



Verkefnastjóri markaðsmála

Ársskýrsla | 2020



Efnisyfirlit

Inngangur og helstu kostnaðarliðir.....	3
Hlutverk og markmið.....	4
Markaðsstefnumótun.....	4
Regluleg verkefni.....	4
Upplýsingamiðlun.....	5
Heimasíða.....	5
Fréttateymi.....	5
Vefstjóri.....	6
Samfélagsmiðlar.....	6
Kennarastöður auglýstar í apríl.....	7
Markaðsheferðin - Kíktu í heimsókn.....	8
Keypt umfjöllun.....	9
Hringbraut.....	9
Britngar í fjölmiðlum.....	10
Mælanlegur árangur.....	11
Innri ímynd - rannsókn.....	12

Inngangur

Í þessari fyrstu ársskýrslu frá markaðs- og kynningarsviði Reykjanesbæjar er að finna yfirlit yfir helstu verkefni og rekstrartölur fyrir árið 2020.

Undirritaður hóf störf hér í lok maí á síðasta ári. Þetta er í fyrsta skiptið sem ráðið hefur verið í stöðu verkefnastjóra markaðsmála og því nýtt stöðugildi hjá bænum. Ég hef verið svo heppinn að fá tækifæri til að móta starfið en á sama tíma tekist á við fjölbreytt og krefjandi verkefni fyrir öll svið Reykjanesbæjar. Stöðugildið verkefnastjóri markaðsmála er í grunninn byggt á starfi upplýsingafulltrúa þar sem lagt var mikil áhersla almenna á upplýsingagjöf og fréttamennsku. Að sjálfsögðu verður upplýsingagjöf og fréttir áfram mikilvægir þættir en auk þess verður meiri áhersla á vörumerkið Reykjanesbær og hvernig er hægt að koma því á framfæri.

Helstu kostnaðarliðir

Verkefnastjóri markaðsmála ber skylda til að fylgja eftir ákveðinni fjárhagsáætlun eins og önnur svið en helstu kostnaðarliðir fyrir árið 2020 eru þessir:

Birtingakostnaður vegna auglýsinga:

12.488.060 kr.

Auglýsingastyrkir: 512.700 kr.

Markaðssetning: 551.000 kr.

Sérfræðiþjónusta: 2.969.311 kr.

Hlutverk og markmið

Hlutverk markaðssviðs er að styðja við uppbyggingu á ímynd og orðspori Reykjanesbæjar með viðeigandi markaðssetningu, vörumerkjastjórnun og boðmiðlun. Markaðssetningin er í takt við stefnu og framtíðarsýn Reykjanesbæjar og felst í markaðssetningu á bæjarfélaginu, viðburðastjórnun og innra markaðsstarfi ásamt því að hlúa að ímynd og vörumerki bæjarfélagsins. Markhópar sveitarfélag eins og Reykjanesbær eru fjölmargir hópar og hagsmunaaðilar sem þarf að hafa í huga við markaðssetningu. Þetta geta verið íbúar í Reykjanesbæ, íbúar utan bæjarins, starfsfólk fyrirtækja og stofnana innan og utan Reykjanesbæjar, fyrirtækjaeigendur innan og utan Reykjanesbæjar og gestir og ferðamenn sem að heimsækja Reykjanesbæ og Ísland.

Markaðssetning bæjarfélaga er notuð til að ná margt konar markmiðum. Til að byggja upp jákvæða ímynd staðarins, laða að fyrirtæki, ferðamenn, stofnanir, viðburði og fólk. Til að þetta gangi eftir er nauðsynlegt að fara af stað með stefnumiðaða markaðssetningu sem miðar að því að búa til sterkt vörumerki. Markmiðið er að bæta ímynd og orðspor Reykjanesbæjar en ekki síður að fjölga íbúum og efla byggð á staðnum. Undirritaður telur að besta leiðin til árangurs er að hafa skýra markaðsstefnu og að allt markaðsstarf sé unnið af fagmönnum í markaðsmálum og samstarf opinberra og einkaaðila á staðnum, í sátt við íbúa staðarins.

Markaðsstefnumótun

Til að fá skýrari mynd af þessu þá verður ráðist í markaðsstefnumótun og aðgerðaráætlun fyrir Reykjanesbæ. Innra og ytra umhverfi Reykjanesbæjar verður skoðað og farið yfir styrkleika og veikleika, auk þeirra tækifæra og ógnana sem þarf að greina. Það þarf að framkvæma rýnihópa þar sem leitast verður við að ná eins fjölbreyttum hópi og kostur er til að ná fram ólíkum sjónarmiðum. Þetta verður spennandi verkefni sem mun hafa mikil áhrif á alla markaðsvinnu sem þarf að framkvæma fyrir Reykjanesbæ.

Regluleg verkefni

Stóra verkefnið var að styrkja stöðu og ímynd Reykjanesbæjar sem fjórða stærsta sveitarfélags landsins, áfangastaðar í ferðaþjónustu og miðstöðvar verslunar og þjónustu.

- Aðstoða önnur svið með fjölbreytt verkefni (*sjá mynd hér til hægri*)
- Atvinnu- og viðburðartorg
- Ytri og innri upplýsingamiðlun
- Hönnun og umsjón auglýsinga sem falla innan hönnunarstaðals Reykjanesbæjar
- Upplýsingamiðlun til fjölmiðla
- Greiningar á vefsíðu með Siteimprove
- Ritstjórn og umsjón með vefsíðu Reykjanesbæjar í samráði við vefstjóra
- Ritstjórn og umsjón með samfélagsmiðlum Reykjanesbæjar í samráði við vefstjóra

Stjórnsýsla

- Fréttir
- Samfélagsmiðlar
- Markaðsráðgjöf
- Bæjarfundir
- Bakgrunnur
- Jólakort
- Gjafabréf
- Myndatökur
- Auglýsingar
- Fjölmiðlar
- Forsetakostningar

Fræðsluvið

- Fréttir
- Samfélagsmiðlar
- Markaðsráðgjöf
- Atvinnuauglýsingar
- Birtingaaætlun
- Sjónvarpsauglýsing
- kynningarefni
- Vinnuskólinn

Velferðarsvið

- Fréttir
- Samfélagsmiðlar
- Atvinnuauglýsingar
- Markaðsráðgjöf
- Veggspjöld
- Allir með!
- kynningarefni
- Lífshlaupið
- Myndbönd
- Við erum öll barnavernd

Umhverfissvið

- Fréttir
- Samfélagsmiðlar
- Atvinnuauglýsingar
- Markaðsráðgjöf
- Skipulagsauglýsingar
- Fasteignauglýsingar
- Plokkdagurinn
- Fegurstu garðarnir
- Skapandi sumardagar

Súlan

- Fréttir
- heimasíða
- Samfélagsmiðlar
- Markaðsstefna
- Rannsóknir
- Kannanir
- Mælingar
- Fréttateymi
- Atvinnutorg
- Viðburðartorg
- Siteimprove
- Starfsáætlun
- Árskýrsla
- PowerPoint
- Myndataka
- Sumarstarfsmenn
- Þýðingar
- Atvinnuauglýsingar
- Markaðsráðgjöf
- Markaðsherferðir
- kynningarefni
- Myndbönd

Nokkur dæmi hvernig verkefnastjóri markaðsmála vinnur þvert á öll svið

Upplýsingamiðlun

Markaðssviðið leggur sérstaka áherslu á að upplýsingar frá Reykjanesbæ skuli vera byggðar á traustum grunni og séu áreiðanlegar. Það er afar mikilvægt að íbúar og aðrir hafi greiðan aðgang að öllum upplýsingum og gögnum sem alla stjórnsýslu og þjónustu sveitarfélagsins. Allar upplýsingar eru tiltækar í stafrænu sniði og öll miðlun og lagt er áhersla á að meðferð upplýsinga séu bæði hlutlaus og málefnaleg.

Heimasíða

Heimasíða Reykjanesbæjar er mikilvægasta gáttin í miðlun upplýsinga en hún er einnig andlit bæjarfélagsins við íbúana og umheiminn. Á heimasíðu Reykjanesbæjar má finna upplýsingar er varða starfsemi og þjónustu sveitarfélagsins. Leitast er við að miðla þeim til íbúa, fjölmiðla og þeirra sem vilja kynna sér sveitarfélagið. Vefurinn nýtist einnig starfsfólki Reykjanesbæjar þar sem upplýsingar eru aðgengilegar á einum stað, s.s. fundargerðir, stefnumótun, samþykktir, umsóknir, reglur og fréttir úr starfi. Lögð er áhersla að birta ekki persónugreinanlegar upplýsingar eða upplýsingar sem geta haft neikvæð áhrif á viðskiptahagsmunum. Markmiðið er að þjóna notendum sem best og ber skylda að taka tillit til aðgengis á vefnum. Á heimasíðunni eru birtar fjölbreyttar fréttir sem snerta starfsemi, menningu og þjónustu sveitarfélagsins við íbúa. Lögð er áhersla að fjalla jafnt og þétt um veigamikla þætti í starfi Reykjanesbæjar með jákvæðum formerkjum.

Fréttateymi

Fréttateymi var sett saman í október. Það er samansett af fólki frá öllum sviðum stjórnsýslunnar. Hlutverk þessa hóps er að finna jákvæðar og áhugaverðar um Reykjanesbæ. Þetta er sérstaklega mikilvægt núna þegar fjölmiðlar eru tilbúnir að birta atvinnuleysistöður frá Suðurnesjum sem fyrsta frétt í hverri viku – við komum því með mótvægi og birtum 10 jákvæðar fréttir á móti. Markmiðið fyrir þetta ár er að virkja fréttateymið enn betur enda er það einstaklega vel mannað það skiptir máli út á við að íbúar sveitarfélaganna séu ánægðir og hafi aðgang að uppbyggjandi fréttum frá starfsemi Reykjanesbæjar, enda búa þar yfir 20 þúsund sendiherrar svæðisins. Jákvæður orðrómur er einnig mjög mikilvægur, þar sem fólk er líklegt til að tala vel um sinn heimabæ.

Meðlimir í fréttateyminu:

Súlan verkefnastofa:

Gunnar Víður Þrastarson

Stjórnsýsla:

Halldóra G. Jónsdóttir

Velferðarsvið:

Hilma H. Sigurðardóttir

Fræðslusvið:

Ingibjörg Bryndís Hilmarsdóttir, Haraldur

Axel Einarsson og Hafþór B. Birgisson

Fjármálasvið:

Regína Fanný Guðmundsóttir

Umhverfissvið:

Guðlaugur Helgi Sigurjónsson

Nokkrar jákvæðar fréttir

- Semja um nýtt hjúkrunarheimili
- Um 6 milljarða hagnaður hjá bæjarsjóði Reykjanesbæjar
- Fimm milljarða plús hjá Reykjanesbæ á síðasta ári
- Fritt í söfnin í sumar
- Fritt inn á söfn Reykjanesbæjar sumarið 2020
- Fjölmenasta útskrift í sögu Keilis
- Samið um 60 rýma hjúkrunarheimili í Reykjanesbæ
- Nýtt hjúkrunarheimili ris í Reykjanesbæ
- Rennibrautir í Vatnaveröld teknar í notkun í haust
- Nýjar vatnsrennibrautir og framkvæmdir við Sundmiðstöð Reykjanesbæjar
- Samið um 100 milljóna framkvæmdir við Vatnaveröld
- Samið við Arnarvoll um 100 milljóna framkvæmdir við Vatnaveröld
- Ný vatnsrennibraut í Vatnaveröld
- Hafa selt jafn mikið af íbúðum og allt árið 2019
- Samið um byggingu nýs 60 rýma hjúkrunarheimilis í Reykjanesbæ
- Nýr skipaþjónustuklassi skapar hundruð starfa á næstu þremur árum
- Mögulegur skipaþjónustuklassi og kolefnisförgun í Reykjanesbæ
- Fjörheimar hljóta styrk frá Lionessunum í Keflavík
- Lofa að koma naktir fram ef þeir ná markmiðum sínum
- Nemendur fá að vinna með Solid Clouds
- Lokað fyrir umsóknir í Háskólabró Keilis
- Allir með! Hefst í dag
- 958 ungmenni í sumarvinnu hjá Reykjanesbæ
- Allir með formlega ýtt úr vör
- Ræddu möguleika á að bætur fari í launagreiðslur
- Ræðir við heimamenn um aðgerðir vegna atvinnuástands
- Skapa 600 ný störf í sumar
- Vill aðgerðir í atvinnumálum en samt ekki Kísilverksmiðju
- Allir með í Reykjanesbæ
- Nýja rennibrautin verður níu metra há
- Fjórar sýningar opnaðar í Duus – Morgunblaðið
- Vill aðgerðir í atvinnumálum en samt ekki kísilverksmiðju – Stöð 2
- Skapa 600 ný störf í sumar – rúv.is
- Reykjanesbær hyggst framkvæma fyrir 3,2 milljarða króna - RÚV
- Fjölskylduparadísin Reykjanes - Fréttablaðið
- Framkvæmdir við Hreystigarðinn eru farnar af stað.

H:N markaðssamskipti hafa fengið þessar fréttir birtar í öðrum fjölmiðlum og snúa helst að uppbyggingu á svæðinu og bættri þjónustu til íbúa. Má þar nefna nýtt hjúkrunarheimili og aukin atvinnutækifæri ásamt bættri þjónustu á ýmsum sviðum. Talsvert hefur verið um neikvæðar fréttir tengdar COVID-19, sérstaklega hvað varðar atvinnuleysi í sveitarfélaginu.

Samfélagsmiðlar

Samfélagsmiðlar eins og Facebook og Instagram hafa umbreytt samskiptum fólks á stuttum tíma. Þeir hafa enn fremur breytt starfsháttum stofnana og fyrirtækja að mörgu leyti. Bæjarfélög, stofnanir og fyrirtæki hafa í vaxandi mæli tekið þessa miðla í notkun með það fyrir augum meðal annars að kynna þjónustu sína, miðla upplýsingum og eiga í samskiptum við almenning. Reykjanesbær nýtir samfélagsmiðlana Facebook og Instagram til að miðla fréttum og upplýsingum af heimasíðu Reykjanesbæjar með það að markmiði að auka sýnileika og eiga í gagnvirku samtali við bæjarbúa. Það er afar mikilvægt að rödd almennings fái að heyrast og henni sé svarað. Þar sem efnisval skiptir meginmáli á Facebook þá þarf að vanda til verka og birta áhugavert efni sem á erindi til almennings. Því betra og fjölbreyttara efni því meiri sýnileika fá stofnanirnar og geta þar af leiðandi skapað jákvæða ímynd.

Öll svið Reykjanesbæjar hafa nýtt samfélagsmiðla með einum eða öðrum hætti. Þar sem efnisval skiptir meginmáli á Facebook þá þarf að vanda til verka og birta áhugavert efni sem á erindi til almennings. Því betra og fjölbreyttara efni því meiri sýnileika fær Reykjanesbær sem um leið skapar jákvæða ímynd og eflir lýðræðislega virkni. Einnig hefur færst í aukana hjá mörgum sviðum að nýta sér kostaðar auglýsingar á samfélagsmiðlum enda er það mjög hagkvæmt og auðvelt er að nálgast bæjarbúa með þessum hætti eða aðra markhópa þegar það á við.

Vefstjóri

Sara Jóhanna Jónsdóttir var ráðin í gegnum vinnuúrræði vinnuálastofnunar í starf vefstjóra í október. Helstu verkefni hjá henni snúast um daglega umsjón, efnisinnsetningu og uppfærslur á vef Reykjanesbæjar, söfnun og miðlun upplýsinga og áframhaldandi þróun vefsvæða. Hún vinnur náið með verkefnastjóra markaðsmála að stöðugri framþróun á stafrænni markaðssetningu bæjarins.

STARFSSVIÐ:

Ábyrgð og umsjón með vef Reykjanesbæjar, þar með talið þróun, viðhald, verkefnastjórnun, framsetning á efni, notendaviðmót og uppbygging vefsins

Samskipti við öll svið bæjarins vegna vefmála

Umsjón með notkun Reykjanesbæjar á samfélagsmiðlum

Þátttaka í ytri og innri markaðssetningu Reykjanesbæjar



Kennarastöður auglýstar í apríl

Eitt fyrsta verkefnið sem farið var af stað með í beinu samstarfi við verkefnastjóra markaðsmála var að auglýsa kennarastöður fyrir Fræðsluvið. Auglýsingin hafði verið í undirbúningi í tvo mánuði en það þurfti að taka verkefnið lengra og setja það í framkvæmd. Málið var því fjótlega beint að verkefnastjóra markaðsmála sem fékk það hlutverk að verkefnastýra því og fá fagaðila til að vinna og framleiða auglýsinguna. Ákveðið var eftir ábendingar frá RÚV að ganga til samninga við Ingólf G. Árnason sem hafði gefið sér gott orðspor í auglýsingagerð. Hann hafði einnig ákveðna tækniþekkingu sem við vorum að sækjast eftir sem var að vinna hreyfingar með grafík inn á ljósmyndir.

Hugmyndavinna

Fræðsluviðið hafði unnið hugmyndavinnu áður en markaðssviðið kom að verkefninu. Skilaboðin voru einfaldlega að óska eftir kennurum sem vildu starfa í framsæknu og fjölskylduvænu skólasamfélagi. Viltu starfa í sveitarfélagi sem setur börnin í fyrsta sæti. Sveitarfélagi sem nýtir kosti fjölbreytileikans til að hjálpa bæjarbúum að búa sér og börnum gott líf. Lokaskiltið var síðan með slagorðinu “Mótaðu framtíðina með okkur”

Hugmyndin var að sýna áferðarfallagar ljósmyndir frá Reykjanesbæ og bæta hreyfingu inn í þær. Þessi aðferð hefur lítið verið notuð í íslenskrum auglýsingagerð og var því talin líkleg til að vekja athygli.

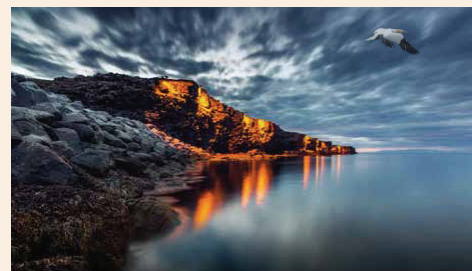
Birtingar

Það var farið af stað að birta auglýsingarnar í byrjun apríl til að vera á undan öðrum bæjarfélögum sem birta sínar hefðbundnu atvinnuauklýsingar í lok apríl og byrjun maí. Ákveðið var að birta eingöngu á RÚV og samfélagsmiðlum til að góðri dekkun og tíðni á stuttum tíma. Birtingar stóðu frá 9. til 14. apríl og kostnaður við þær voru 440.748 kr. án vsk. Kostnaður við auglýsingar á samfélagsmiðlum var 51.000 kr. án vsk.

Árangur

Það er skemmst frá því að segja að aldrei hafa áður borist jafn margar umsóknir um kennarastöður eða rétt um **400 umsóknir**. Var almenn ánægja með þessa stuttu markaðsherferð sem mörgum þótti gefa mjög jákvæða ímynd af Reykjanesbæ og því starfi sem er unnið þar fyrir börn og unglinga.

Rammi 1



Langar þig að starfa í fjölskylduvænu skólasamfélagi (hreyfing: ljósín kvikna)

Rammi 2



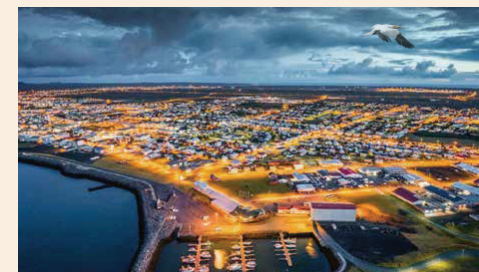
Langar þig að taka þátt í framsæknu skólstarfi (hreyfing: norðurljósín)

Rammi 3



Langar þig að starfa í sveitarfélagi sem setur börnin í fyrsta sæti (hreyfing: glampi á sverðin?)

Rammi 4



Langar þig að starfa í sveitarfélagi sem nýtir kosti fjölbreytileikans til að hjálpa bæjarbúum að búa sér og börnum gott líf (hreyfing: himininn og fuglinn)

Rammi 5



Mótaðu framtíðina með okkur (Hreyfing: textinn skrifaður eins og með krita og tilheyrandi hljóði)

Rammi 6



Sæktu um kennarastöðu á Reykjanesbær.is (hreyfing: litir blikka undir í krafti fjölbreytileikans)

Markaðsherferðin Kíktu í heimsókn

Eftir erfiðan vetur þar sem Covid-19 var á vormánuðuð ákveðið að fara í markaðsherferð til að vekja athygli á Reykjanesbæ sem góðan kost til að heimsækja í sumar. Allar kannanir bendu til þess að Íslendingar ætluðu að ferðast mikið í sumar. Því miður virtust þær einnig benda til þess að mjög fáir hugsuðu um Reykjanes og Reykjanesbæ sem áfangastað. Við vorum sannfærð um að það þurfti aðeins að hreyfa við fólki og segja þeim á mannamáli og með áhugaverðu kynningarefni að það sé sannarlega þess virði að kíkja í heimsókn til okkar.

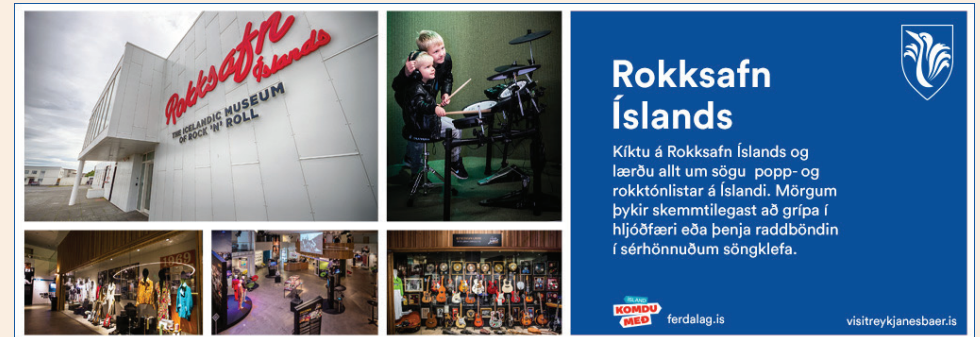
Það var einnig okkar mat okkar hér í Súlnuni að það þyrfti að koma einhverskonar mótvægi við allar neikvæðu fréttirnar sem komu frá sveitarfélaginu í tengslum við ástandið sem skapaðist á vinnumarkaðinum. Okkur fannst nauðsynlegt að sporna við þessu og það þurfti að vinna hratt. Við fengum velyrði fyrir aukafjárveitingu upp á 6-7 milljónir til að framkvæma þessa vinnu.

Hugmyndavinna

Það var farið að stað með hugmyndavinnu í maí. Tímaramminn var stuttur og það þurfti að vinna hratt. Ákveðið að hafa þetta einfalt til eyða ekki of miklum tíma í hugmyndavinnu og framleiðslu. Unnið var út frá slagorðið “Kíktu í heimsókn” sem náði vel utan um þá hugmynd að Íslendingar á höfuðborgarsvæðinu ættu að koma dagsferðir í Reykjanesbæ og jafnvel gista í eina eða tvær nætur.

Framleiðsla

Framleiðsla fór strax í gang út frá þessari hugmyndafræði. Það var ljóst að við þyrftum að vera á mörgum miðlum til að ná til sem flestra. Það var einnig gert til hafa tækifæri að birta Reykjanesbæ í bjartari ljósi en það var lítað í fjölmiðlum. Okkur fannst nauðsynlegt að sporna við þessu og það þurfti að vinna hratt. Við framleiddum vídeó með skotum af 6-8 helstu stöðum í Reykjanesbæ sem einkenna staðinn. Klíptum þá saman í hraða myndasýrpu sem voru frá 10 sek og upp í eina mínutu. Það voru framleiddir vefborðar í mörgum stærðum fyrir vefinn og samfélagsmiðlana. Það voru framleiddar margar útvarpsauglýsingar með sömu skilaboðum. Okkur tókst að framleiða allt efnið til að fara með í birtingar í byrjun júlí. Byrjuðum hægt en þéttuðum birtingar í júlí.



Rokksafn Íslands

Kíktu á Rokksafn Íslands og lærðu allt um sögu popp- og rokktonlistar á Íslandi. Mörgum þykir skemmtilegast að grípa í hljóðfæri eða þenja raddböndin í sérhönnuðum söngklefa.

KOMDU MED ferdalag.is visireykjanesbaer.is



Reykjanesbær
-kíktu í heimsókn-

Brú milli heimsálfa

Einastakur staður á heimvísu. Það er frábær upplifun að standa á þjóttaskúrum Evrópu og Ameríku og ganga svo á milli heimsála. Þú verður að láta taka af þér mynd.

KOMDU MED ferdalag.is visireykjanesbaer.is



Reykjanesbær
-kíktu í heimsókn-

Duus Safnahús

Duus Safnahús við smábátahöfnina í Reykjanesbæ eru alltaf að opna nýjar og spennandi sýningar. Kíktu við og skoðu! Þú um. Það er ókeypis aðgangur í allt sumar.

KOMDU MED ferdalag.is visireykjanesbaer.is



Reykjanesbær
-kíktu í heimsókn-

Vatnaveröld

Það er miðleymlegt að kíkja í sund þegar þú heimsækir Reykjanesbæ. Innilaugin er samíkölluð vatnsparadís fyrir börnin og miklú um að vera. Floti (gúllaug), innilaug, heitir pottar, vatnsrennibrautir og gúfubúð.

KOMDU MED ferdalag.is visireykjanesbaer.is



Reykjanesbær
-kíktu í heimsókn-

Skessan í hellinum

Allir krakkar vilja kúga á Skessuna sem er alltaf teppandi og grumpanði ef við þökkjum hana rétt. Hún tekur fagnandi á móti yngstu börnum sem ekki eru hættir að nota síná gata kenndi með smúðin sín, hengt þau á tré inni í hellinum og skríð þau eftir.

KOMDU MED ferdalag.is visireykjanesbaer.is

Keypt umfjöllun

Upp úr miðjum júlí keyptum við umfjöllun af Fréttablaðinu um Reykjanesbæ. Við í Súlnni verkefnastofu vorum búin að ræða það áður að nota þekktu einstaklinga frá Reykjanesbæ sem gætu verið talsmenn bæjarins.

Við fengum Brynjar Leifsson gítarleikari hljómsveitarinnar Of Monster and Men til að vera á forsíðunni. Hann er uppallinn í Reykjanesbæ, nánar tiltekið í Keflavík. Þar kemur fram að Bítlabærinn og hið lífflega tónlistarlíf í bænum hafði mikil áhrif á hann sem barn sem síðar vakti upp tónlistaráhuga hans. Hann talar vel um bæinn sinn og það hafi verið frábært að alast upp í Reykjanesbæ þar sem bæjarstemningin hefði verið góð, stutt í alla þjónustu.

Það var viðtal við Már Gunnarsson íþróttatónlistarmann sem var þakklátur fyrir því hversu fólk tók vel á móti honum þegar hann flutti til Reykjanesbæjar fyrir 8 árum. Hann talar um að nálægðin við höfuðborgina og flugvöllinn sé mikill kostur. Það er því auðvelt fyrir fólk að kíkja í heimsókn fara söfnin, matsölustaði og að sjálfsögðu í sund. Hann talar einnig um fjallgöngur, Þorbjörn, Keili, Gunnhver, jarðhitasvæðið við Krýsuvík, brúnna á milli heimsálfa og Garðskagavita.

Fida Abu Libdeh framkvæmdastjóri GeoSillica talaði um ferð um Reykjanesið, einna helst Gunnhver sem tengist vörunum hennar. Hún mundi bjóða sínum gestum á Soho veitingastaðinn þar sem hollur og góður matur er á boðstolnum, en einnig fyrir það gríðarlega fallega útsýni sem staðurinn hefur yfir sjóinn og bjargið í Keflavík.

Rannveig Lilja Garðarsdóttir leiðsögumaður mundi bjóða sínum gestum á kaffihús. Síðan væri í gönguferð eftir 10 km löngum göngustígnum sem liggur með ströndinni á milli innri Njarðvíkur og Keflavíkur góð hugmynd. Þar má finna upplýsingaskilti með reglulegu millibili þar sem lesa má um nánasta umhverfið. Það má stoppa á Víkingaheimum og á Fitjum þar sem hægt er að njóta fallegrar náttúru, gefa öndunum og skoða fuglalífið. Ganga um gamla bæinn, skoða vegglistaverk, upplifa Skessuhelli og staldra við í Duushúsum. Hún mælir svo með að borða á einhverju af fjölmörgum veitingastöðum bæjarins.

Þessi kynning í Fréttablaðinu var vel heppnuð og dregin var fram allt sem við höfðum verið að auglýsa í markaðsherferðinni ásamt fjölmörgu öðru sem ferðaþyrstir Íslendingar hafa hugsanlega gaman af þegar þeir kíkja í heimsókn í Reykjanesbæ.


Hringbraut

Hringbraut fór af fara af stað með nýja þáttaröð í lok maí sem kallaðist „Bærinn minn.“ Þar fór Sigmundur Ernir hringinn í kringum Ísland og heimsótti bæjarfélög til að sýna hvað þau hafa upp á að bjóða fyrir ferðalangana

Meginmarkmið þáttana var að hvetja fólk til að ferðast innanlands og styrkja stöðu bæjarfélaga víðs vegar um landið. Við fórum í samstarf við þau og þátturinn var sýndur um miðjan júní. Það var almennt mikil ánægja með þennan þátt og þáttaröðin sjálf fékk gott áhorf hjá markhópnum 45 og eldri.



Reykjanesbær
- kiktu í heimsókn



Brú milli heimsálfa

Einastakur staður á heimsvísu. Það er frábær upplifun að standa á plötuskilum Evrópu og Ameríku og ganga svo á milli heimsálfa. Þú verður að láta taka af þér mynd.

KOMDU GÆÐ ferdalag.is visitreykjanesbaer.is

Reykjanesbær
- kiktu í heimsókn



Duus Safnahús

Duus Safnahús við smábátahöfnina í Reykjanesbæ eru alltaf að opna nýjar og spennandi sýningar. Kiktu við og skoðaðu þig um. Það er ókeypis aðgangur í allt sumar.

KOMDU GÆÐ ferdalag.is visitreykjanesbaer.is

Reykjanesbær
- kiktu í heimsókn



Skessan í hellinum

Allir krakkar vilja kíkja á Skessuna sem er alltaf ropandi og prumpandi ef við þekkjum hana rétt. Hún tekur fagnandi á móti yngstu börnum sem ekki eru hætt að nota snúð. Þau geta komið með snúðin sín, hengt þau á tré inni í hellinum og skilið þau eftir.

KOMDU GÆÐ ferdalag.is visitreykjanesbaer.is

Reykjanesbær
- kiktu í heimsókn



Vatnaveröld

Það er nauðsynlegt að kíkja í sund þegar þú heimsækir Reykjanesbæ. Innlaugin er sannkölluð vatnparadís fyrir börnin og mikið um að vera. Flott útilaug, innlaug, heitir pottar, vatnsrennibrautir og gufubað.

KOMDU GÆÐ ferdalag.is visitreykjanesbaer.is

Birtingar í fjölmiðlum og vefnum

Birtingar voru í júní, júlí og byrjun ágúst. Tíðnin var þéttust í júlí þar sem flestir voru að ferðast og var þá lögð rík áhersla á vera í útvarpinu. Áhersla var lögð á birtingar í sjónvarpinu, vefnum og útvarpinu. Framleiðslukostnaður var rétt um 22% af heildarupphæðinni sem fór í þessa markaðsherferð. Þetta er tiltölulega lágt hlutfall og gaf okkur aukið svigrúm til að birta meira.

Prentmiðlar			
Fréttablaðið	180.000 kr	5%	5% prentmiðlar
Vefmiðlar			
visir.is	350.000 kr.	9%	17% vefmiðlar
SKYN miðlar	150.000 kr.	4%	
Facebook / Instagram	150.000 kr.	4%	
Sjónvarp:			
RÚV sjónvarp	930.000 kr.	24%	61% sjónvarp
Hringbraut (Bærinn minn)	1.000.000 kr.	26%	
Sjónvarp Símans	440.000 kr.	11%	
Útvarp:			
RÚV útvarp	400.000 kr.	10%	16% útvarp
Bylgjan útvarp	250.000 kr.	6%	
Samtals:	3.850.000 kr.	100%	100%

Framleiðsla

Til að nýta fjármagnið betur var ákveðið að öll hugmyndavinna og grafísk hönnun færi fram innan Súlnnar. Framleiðsla á sjónvarpsauglýsingu, ljósmyndatökur og talsetning voru liðir sem nauðsynlegt var að nota aðkeypta vinnu.

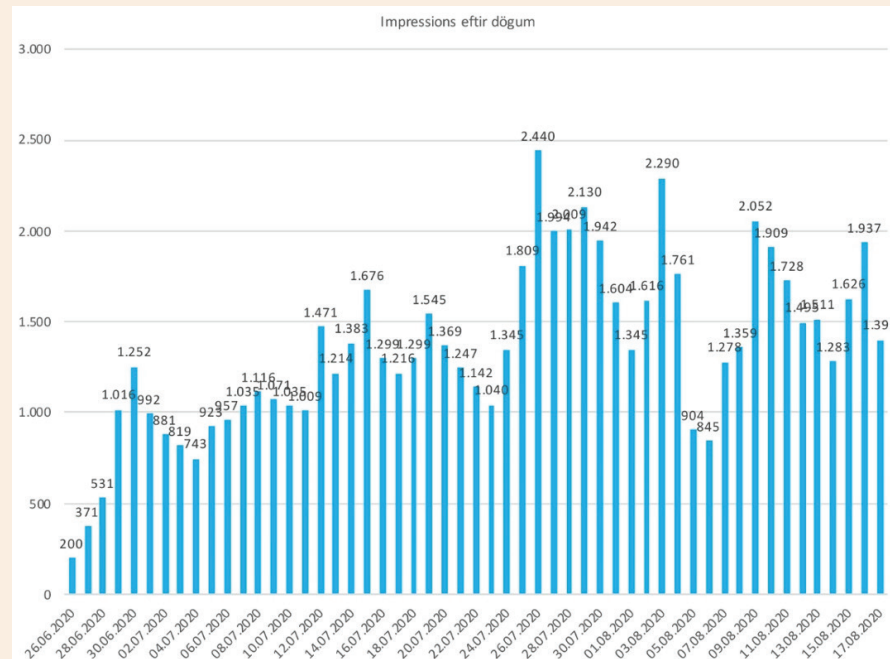
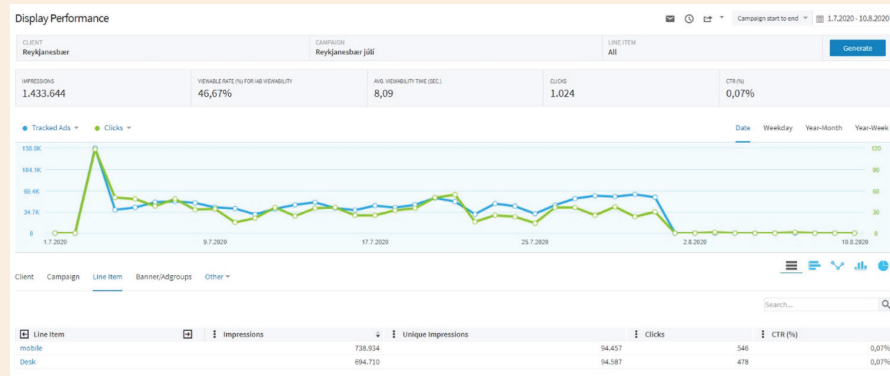
Vídeó auglýsingar	570.000 kr.
Ljósmyndari	220.000 kr.
Talsetning	380.000 kr.
Samtals:	1.170.000 kr.

Heildarkostnaður

Samtals:	5.020.000 kr
-----------------	---------------------

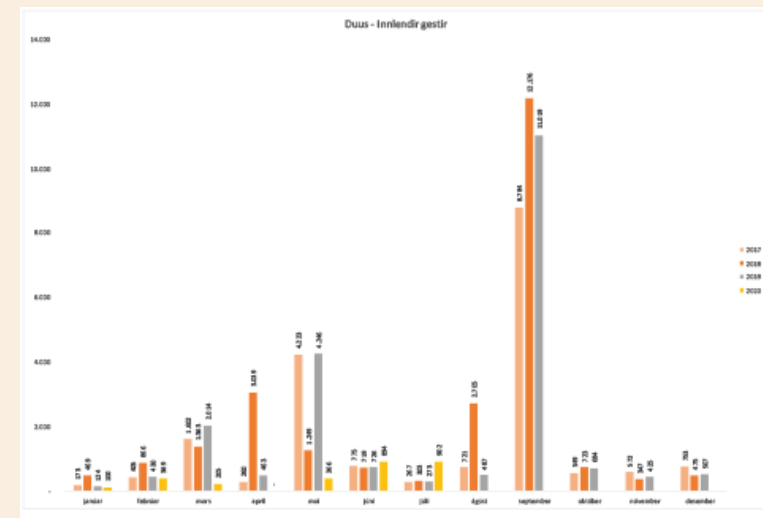
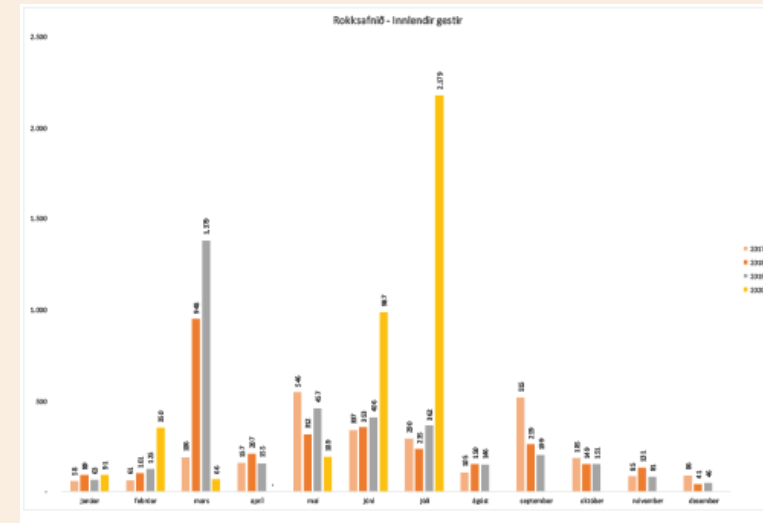
Birtingar

Við birtum auglýsingar í mörgum fjölmiðlum m.a. RÚV, Sjónvarp Símans, Hringbraut, Rás 2, Bylgjan, visir.is og Fréttablaðið. Einnig birtum við gegnum auglýsingakerfið Ske sem er samstarfsaðili 15 íslenskra fjölmiðla eins og Nútíminn.is, Kjarninn.is, Mannlíf.is og fl. Dæmi um umsýslu á birtingum má sjá hér fyrir. Þetta eru tæpar, 1,5 milljónir birtinga og yfir 1.000 aðilar smelltu á auglýsingarnar á visir.is



Mælanlegur árangur

Það er mitt mat að árangurinn af þessari stuttu markaðsherferð sumarið 2020 hafi verið mjög góður. Heimsóknir á heimasíður og söfnin sýna það greinilega. Þessar tölur eru áberandi í Rokksafninu sem var með rúmlega 500% aukningu í júlí miðað við sama tíma í fyrra. Einnig var rúmlega 230% aukning í Duus húsum í júlí, miðað við sama tíma í fyrra.



Innri ímynd - rannsókn

Íbúar á hverjum stað spegla sjálfsmynd bæjarfélagsins líkt og venjuleg fyrirtæki og starfsmenn þess gera. Íbúar hafa skoðanir á því hvernig bærinn sem vörumerki er og er því nauðsynlegt að horfa til þess þegar markaðssetja á staðinn. Markaðssetning bæjar eða borgar sem er í engum tengslum við skoðanir og viðhorf íbúa er ekki vænleg til árangurs. Markaðssetningin ætti að vera samþykkt af íbúum bæjarins til þess að hún verði trúverðug út á við. Af þessu ástæðum var sett af stað rannsókn sem hefur það að markmiði að kanna innri ímynd Reykjanesbæjar.

Lítið hefur verið fjallað, skrifað eða rannsakað viðhorf og ímynd bæjarbúa sjálfrá til Reykjanesbæjar. Að mati höfundar er löngu tímabært að skoða innri ímynd Reykjanesbæjar, fara í upplýsingaöflun um viðhorf bæjarbúa sjálfrá til bæjarfélagsins.

Í lok desember var lögð fyrir könnun sem inniheldur 30 spurningar sem safna upplýsingum um viðhorf bæjarbúa til Reykjanesbæjar. Yfir þúsund íbúar hafa svarað könnunni og verður unnið úr gögnum í febrúar og mars. Niðurstöður verða svo kynntar í lok mars eða byrjun apríl.

Fyrirliggjandi gögn um innri ímynd Reykjanesbæjar eru af mjög skornum skammti. Þær upplýsingar sem hægt er að nýta og hafa til hliðsjónar eru þjónustukannanir sem hafa verið framkvæmdar í nokkur ár. Þær skoða ánægju með búsetu, þjónustu sveitarfélagsins, íþróttaiðkunar, gæði umhverfis, skipulagsmál o.s.frv. Þær lýsa hins vegar ekki nógu vel hvernig ímynd bæjarbúar

hafa af Reykjanesbæ og sjálfum sér, það þarf að rannsaka betur og verður verkefni næstu mánaða.

Rannsóknin er einnig liður í stærra verkefni sem er að framkvæma heildstæða markaðsstefnumótun og aðgerðaráætlun fyrir Reykjanesbæ á næsta ári, en verkefnastjóri markaðsmála mun leiða það verkefni sem ráðgert er að ljúka haustið 2021.

Leiðarljós

Tilgangurinn með markaðs- og kynningarátaki fyrir Reykjanesbæ er að stuðla að jákvæðri þróun sveitarfélagsins með því að virkja hagsmunaaðila í það sameiginlega verkefni að styrkja ímynd og orðspor sveitarfélagsins á þann hátt að það laði að gesti, íbúa, fyrirtæki og fjárfesta og bæta um leið almenn lífsgæði allra íbúa.

Það er hins vegar öllum ljóst að breyting eða efling ímyndar á Reykjanesbæ verður ekki gerð á stuttum tíma heldur er þetta langhlaup sem kostar tíma, fjármagn, skuldbindingu, úthald, einbeitingu og vilja svo að vel takist til. Það er mikilvægt að hafa skýra framtíðarsýn og í þessu samhengi væri gott að hugsa sér hvernig bær ætti Reykjanesbær að vera eftir 10 ár og stefna þannig leynt og ljóst til að ná því markmiði.



REYKJANESBÆR
Í KRAFTI FJÖLBREYTIKANS

STÓRI PLOKKDAGURINN
LAUGARDAGINN 25. APRÍL



KOMDU ÚT AÐ PLOKKA



Stóri plokkgurinn er á laugardaginn 25. apríl. Það er viðeigandi að hann sé á degi umhverfisins en að þessu sinni verður plokkað til stuðnings heilbrigðisstarfsfólki. Reykjanesbær hvetur alla bæjarbúa til að taka þátt í þessu skemmtilega átaki.

Fegrum umhverfið okkar

Að plokka fegrar bæjarfélagið okkar og náttúru en víða er mikið af plasti og öðru rusli eftir mjög stormasaman vetur. Núna er einnig rétta tækifærið til að sópa og hreinsa sitt nærumhverfi og gera fallega bæinn okkar snyrtilegri fyrir sumarið.

Plokkar landsins vilja núna beina plokktöngum sínum að heilbrigðisstofnunum landsins eins og sjúkrahúsum, heilsugæslustöðvum og dvalar- og hjúkrunarheimilum - til sýna þakklæti sitt í verki.

Nokkir góð plokkráð

- Klæða sig eftir veðri (spáin er góð)
- Velja góða skó sem hæfa aðstæðum
- Hanska sem hæfa aðstæðum
- Finna sér „plokku“ eða tínu
- Finna sér poka, helst glæra
- Velja svæði og fara af stað
- Vista sorpið á viðeigandi stofnun
- Deilum myndum á samfélagsmiðlum
- Virða tveggja metra regluna
- Láta sér líða vel í hjartanu

Vertu með og komdu út að plokka!

Merkið allar myndir [#rngplokka](#)



HEIMSMARKMIÐIN
Meiri Sameinuðu þjóðirna
en skilfara þjórn



Við leggjum áherslu á umhverfismál

Reykjanesbær leggur áherslu á að nýta kraft fjölbreytilekans til að auka lífsgæði og vellíðan íbúa, ásamt því að byggja upp vistvænt og aðlaðandi samfélag. Markvisst er unnið í átt að sjálfbærni fyrir komandi kynslóðir og stefnu í umhverfismálum sem er tengd Heimsmarkmiðum Sameinuðu þjóðanna.



Nánari upplýsingar um viðburðinn má finna á [Facebook](#) og [reykjanesbaer.is](#)



REYKJANESBÆR
Í KRAFTI FJÖLBREYTILEIKANS

Árskýrsla verkefnastjóra markaðsmála 2020
©Súlan Verkefnastofa 2020
Duus götu 5, 230 Reykjavík