Operates foreløbige *kommunikative indsigter* peger bl.a. på tre centrale pointer, der kan få betydning for den virksomhedsrettede kommunikation, og herunder også bestyrelsens egen kommunikation af signaturindsatserne:

- Kommunikation skal tage udgangspunkt i virksomhedernes behov og situation, ikke omhandle løsninger (fx et konkret program)
- Enkelhed er helt central i kommunikationen til virksomhederne
- Erhvervsfremmesystemets image er udfordret af bl.a. virksomheders skepsis over for det offentlige og begrænset kendskab.

Operates *værditilbud* tager indholdsmæssigt udgangspunkt i virksomhedernes behov og fokuserer på tre dele: virksomhedernes ”jobs-to-be-done” (de opgaver, de skal løse) og deres pains (fx usikkerhed, tidsforbrug) og gains (fx sparring, målrettet finansiering) i den forbindelse. Derudover udfoldes primær og sekundær målgruppe, erhvervsfremmesystemets tilbud og differentiering af tilbud fra andre aktører.

Operates *rammefortælling* skaber sammenhæng på tværs af værditilbud og fremhæver værdiskabelsen for både virksomhederne og samfundet. Fortællingen har en tværgående kerne og fremhæver den særlige værdi af det offentlige system.

Erhvervsfremmesystemets målgruppe er alle virksomheder, der er potentielle eller nuværende brugere af et erhvervsfremmetilbud, og drøftelserne med kerneaktører har givet anledning til strategiske refleksioner og flere dilemmaer om prioriteringerne i den virksomhedsrettede kommunikation:

- Drifts- og udviklingsfokus: Skal kommunikationen rettes bredt mod alle eller dem, der vil udvikling?
- De mange og de få: Hvordan rammer kommunikationen både bredt og fokuseret?
- Erkendte vs. uerkendte behov hos virksomhederne: Hvor meget af kommunikation skal rettes mod erkendte behov – og hvor meget på uerkendte/udviklingsorienterede?

Præsentationen lægger op til en drøftelse af nedenstående:

- Hvordan ræsonnerer de foreløbige resultater af Operates arbejde med bestyrelsens forståelse af udfordringerne og kommunikationsbehovet?
- Hvilke potentielle dilemmaer og udfordringer ser bestyrelsen i udkast til rammefortælling og værditilbud?
- Hvilken betydning har de foreløbige resultater for bestyrelsens kommunikation om signaturindsatser?

	<p>Sekretariatet præsenterer herefter opstarten på fase II. Der vil blive lagt op til drøftelsespunkter som nedenstående:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hvilke hensyn og opmærksomhedspunkter bør iagttages i arbejdet med en fælles kommunikationsplatform for hele erhvervsfremmesystemet?</li> </ul> <p><b>Videre proces</b></p> <p>Sekretariatet forventer at færdiggøre fase I om værditilbud og rammefortælling i løbet af september 2024. Herefter vil udvikling og implementering på Virksomhedsguiden og i erhvervshusene påbegynde. Fase II om udvikling af fælles kommunikationsplatform samt brandarkitektur- og hierarki indledes umiddelbart inden mødet. På selve mødet præsenteres det valgte kommunikationsbureau samt processen frem mod leverance.</p> <p>Samtidig afdækkes, hvordan den skærpede virksomhedsrettede kommunikation kan implementeres gennem Danmarks Erhvervsfremmebestyrelses investeringer. Sekretariatet fremlægger forslag hertil på et kommende møde.</p> <p>Bestyrelsen inddrages i arbejdet igen på mødet den 14. november 2024 for at give input til færdiggørelsen af den fælles kommunikationsplatform (brand), som afsluttes ultimo december. Det vil endvidere blive drøftet, hvordan kommunikationen kan implementeres fra 2025, herunder fx i forbindelse med et årsmøde for relevante interessenter i erhvervsfremmesystemet.</p>
<b>Indstilling</b>	<p>Det <u>indstilles</u>, at bestyrelsen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Drøfter de fremlagte indsigter og udkast til rammefortælling og værditilbud samt giver input til færdiggørelsen.</li> <li>• Drøfter hensyn og opmærksomhedspunkter i udvikling af en fælles kommunikationsplatform og giver input til det videre arbejde.</li> </ul>