



# VERKSAMHETSPLAN 2017

## Vision

Åtvidaberg har ett dynamiskt näringsliv med lönsamma företag, stora som små, inom de flesta branscher. Det lokala näringslivet består av företag som vågar vilja växa och känner stolthet. Via samverkan och god kommunikation mellan företagen, kommunen samt NC stimuleras Åtvidabergs näringsliv att utvecklas med stor framåtanda.

## Affärsidé

För att bidra till att uppnå visionen ska NC genomföra aktiviteter, teckna samarbetsavtal och förmedla resurser som underlättar för företagen att växa och vara lönsamma. Genom många och täta kontakter med medlemmarna ska NC fånga upp viktiga utvecklingsområden för företagandet. NC ska tillsammans med näringsliv, kommun och externa aktörer engagera sig i ett strategiskt utvecklingsarbete för orten.

## Uppdraget och grundläggande värderingar

NCs verksamhet vilar på två ben - direkt medlemsnytta och generell näringslivsutveckling.

### *Direkt medlemsnytta*

NC ska alltid ha som yttersta uppdrag att leverera sådant medlemmarna uppfattar som nyttigheter och därmed stimulera och inspirera till ökad tillväxt och bättre lönsamhet. NC ska vara den naturliga intresseparten för medlemmarna.

Vidare ska NC alltid vara god ambassadör för sina medlemmar och i alla sammanhang lyfta fram dem. Samarbetet med medlemmarna ska präglas av tillit och utvecklingstänkande.

### *Näringslivsutveckling*

NC ska vara lyhörda för utvecklingsmöjligheter i näringslivet och vara den naturliga bryggan mellan näringsliv och kommun. NC ska verka för ett gott samarbetsklimat med Åtvidabergs kommun och förmedla vikten av ett blomstrande näringsliv.

Arbetet med näringslivet ska präglas av nytänkande och framåtanda där Åtvidaberg ska vara ett föredöme för andra kommuner.

## Verksamhet

### *Verksamhetsområden*

Näringslivsutveckling	Medlemsnytta
(Marknadskarta)	
Marknadskarta Nyföretagande Rekrytering av företag till orten Kontaktyta mellan företag och kommun Kontaktyta mellan företag och skola	Nätverk och mötesplatser Företagsutveckling Resursförmedling Informationsnav Utbildning
Kommunikation	

## Verksamhetsplan 2017

<b>Näringslivsutveckling</b>
<p><i>Marknadskarta</i></p> <p>Den framtagna marknadskartan som ger en faktabaserad bild av näringslivet i Åtvidaberg uppdateras fortlöpande. Fakta inkluderar företagens demografi och huvudintressenter men även info avseende framtidsplaner, möjligheter/hinder samt unika kompetenser. Syftet med marknadskartan är bl a att bidra till utveckling genom att i rätt sammanhang identifiera synergi- och affärsmöjligheter för befintliga företag men även affärsutrymme för nya företag.</p>
<p><i>Nyföretagande</i></p> <p>NC ska ta fram ett program för att inspirera, lokalisera och möjliggöra nyföretagande. Programmet ska bygga på en trattprincip med start i öppna aktiviteter som inkluderar breda grupper som exempelvis förvärvsarbetande, studenter, invandrare och arbetsökande samtidigt som det inspirerar kvinnligt företagande. Samarbetsavtalet med Nyföretagarcentrum anpassas för de behov som finns i Åtvidaberg.</p>
<p><i>Rekrytering av företag till orten</i></p> <p>Med NC som processledare startas ett trestegsprogram;</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. I samarbete med Åtvidabergs kommun ansvarar NC för att ett etableringserbjudande paketeras, dvs ett produktblad för företagande i kommunen.</li><li>2. Med utgångspunkt från marknadskartan och ett urval företagsprofiler prioriteras om möjligt verksamheter där behov finns.</li><li>3. Selektion och bearbetning av potentiella företag och företagare.</li></ol>
<p><i>Kontaktyta mellan företag och kommun</i></p> <p>NC är ömsesidig kanal mellan företag och kommun och alltid företagets representant. För att underlätta och skapa rätt förväntningar tydliggörs forum och processer i samverkan med kommunen och Näringslivsberedningen.</p>
<p><i>Kontaktyta mellan företag och skola (ungdomar)</i></p> <p>NC är ömsesidig kanal mellan företag och skola och alltid företagets representant. Med ambitionen att svara upp mot resursbehov och minimera ungdomsarbetslöshet ägnas fokus åt två områden;</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• i dialog med AF skapa ett format för praktik där matchning av företagets behov och ungdomars förmågor samt inriktning ger fördelar på relativt kort sikt.</li><li>• Kartlägga behovet av praktikplatser från alla aktörer (skola, AME, Af mfl)</li></ul>

## Medlemsnytta

### *Nätverk och mötesplatser*

Erfarenheten visar både att det finns ett behov av mötesplatser och vad som fungerar. För att tillgodose olika behov av nätverkande organiserar NC ett antal aktiviteter;

- frukostmöten för större kunskap om relevanta kollegors verksamhet
- luncher för direktkontakt med kommunens politiker och tjänstemän
- Entreprenördagen.
- årsmöte genomförs enligt stadgar som beslutande forum

Samtliga aktiviteter tidsätts och kommuniceras halvårsvis med god framförhållning.

### *Företagsutveckling*

En basverksamhet för NC är direktkontakt och diskussioner med medlemmar. För att höja verkningsgraden från dessa möten och öka kunskapen om företagets status och framtidsplaner skapar NC en agenda med centrala punkter (ex SWOT). Syftet är att utmana, motivera och stärka företagen i sin utveckling och samtidigt fånga upp såväl möjligheter som hinder och problem.

Arbetsmodellen bidrar till att Marknadskartan blir relevant och användbar samtidigt som den ökar NC's möjligheter att skapa samverkan i "uppgiftsgrupper" med rätt kompetens och fokus.

### *Resursförmedling*

NC ska inte huvudsakligen själva ge råd eller arbeta praktiskt med medlemsföretag. Däremot ska NC aktivt hjälpa till att finna rätt kontakter och nätverk när behov uppstår av exempelvis;

- samarbeten med andra företag
- lokal och regional kompetens inom relevanta områden
- lokaler
- finansiering

NC säkerställer att goda kontakter finns med banker, revisorer, Almi och övriga främjarsystemet, Linköpings universitet, regionala aktörer m fl.

### *Informationsnav*

NC bör fungera som kanal och källa för medlemmarna att snabbt skaffa information i syfte att utveckla sin verksamhet.

Via avtal med Bisnis säkerställs att NC har tillgång till uppdaterade företagsfakta om samtliga företag i Åtvidaberg. Informationen blir bla input till Marknadskartan och görs till delar tillgänglig för medlemmar.

### *Utbildning*

Erfarenhet visar att behovet av utbildning är högst individuell och att öppna utbildningar får lågt deltagande. NC ska via möten (med agenda) identifiera behov hos det enskilda företaget för att i nästa steg föreslå och anvisa en utbildningsinsats anpassad till krav och budget.

## Kommunikation

### *Intern kommunikation (NC > ftg)*

Hemsida - Stabil huvudkanal där man hittar information om NC och dess verksamhet.

- Fakta om verksamheten
- Aktiviteter
- Länkar och tips om regionala aktörer
- Kunskapsbank (seminarier youtube, länkar till intressanta artiklar osv)
- Medlemsförteckning
- Kontaktinformation
- Samarbetspartners
- Länk till kommunens hemsida

Facebook - Snabb kanal med fokus på att det händer saker hela tiden hos NC och hos våra medlemmar.

- Snabba inlägg med fokus på att det händer saker
- Inlägg och bilder om aktiviteter i samma stund som de pågår
- Uppmärksamma händelser och nyheter hos våra medlemmar
- Forum för erfarenhetsutbyte

Nyhetsbrev - Sammanfattar det som publiceras på hemsida och FB, påminnelse till medlemmarna om kommande aktiviteter och vad som händer.

#### *Extern kommunikation (ftg > NC > omvärlden)*

Press - Aktivt förse medier som exempelvis Corren med information om vad som händer i NCs verksamhet och hos dess medlemmar.

Marknadsföring - Via månatlig spalt i Åtvidabergsplatsen och vid övriga tillfällen som ges ska Åtvidaberg, dess näringsliv och NC's verksamhet marknadsföras. Ambitionen är att samtliga intressenter, inklusive icke medlemsföretag, har en korrekt bild av näringslivsklimat samt fördelarna med NC.

#### *Övrig kommunikation*

Medlemsenkät - Genomföra enkät med flera syften.

- Skapa bredare bild av medlemmarnas förväntningar på NC's verksamhet.
- Få grundläggande information om behov, status och planer.
- Kartläggning av företagens kompetensbehov.

Svenskt Näringslivs årliga ranking - Tillsammans med Åtvidabergs kommun ska NC analysera resultatet 2016 (och tidigare år) för att konkretisera;

- vilka slutsatser kan dras av ranking (totalt och delområden) samt ev förändring
- vilka områden kan påverkas
- om och i så fall hur åtgärder och mål ska kopplas till NC's verksamhet
- ev återkoppling till medlemmar i samband med entreprenörsdagen

Möten och företagsbesök (ftg > NC, ftg <> ftg) - Enligt ovan

## Övergripande mål

- Antal medlemmar – 100 st
- Antal medlemsbesök – 100 st
- Svenskt Näringslivsranking – topp 30%

## Aktivitetsplan 2017

	jan	feb	mar	april	maj	juni	juli	aug	sep	okt	nov	dec
Marknadskarta - löpande uppdatering	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Nyföretagande - program - genomförande	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Rekrytering av företag till orten - paketering o prioritering - bearbetning	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Företag och skola (ungdom) - kartläggning praktikbehov - modell framtida matchning	—	—	—									
Nätverk och mötesplatser - frukostmöten - luncher - ED - årsmöte NC		••••		••••	••••					••••	••••	••••
Företagsutveckling - företagsbesök	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Resursförmedling - genomförande	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Intern kommunikation - hemsida - Facebook - nyhetsbrev	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Extern kommunikation - press - marknadsföring	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Övrig kommunikation - medlemsenkät - disk Sv Näringsliv ranking		—	—	—						—	—	

Projekt            —————  
 Löpande arbete    — — — — —  
 Prel tidpunkt     •••••••