



Vilka faktorer ligger bakom en
framgångsrik organisation?





VARUMÄRKE

Organisationens varumärke



Platsens varumärke



Definition av varumärke

Omgivningens **uppfattning och förväntningar** på organisationen.

Fördelarna med ett starkt varumärke

Det skapar rätt förutsättningar för att nå de gemensamma målen

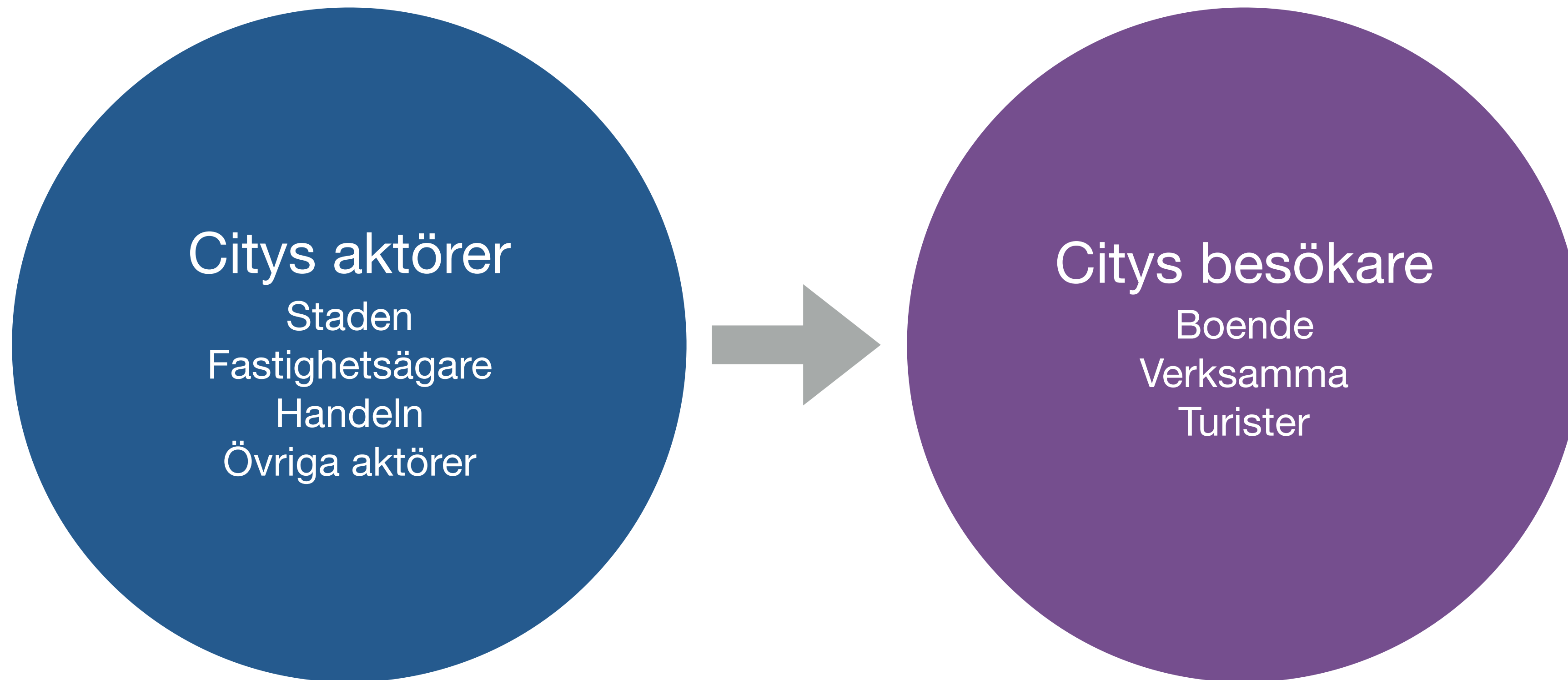
Innehåller en vision som motiverar och skapar engagemang hos medarbetare

City i Samverkans vision

Att genom samverkan skapa den
bästa upplevelsen av Stockholm City

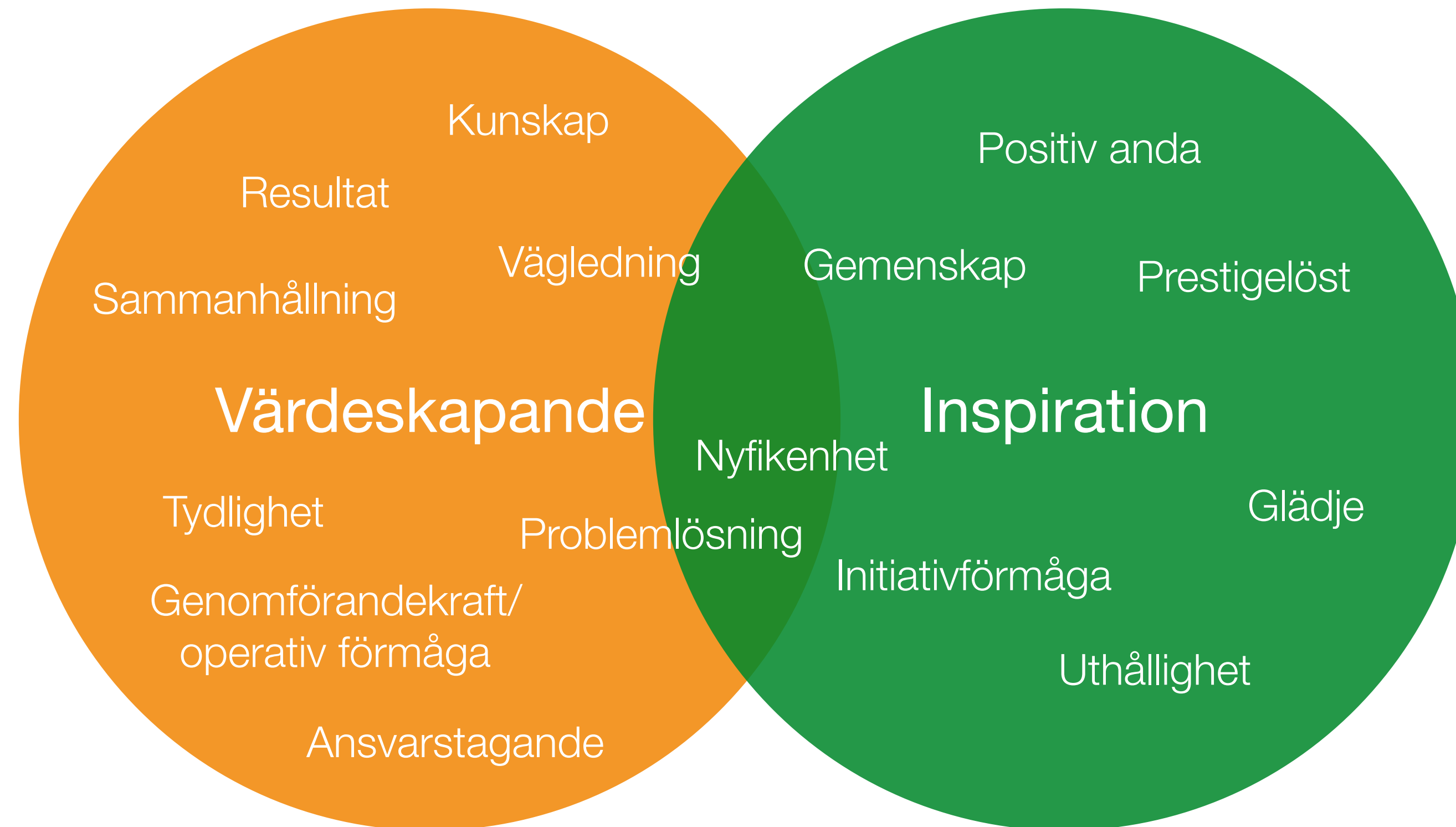


2 målgrupper



Position, image och kärnvärden

CiS värdegrund



Fördelarna med en varumärkesplattform

Det gör det lättare att vara kreativ

Det spar tid och effektiviserar

Det skapar trovärdighet

Det ger oss en strategisk inriktning för respektive projektområde (ex. seminarier, bildstrategi, logotyp)



Bildstrategi

Bildkategorier

Miljö

"Staden"

Byggnader

Platser och gator

Landmärken

Detaljer i stadsmiljön



Upplevelser och projekt

"Stadens innehåll"

Attraktioner (t ex
julbelysning)

Shopping/Umgänge

Cityliv



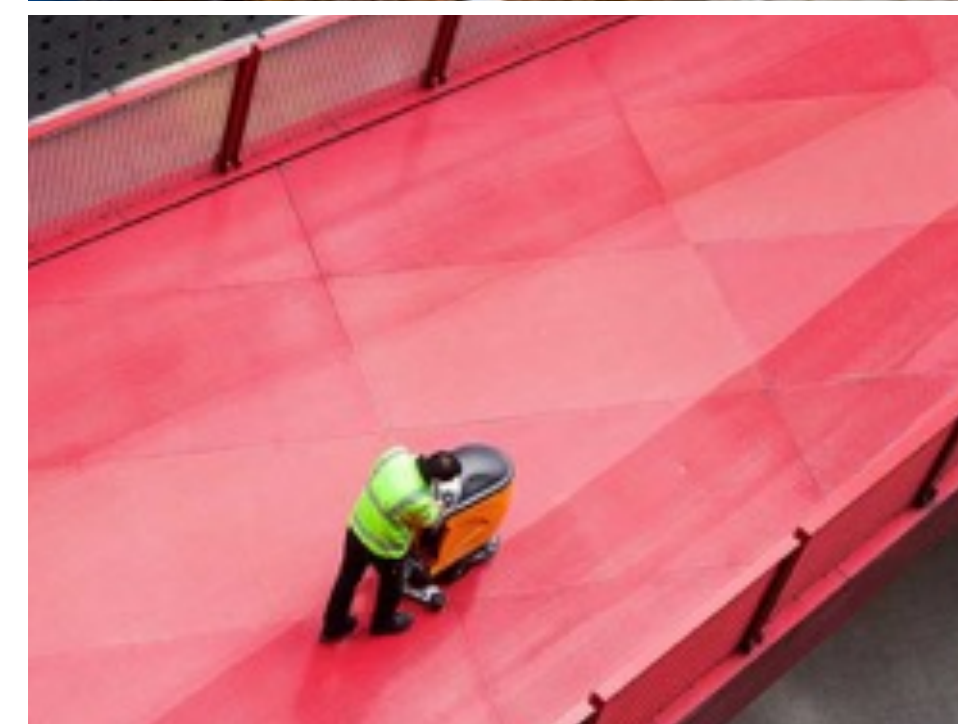
Verksamhet

Personal, cityvärdar,
medlemmar

Seminarier och möten

Kontoret

Samarbeten (t ex polis)



Miljö JA/NEJ



City i Samverkan®

Utvecklar Stockholm City

City i Samverkan

STOCKHOLM

Leader

"Let's Go!"

LEDARSKAP



Hur skapar man en motiverad och
engagerad organisation?

Skapa ett starkt team

Fixa inte allt själv utan se till att varje
persons förmåga tas till vara

Styr mot helheten

Styr **inte** över små processer

Det skapar engagemang, drivkraft och
initiativförmåga

Som en fågelflock där man är både ledare
och följare vid olika tillfällen





Beröm

**Beröm ej personalen.
De blir då kaxiga och
drar ner på tempot.**

Det är trevligt med fredagsmys och fika
men det är resultatet som ger arbetsglädje

4 delar som måste vara med

Tillhöra

Bidra

Prestera

Uppskattas

Utvecklas

Olika ledarskapsstilar

Mjukhet och pondus



Auktoritet



KULTUR



A black and white photograph of Peter Drucker, an older man with white hair, wearing glasses, a dark suit, a white shirt, and a dark tie. He is looking slightly to the left. A semi-transparent dark rectangular box is overlaid on the center of the image, containing white text.

“Culture eats strategy for breakfast”

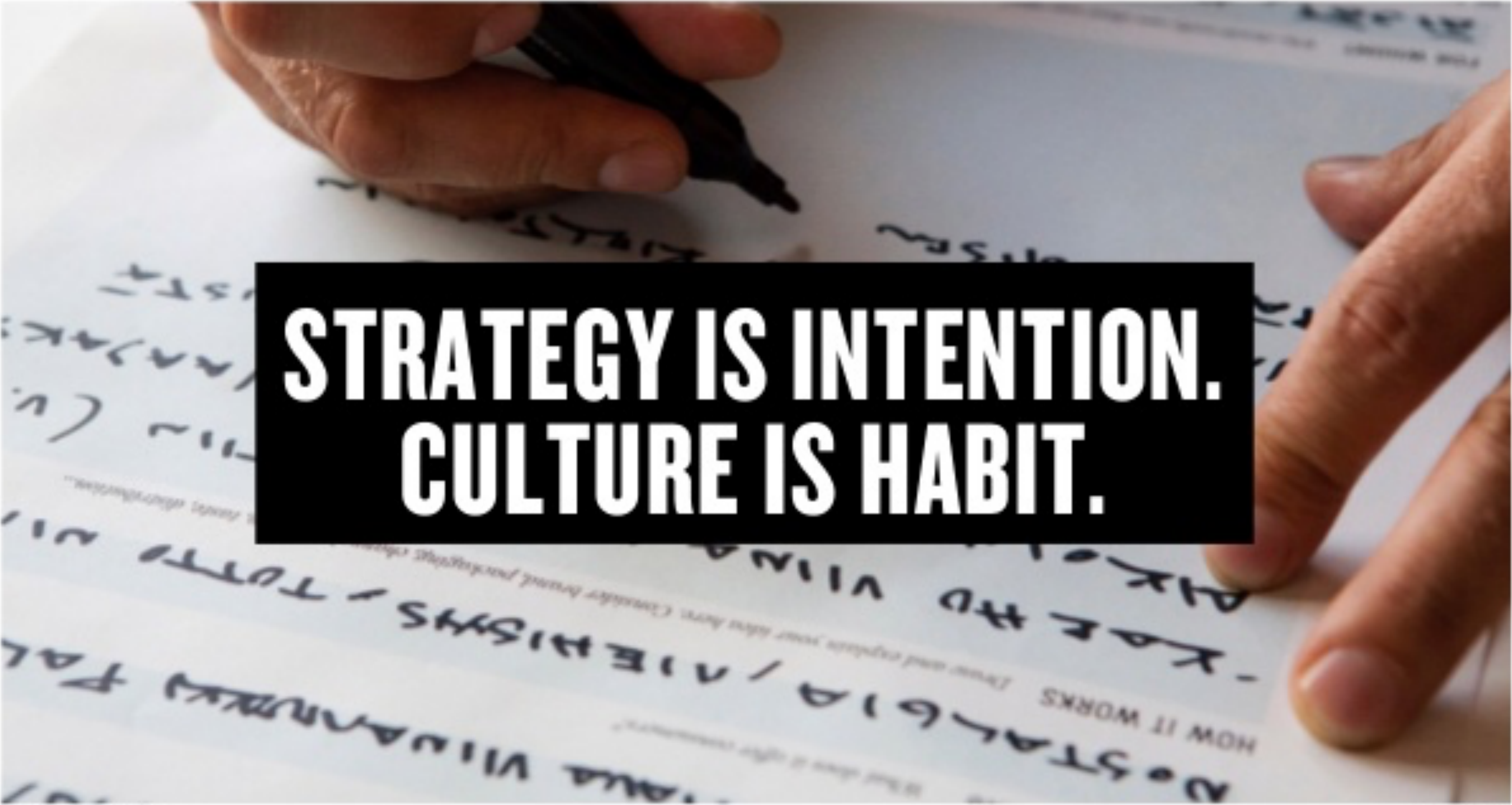
– Peter Drucker

Kulturen är starkare än strategin

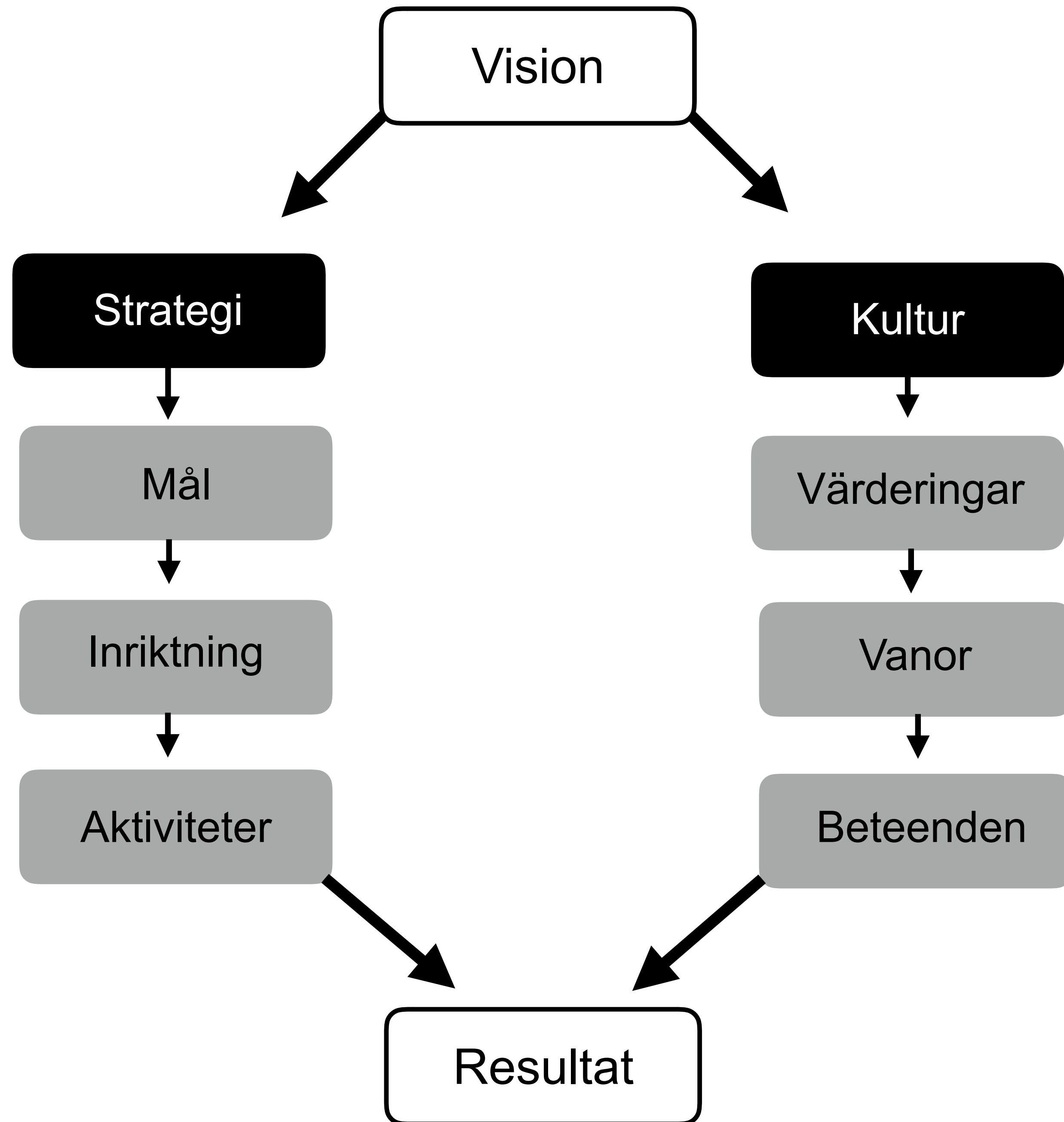
Strategiska värdeord är motiverande, men bara om det görs på rätt sätt

Lever man varumärket skapar det en kultur

Den omedvetna andan växer också fram organiskt

A close-up photograph of a hand holding a black marker, writing on a piece of paper. The paper has some handwritten text in a non-Latin script, possibly Thai. A black rectangular box with white text is overlaid on the center of the image. The text in the box reads: "STRATEGY IS INTENTION. CULTURE IS HABIT."

**STRATEGY IS INTENTION.
CULTURE IS HABIT.**



Intern policy

Skapar tydlighet för organisationens varumärke

Om man som organisation inte är
tillräckligt trygg i plattformen hamnar man
lätt i projektbaserad verksamhet

Hur kommunicerar man med:

Uppdragsgivare?

Handel?

Besökare?

A man in a high-visibility yellow jacket and blue cap is working with yellow daffodils in a planter. He is wearing a dark blue cap with the word 'verkan' on it. The jacket has reflective silver stripes and some text on the chest, including 'T MAN IGR' and 'INFORMATION'. He is also wearing dark gloves. In the background, another person in a similar high-visibility jacket is visible, and a dog is partially seen on the right. The scene is outdoors with a blurred background of buildings and a traffic light.

Hur överträffar man förväntningarna?







Hur lägger ni upp er organisations
varumärkesstrategi?

A woman with blonde hair, wearing a dark floral patterned top and dark trousers, is shaking hands with a man. The man has grey hair, wears glasses, and has a small microphone clipped to his ear. He is wearing a dark suit jacket over a white shirt. The woman is holding a small white card or brochure with a photo of food on it. They are both smiling. The background is slightly blurred, showing other people and a blue curtain.

Hur lägger ni upp er personliga
varumärkesstrategi?

A low-angle, upward-looking photograph of two tall buildings against a clear blue sky. The building on the left is a dark, textured structure, possibly made of stone or brick, with a series of horizontal lines or balconies. The building on the right is a lighter-colored, classical-style skyscraper with prominent vertical columns and a series of windows. The text "Tack för idag!" is centered in the middle of the image in a white, sans-serif font.

Tack för idag!