

Planlegging og gjennomføring av kommunikasjonsstrategi

Berit Solli
24. januar 2018



Kile Stockholm Arkitekter AS

Berit Solli

- Kommunikasjonsrådgiver i Arkitektbedriftene siden 2013
- Hovedfag historie og BI-master i PR-ledelse
- Journalist i syv år, eks Aftenposten
- Posten, legemiddelindustrien, Oslo Business region og PEAB
- Best gjennomføring med struktur og plan!



ASPLAN VIAK AS, KRISTIANSAND: Aquarama - Bad

Strategisk forankring

- Hva skal du si til hvem, hvor, hvordan og hvorfor?

– Arkitektbedriftene har tre strategiske ben:

- Fremtidens arkitektmarked
- Fremtidens arkitektbedrift
- Arkitektur skaper verdi



- Hva er ditt kontors strategi? Er det mer enn å vinne neste prosjekt ved å vise frem det forrige? Hvor stor er du når du må spisse kontoret?
- Enten være liten eller stor? Unngå mellomstørrelsen?

Budskap

- **Hva skal du si** til hvem, hvor, hvordan og hvorfor?
- Hva er virksomheten *unik* på?
- Hva er virksomheten *best* på?

Bilder!

For Arkitektbedriftene:

- Vi har og kan produsere kunnskap om hele arkitektmarkedet
- Vi har mandat til å bidra til å øke arkitektbedriftenes profesjonalitet (kontrakter, standarder, kvalitetssikring, forsikring, lønns- og arbeidsforhold, ...)
- Vi løfter frem arkitektens verdi og samfunnsbetydning



Schjelderup Trondahl Arkitekter AS: Enebolig Off/Ramberg - Holmestrand

Ha et mål

- Hva skal du si til hvem, hvor, hvordan og **hvorfor**?
- Hva skal du ha fra dine målgrupper?
 - Kjennskap
 - Kjøp
 - Enighet
 - Begynne å jobbe hos deg

For Arkitektbedriftene, vi skal styrke:

- arkitektbransjens kvalitet, kompetanse og profesjonalitet
- arkitektbransjens posisjon i utviklingen av byggenæringen
- samfunnets forståelse av arkitektens verdi



Målgrupper

- Hva skal du si **til hvem**, hvor, hvordan og hvorfor?
- Hvem er målgruppen din?
 - Hva er de opptatt av? Er de sterke? Pos / neg?
Hvordan kan du få dem på din side?
 - Tilbakevendende målgruppe
 - Prosjektbasert
- For Arkitektbedriftene
 - Kontorlederne for 600 medlemskontor
 - 4800 ansatte i medlemskontorene
 - Myndigheter – politisk og byråkratisk – KMD, DiBK,
 - Andre foreninger, eks Afag, NAL, DogA, BNL, RIF, osv



Dyrø og Moen AS: Nye boliger i Sandakerveien

Kanalvalg

- Hva skal du si til hvem, **hvor**, hvordan og hvorfor?
- Hvor er målgruppen din?
 - nettsiden din, mail, telefon, sosiale medier, forelesninger, en-til-en-møter, store møter, presse, papirpublikasjoner, bokhandelen,

For Arkitektbedriftene

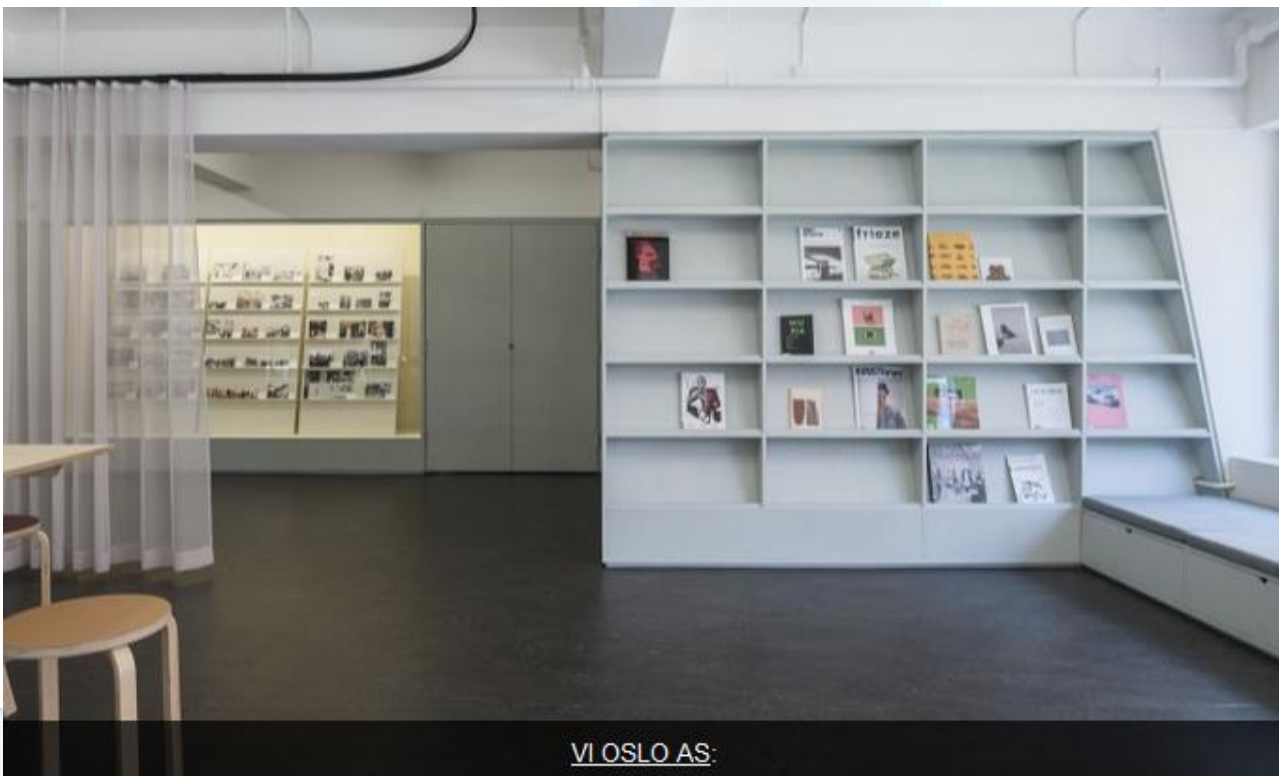
- Alle typer kanaler til medlemmene, eks nyhetsbrev
- Kulturhuset!
- Medlemsmøter lokalt, ledermøter, temamøter
- Presse
- Møter med politikere og byråkrater
- Deltagelse i komitéer osv



Årstidene Arkitekter AS: Sørestranda skule, Sykkylven kommune

Skape en struktur – et årshjul

- Hva skal du si til hvem, hvor, **hvordan** og hvorfor?
 - Finn noen faste måter å skape og formidle budskap
 - Gjentakelse, ritualer, bevisst fornyelse
 - Relasjoner må bygges før du trenger dem



Simple living

- Ha et grunnsyn som ligger til grunn,
 - og et gangsyn som gjelder fra gang til gang
- Lettere å gjøre ting i tillegg når en struktur ruller og går
- Lettere å være spontan når du har orden
- Lettere å gripe sjanser til samarbeid når du har en egen dagsorden



Spør Arkitekter AS: Gjøannes gård, ill v/ Knut Ramstad

Arkitektbedriftenes årshjul for kommunikasjon

- Januar: Gripe sjanser til events om digitalisering og presse
- Februar: Lønnsstatistikk. Halvårlig konjunkturrapport, frokostmøte 8. feb
- Våren: Kurs. Medlemsmøter rundt i landet.
- Mai/juni: Årlig fra Prognosesenteret, årsmøtekonferanse
- August: Arendalsuka. Pøselag. Boligkvalitetgruppe.
- September: Halvårlig konjunkturrapport med frokostmøte.
- Oktober: Bransjestatistikk fra Brønnøysund. Vestlandske byggedager.
- Høsten: Kurs. Medlemsmøter rundt i landet.
- November: Møte med kommunikasjonsinteresserte i arkitektbransjen

Hvis dere hadde hatt tid-forslag

Årlig:

- Invitér samarbeidspartnere til faglig og sosial sammenkomst
- Invitér dere selv til teknisk komité, skolestyret osv i kommunen
- Invitér dere selv til den lokale næringsforeningen – gjerne med flere kontor
- Fortell om den lokale arkitektbransjens verdiskaping

Hver gang dere får oppdrag / ansetter:

- Fortell lokalpressen – bilder!!

