



Havnealliansen
www.havnealliansen.no



Horten Havnevesen KF Moss Havn KF Borg Havn IKS



Markedsføringsplan for 2012

MARKEDSFØRINGSSTRATEGI

Skape en bevisstgjøring rundt havnesamarbeidet i Oslofjorden samt en enhetlig opptreden utad.

- Identitetsbygging
- Visuell gjenkjenning
- Synliggjøre de små suksesser (SSS)
- Involvering
- Forankring
- Nettverksbygging

MÅL

Holdningsmål

De fleste i by og omegn har et forhold til havn. Enkelte har en positiv holdning til havn og havnevirksomhet, mens andre har en negativ holdning. Dog har nok de fleste personer ikke noen klar oppfatning av havna da de ikke har noen befatning med den i hverdagen. Det er et viktig holdningsmål å skape positiv omdømme rundt havnene og deres viktige rolle i logistikkjeden. Målgruppen vil her være de som ikke har et bevisst forhold samt de som er negativt innstilt av en eller flere grunner.

Vi må få en bevisst holdning til å markedsføre havnene som:

- tar vare på, utvikler og forsterker de kvalitetene vi har
- arbeider målbevisst for en bærekraftig utvikling
- arbeider for å opprettholde kostnadseffektiv transport- og logistikk-løsninger for næringslivet
- arbeider kontinuerlig for mer miljøvennlig transport

Overordnede mål

Havnene må markedsføres med bakgrunn i:

- å ivareta lokale og regionale logistikkbehov
- å være et aktivt ledd i logistikkjeden
- å jobbe for kostnadseffektive havnetjenester
- å søke effektivt samarbeid med andre aktører for å utvikle sterkere organisatoriske organisasjoner
- å være foregangshavner i et mer miljøvennlig intermodalt knutepunkt

Delmål

- Arbeide bevisst for å gjøre havnene attraktive for næringslivet
- Videreutvikle våre nisjer og åpne for fremtidig utvikling

- **Havnene skal fremstå som attraktive med profesjonelle aktører**
- **Arbeide for større næringsetablering i nærområdet (flere arbeidsplasser)**
- **Bidra til å gjøre knutepunkt sjø-vei-bane-luft bedre**

Skape flere sikre og meningsfulle arbeidsplasser – et allsidig samt havnerelatert næringsliv.

Utnytte de talerør vi har, gjennom:

- **Kystverket**
- **KS Bedrift**
- **Politiske fora**

MÅLGRUPPER

Det er viktig at vi har en bevisst mening om hvilke målgrupper vi ønsker å henvende oss til.

Våre målgrupper er:

- **Kommunen og regionen**
 - **Næringsliv og andre organisasjoner**
 - **Havnens aktører**
 - **Kommunens/Regionens innbyggere**
 - **Skolebarn i alle aldre**
 - **Lag og foreninger**
 - **Andre interessenter**
- **Nasjonalt / Internasjonalt**
 - **Næringsliv / bedrifter**
 - **Nasjonale myndigheter**
 - **Studenter – universiteter – høyskoler**
- **Media**
 - **Internett**
 - **Havnenes hjemmesider**
 - **Aviser**
 - **Turistmagasiner**
 - **Ukepresse**
 - **Fagtidsskrifter**

TILTAK

Langsiktige tiltak

- Annonsering
 - Lage en fast mal for stillingsannonser
 - Utnytte støtteannonser til å profilere havnene
 - Profilering av samarbeidet i felles annonser i fagtidsskrifter
- Media
 - Aktiv og bevisst holdning til bruk av - og samspill med - media
 - Aktiv bruk av - og seriøs holdning til - havnenes hjemmesider
- Regionen
 - Aktiv deltakelse i lokale og regionale prosjekter og tiltak
 - Samarbeid med andre instanser (havner) når det gjelder tiltak som for eksempel etablering av nye havnerelaterte arbeidsplasser
 - Utnytte posisjonen i kommunen til det beste for de havnefaglige utfordringene

Tiltak i 2012:

Tiltak	Når
• Undersøke muligheten for markedsføring av Havnealliansen ved felles rollup gjennom KS Bedrift Havn på Transport- og logistikk 2012	1.kvartal 2012
• Delta på Transport- og logistikk 2012	Høsten 2012
• Utvikle nye websider for Borg Havn og Horten Havnevesen	Sommeren 2012
• Felles annonsering i brosjyre i regi av logistikkforeningen	Høsten 2012
• Ny Havnealliansen- banner i toppen på websidene til Borg og Horten	Våren 2012
• Lage nye og større pins med logoen for Havnealliansen	Våren 2012
• Felles infoavis	2 ganger i året.
• Undersøke muligheten til felles annonsering på Bastø Fosens ferger	1.kvartal 2012
• Legge inn bilder m/informasjon av alle ansatte i alliansen på Havnealliansens websider	2. kvartal 2012
• Knutepunkt: Felles logo samt felles julehilsen	



Markedsføringsgruppa, fra venstre: Wenche Andersen, Lisbeth Häberle, Ellen Hassum og Merete Gundersen.