

Följebrev till SBA-avtal 2021-2025

Följande dokument syftar till att tydliggöra vilket arbete som ingår i områdena Nöjd-kund-index och Investeringsfrämjande arbete.

Nöjd-kund-index

En god nivå på service till företagen är en förutsättning för ett gott företagsklimat. Servicemätningen genomförs årligen, vilket är i linje med SKRs (Sveriges Kommuner och Regioner) ambitioner för mätningen Insikt.

Invest Stockholm ansvarar inom ramen för NKI-arbetet för:

- Att leda SBA:s NKI-råd
- Att det sker en utveckling och koordinering av NKI- och NAI-undersökningen (nöjd-anbudsgivare-index gällande upphandling) i samverkan med SKR
- Föredragningar och stöd till SBA-kommunerna gällande NKI-undersökningen
- Erfarenhetsutbyte inom myndighetsutövning
- Konferens inom Nöjd-kund-index

Det åligger medlemskommunerna att driva sitt eget utvecklingsarbete inom NKI. Kommuner ska analysera resultatet från servicemätningen, sätta upp realistiska mål och aktiviteter och genomföra dessa för att öka kundnöjdheten. Följande sju myndighetsområden mäts: brandtillsyn, miljötillsyn, bygglov, markupplåtelse och serveringstillstånd, livsmedelstillsyn och upphandling. Mätningen utvecklas och förbättras i samarbete med SKR och SBAs NKI-råd (ett antal kommuner som velat ta extra ansvar för metod och utveckling).

Investeringsfrämjande arbete

Strategin för partnerskapet är att fokuserat satsa på de branscher där Stockholmsregionen internationellt ligger i yttersta framkant.

Grunden i det investeringsfrämjande arbetet är att attrahera utländska företag till Stockholmsregionen. Det är dock viktigt att vara flexibel i arbetssätt utifrån behov och konjunktur. Utbrottet av Covid-19 och andra större händelser i världen och ekonomin kan leda till ett minskat intresse från utländska företag och därför kan arbetet inom SBA tillfälligt vridas om till att istället stötta befintliga lokala, utlandsägda företag. Syftet är att, tillsammans med kommunerna, stötta företagen för att de fortsatt ska kunna bedriva sin verksamhet. Invest Stockholm har också ett samarbete med andra aktörer t ex nationella Business Sweden som med sina verktyg kan hjälpa Invest Stockholm att stötta företagen i regionen.

Invest Stockholm ansvarar för det investeringsfrämjande arbetet med:

- att marknadsföra och paketera Stockholmsregionens styrkor mot målgrupperna utländska investerare, företag och talanger.
- att bearbeta olika utländska branscher/marknader med anpassat material för målgrupperna
- säljaktiviteter på utvalda mässor och event
- att ge råd och stöd till medlemskommuner kring hur man förbättrar sitt erbjudande till investerare
- att hålla seminarier och utbildningar för medlemskommuner inom området
- att agera facilitator och marknadsförare i kontakter med offentliga och privata organisationer
- att agera one-stop-shop gentemot investerare
- att hantera förfrågningar från investerare och förmedla information till medlemskommuner
- att sammanställa kommunernas enskilda erbjudanden till en samlad paketering till investeraren där vi lyfter gemensamma styrkor
- att vid större, komplexa etableringar (ex datacenters) samarbetar Invest Stockholm med flera aktörer för att processen ska blir smidig och enkel
- att ge strategiskt stöd till kommuner i syfte att de ska kunna svara upp mot investerarnas önskemål (ex ha en framförhållning i framtagande av detaljplanerad mark)
- att delta i mindre och större konferenser (svenska och utländska) och vid scenframträdanden marknadsföra regionens styrkor
- att stötta kommuner i Retention- och Expansionarbete – dvs arbeta med de befintliga utlandsägda bolagen i kommunerna och förebygga varsel och assistera dem i att växa

Marknadsföringen av regionen genomförs på flera sätt och är viktig. Det är en stor konkurrens regioner emellan i världen och de största närliggande konkurrenterna för vår region är Berlin, Paris, Köpenhamn och Amsterdam.

Invest Stockholm ansvarar för marknadsföring och kommunikation av regionen genom:

- marknadsföringskampanjer för att öka kännedomen om Stockholmsregionens styrkor och värderingar gentemot målgrupperna utländska investerare, företag och talanger
- att positionera Stockholm som en av de mest kreativa regionerna i världen
- leadsgenerering genom vår digitala kommunikation via investstockholm.com och även sociala medier (instagram, facebook, linkedin, twitter, youtube och WeChat)
- digital PR, nativeartiklar i samarbete med The Local och pressaktiviteter, t ex pressmeddelanden vid etableringar, lansering av rapporter och PR-aktiviteter för att framhäva Stockholmsregionens styrkor
- paketering av affärsmöjligheter, investeringspotential och framträdande sektorer i rapporter
- framtagande av strategiskt rätt material och underlag till internationella mässor och event
- att stötta kommunikatörer i SBAs medlemskommuner i deras internationella marknadsföring
- att arrangera en konferens per år för målgruppen kommunikatörer
- att förse SBA-medlemmar med relevant information genom SBAs nyhetsbrev sex ggr per år