

Örebro kommun

Rapport: Kartläggning av företagens informationsbehov 2009

Markör Marknad & Kommunikation AB

December 2009

Bakgrund

- Örebro kommuns näringslivskontor ger fyra gånger per år ut tidningen Goodwill. Målgruppen är företag som anmält intresse av tidningen. Övriga delar av kommunen kommunicerar löpande med företagen, både i rent informationssyfte men också som myndighetsutövare. Näringslivskontoret vill under 2010 ta ett helhetsgrepp och hitta effektiva kanaler och rätt innehåll för hela kommunens information till företagen.
- Markör Marknad och Kommunikation AB har på uppdrag av Örebro kommun mot ovanstående bakgrund genomfört en undersökning för att kartlägga företagens informationsbehov och huruvida man uppmärksammat Näringslivskontorets tidning Goodwill.
- En enkät togs för detta syfte fram i samråd med uppdragsgivaren, grunden till enkäten bygger dock på Markörs modell för kartläggning av informationsbehov.

Syfte

- Syftet med undersökningen var att...
 - kartlägga informationsbehovet bland Örebro kommuns företag.
 - mäta i vilken utsträckning Näringslivskontorets tidning Goodwill uppmärksammas och hur tidningen uppfattas av läsaren (betyg).

Metod och urval

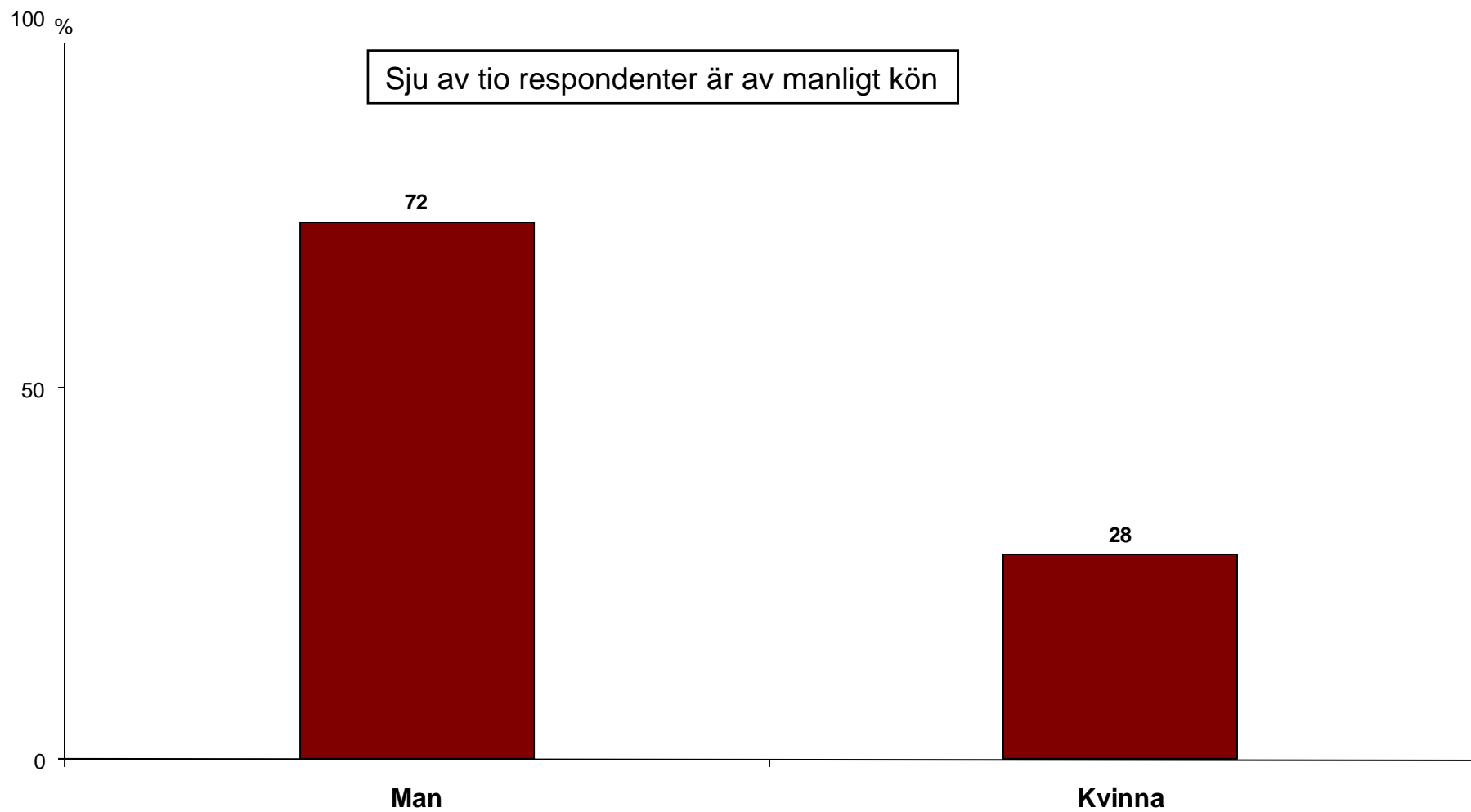
- Datafångsten gjordes genom telefonintervjuer, där Markörs intervjuare utifrån ett slumpvis draget urval, kontaktat företag i Örebro kommun.
- Urvalet tillhandahölls av PAR och drogs ur näringslivsdatatabasen PARAD.
- Vid intervjutillfället söktes VD vid företaget.
- Sammanlagt genomfördes 406 intervjuer med företag i Örebro kommun.

Disposition

Resultaten redovisas i diagramform med textkommentarer och kan delas in i nedanstående delområden:

- Tidningen Goodwill
 - Hågkomst
 - Läsning
 - Betyg
- Informationskanaler
 - Kommunala kanaler
 - Branschspecifika kanaler
 - Viktigaste kanaler
- Benchmarking
 - Goodwill jämfört med andra jämförbara publikationer
- Övriga synpunkter på framtida informationsbehov

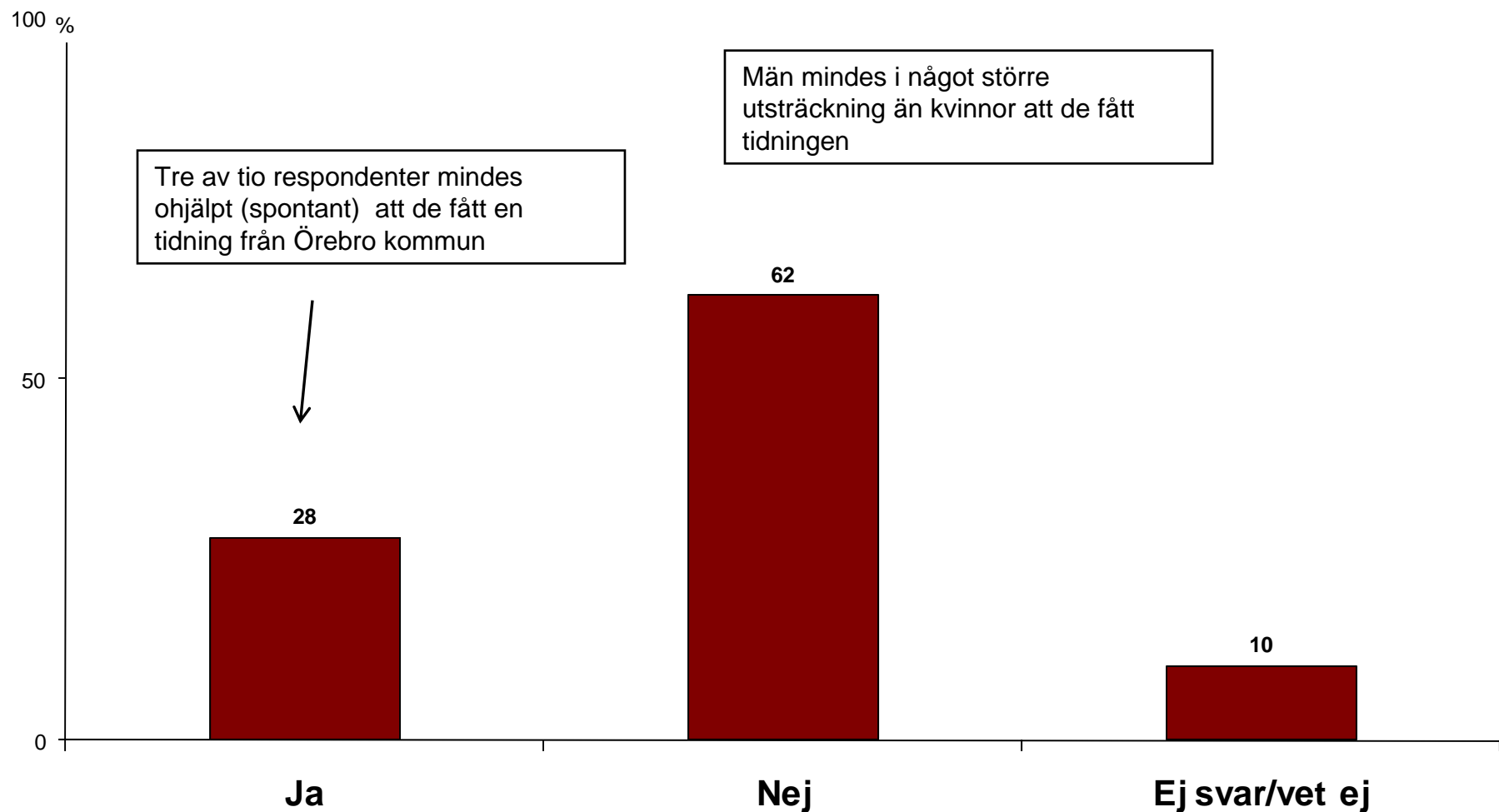
De svarande - Fördelning könstillhörighet



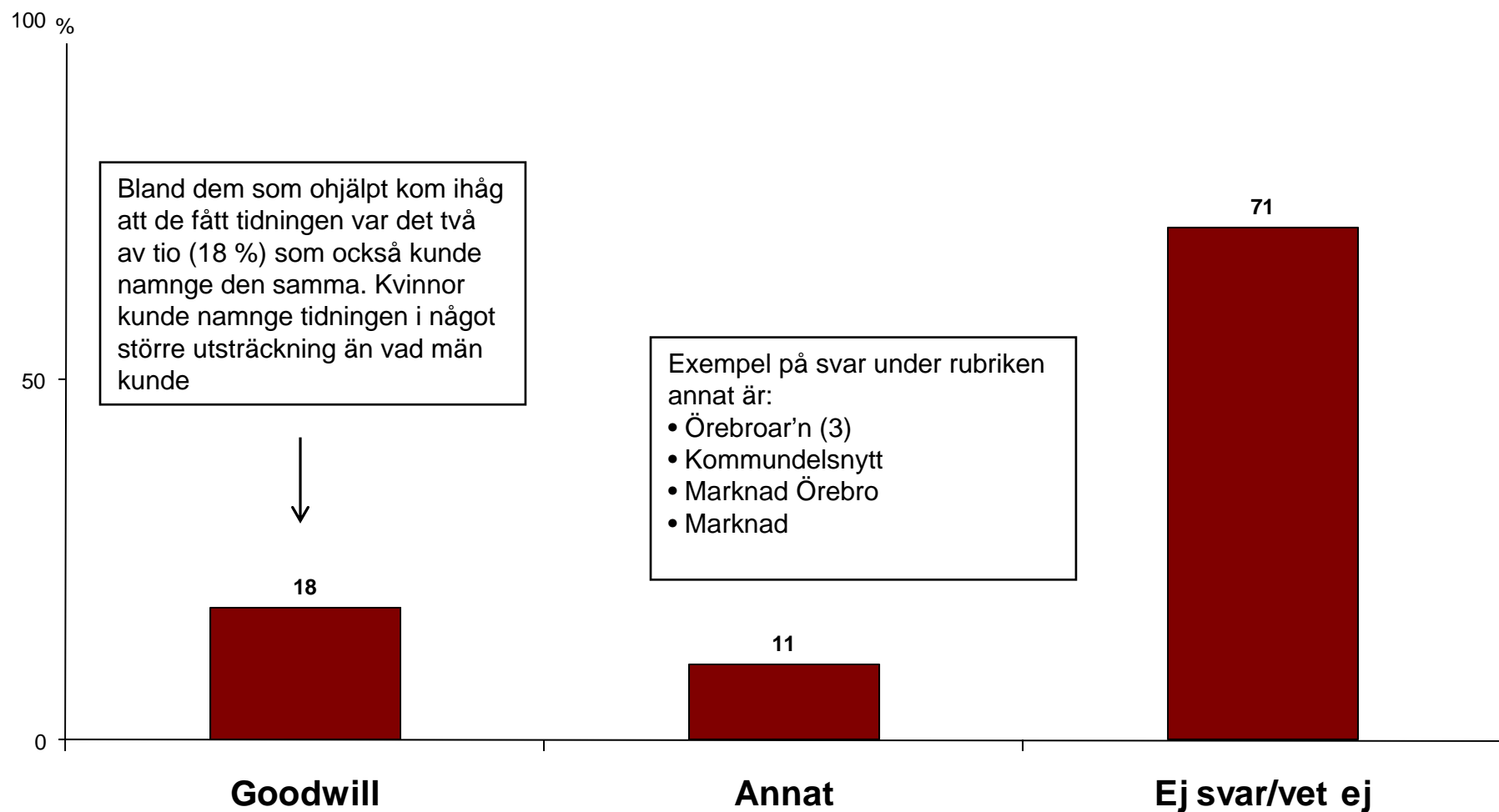
Resultat



1. Kommer du ihåg om du nyligen (på jobbet) fått en tidning från Örebro kommun?

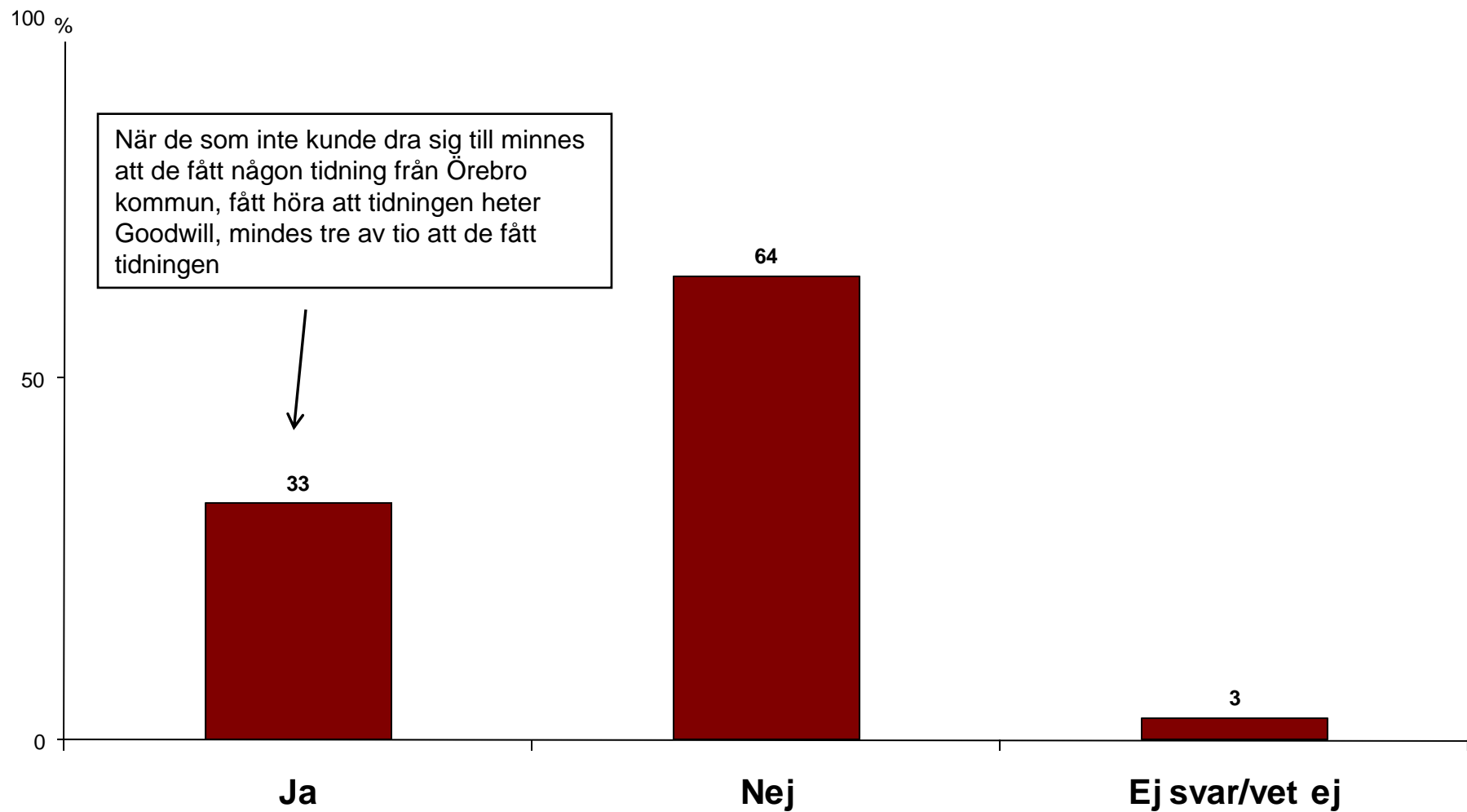


2. Kommer du ihåg vad tidningen hette?





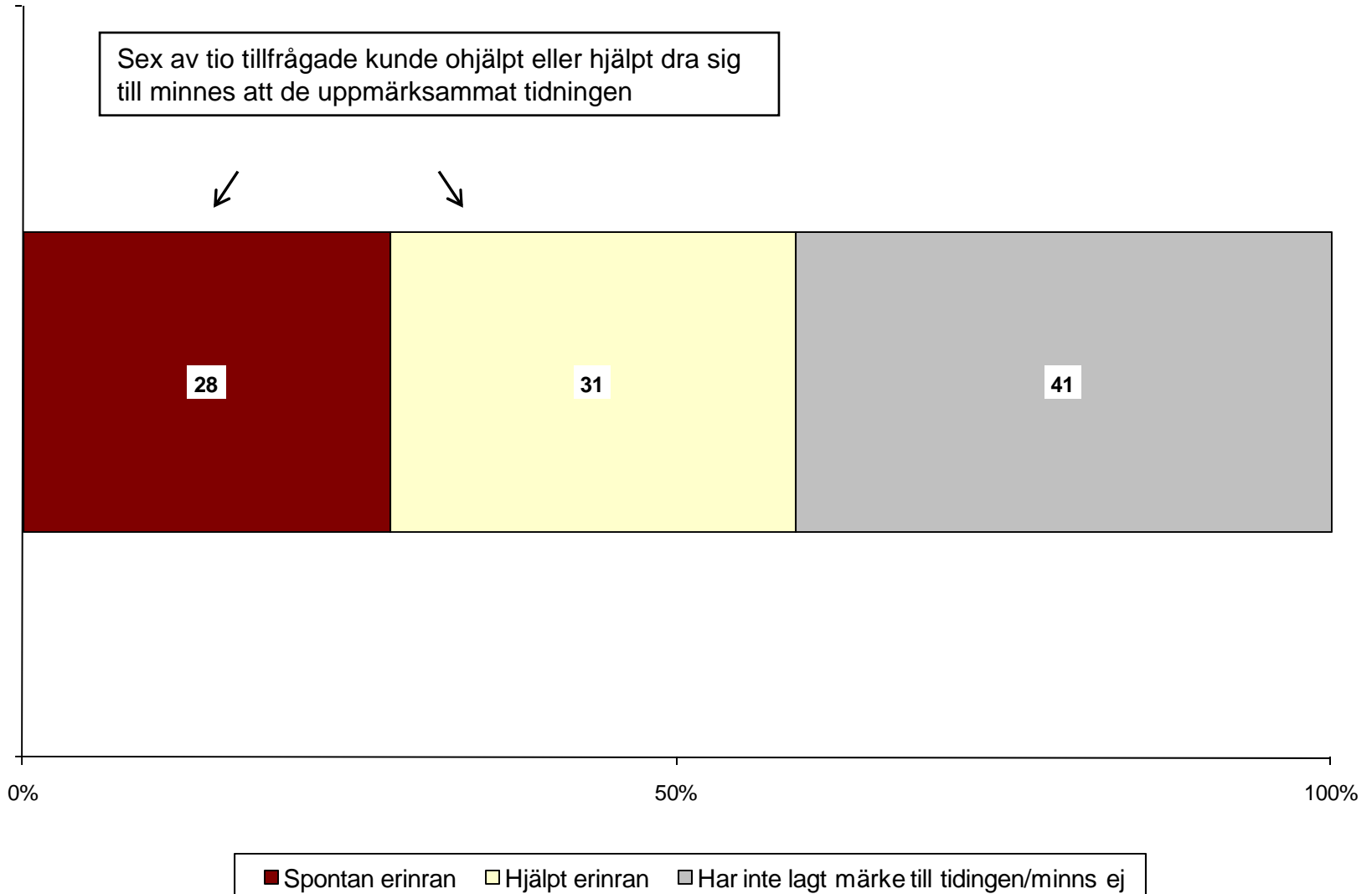
3. Tidningen heter Goodwill. Kommer du nu ihåg om du fått tidningen?





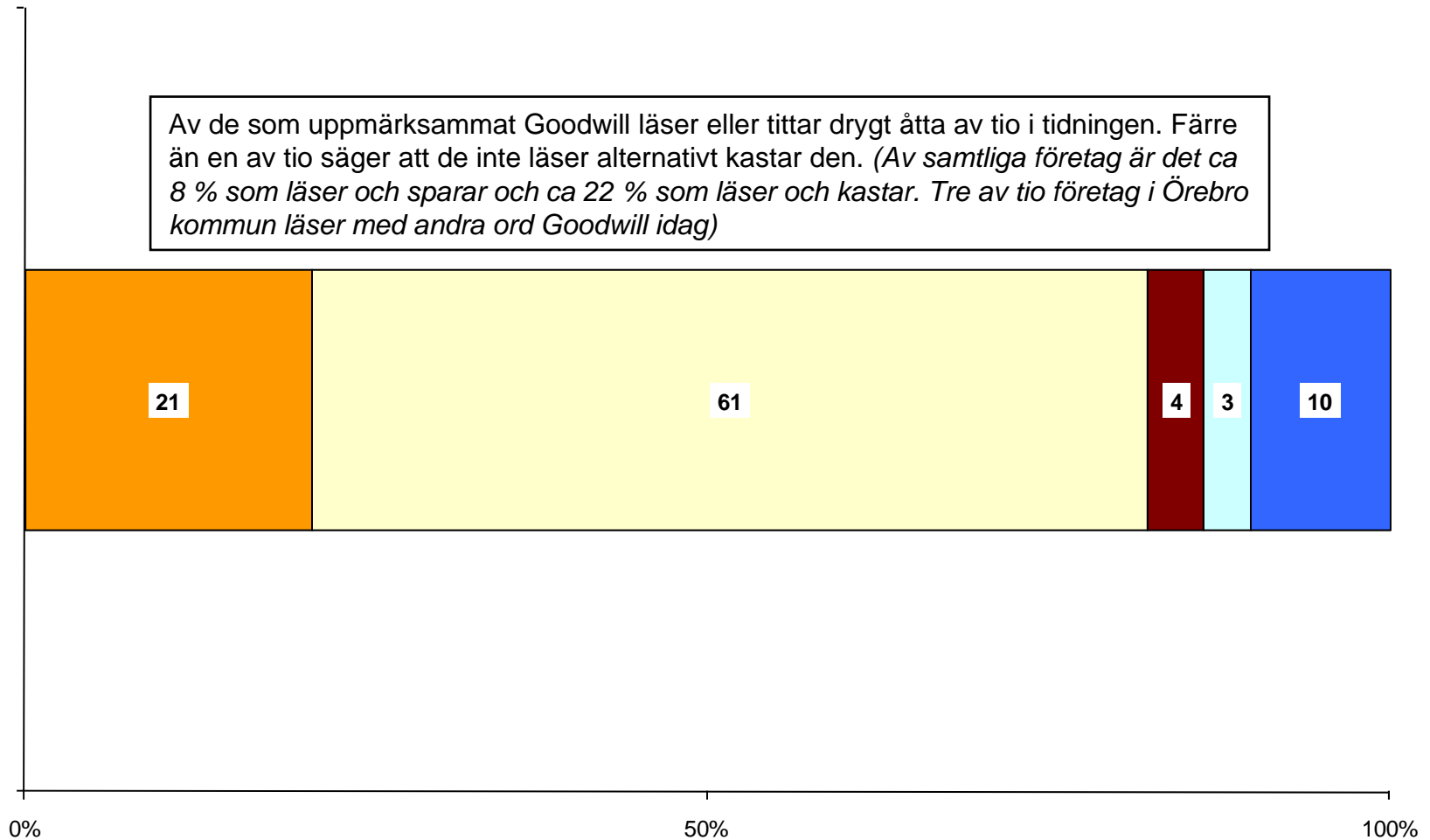
1 + 3. Goodwill: Hågkomst

Sex av tio tillfrågade kunde ohjälpt eller hjälpt dra sig till minnes att de uppmärksammat tidningen



4. Läsning

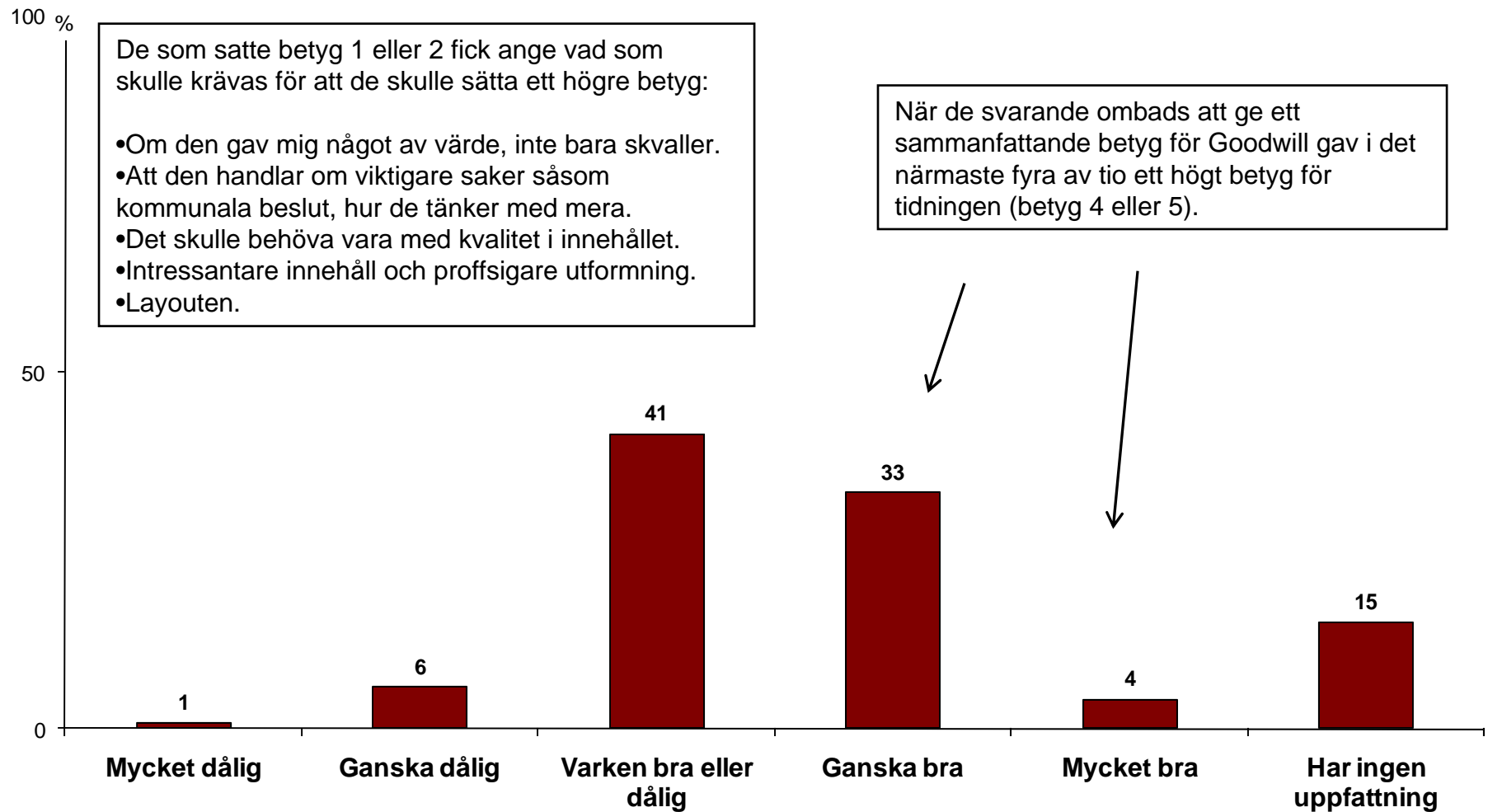
Av de som uppmärksammat Goodwill läser eller tittar drygt åtta av tio i tidningen. Färre än en av tio säger att de inte läser alternativt kastar den. (Av samtliga företag är det ca 8 % som läser och sparar och ca 22 % som läser och kastar. Tre av tio företag i Örebro kommun läser med andra ord Goodwill idag)



■ Läser/tittar i den och sparar den
 ■ Läser/tittar i den och kastar den
 ■ Tittar inte/läser inte, men sparar
 ■ Kastar den genast
 ■ Vet ej/Minns ej

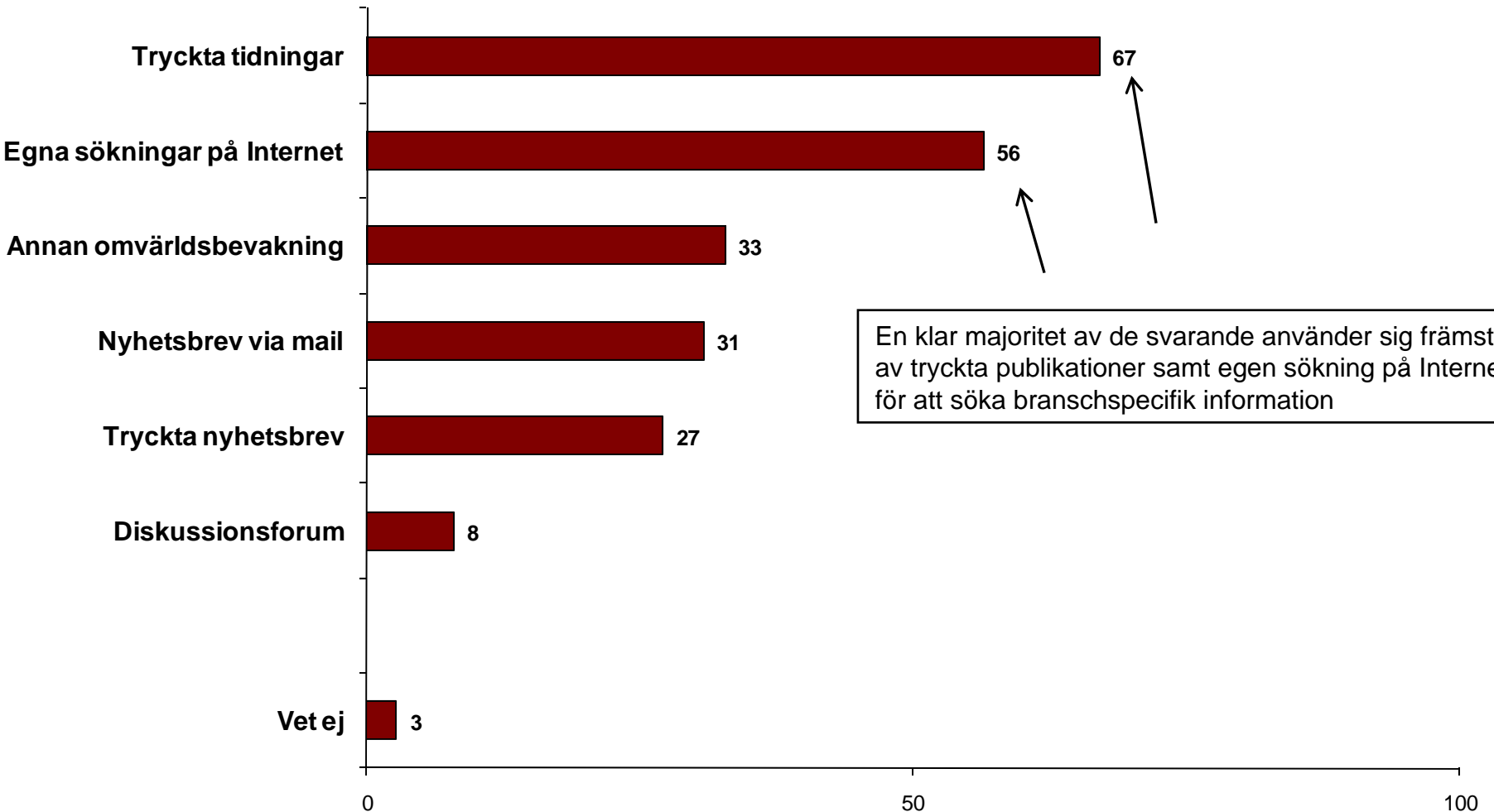


5. Vilket är ditt sammanfattande betyg på Goodwill?

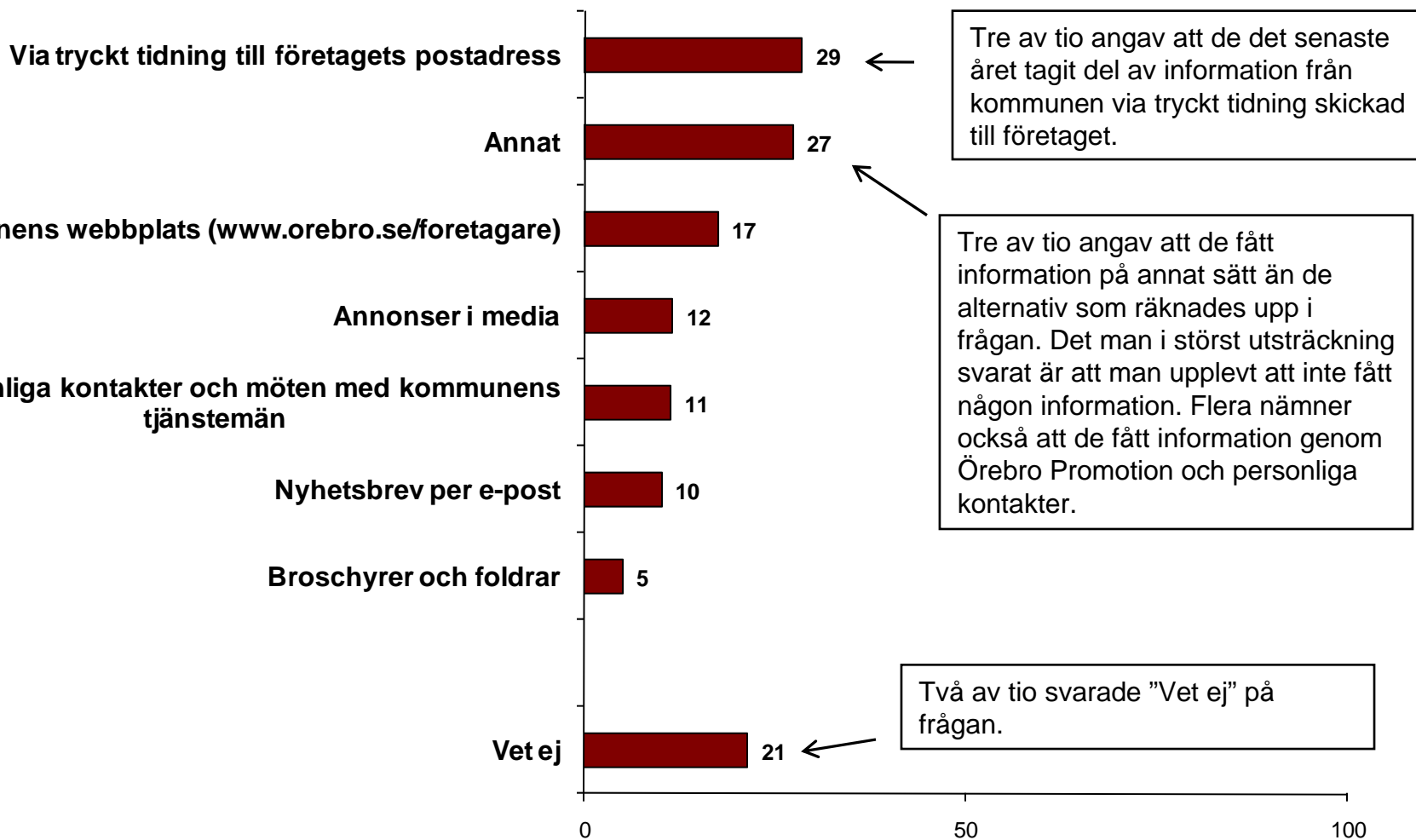




6. Genom vilka medier håller du dig uppdaterad om vad som händer i din bransch?

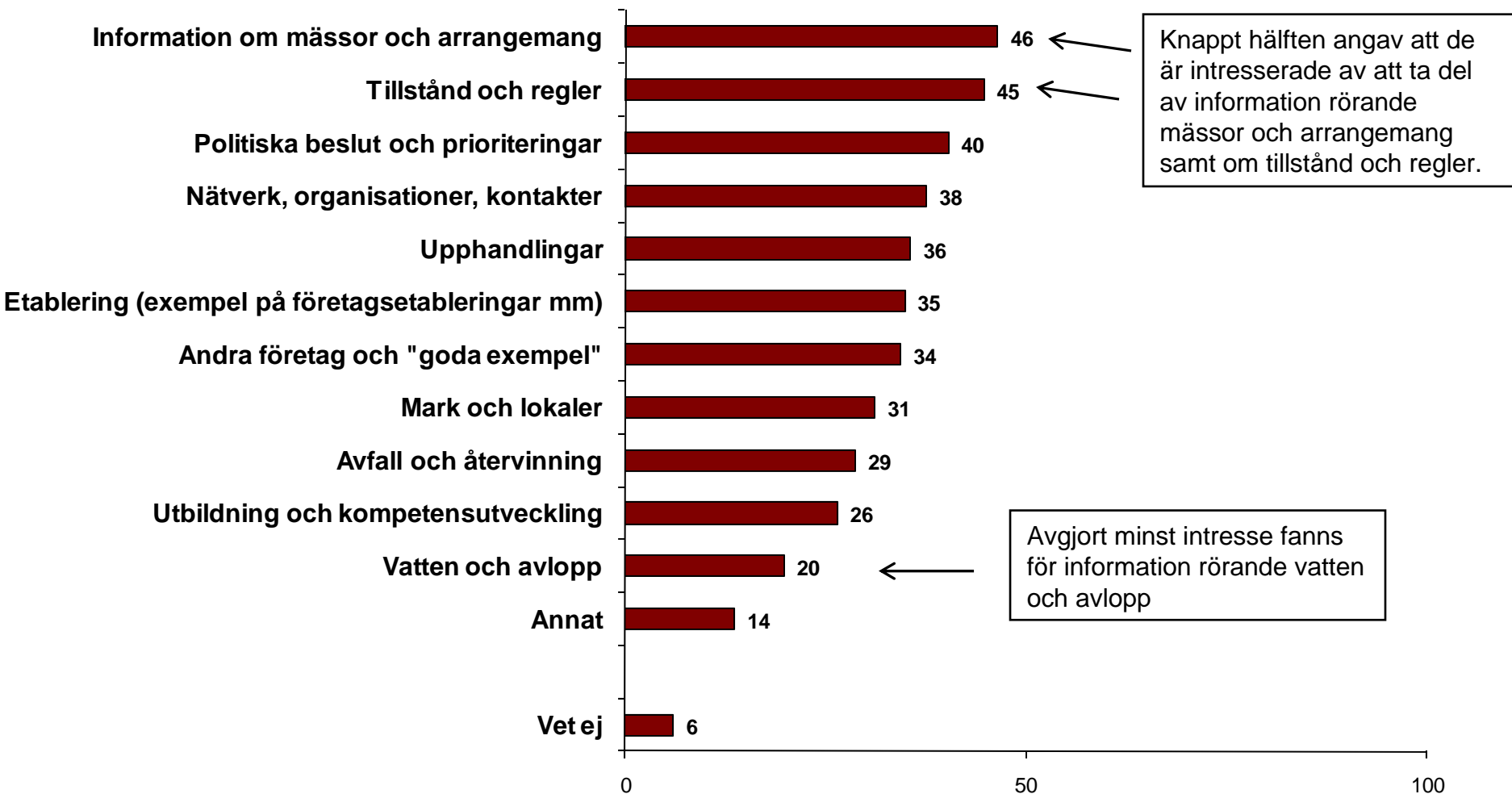


7. På vilket/vilka sätt har du som företagare under det senaste året tagit del av information från kommunen?

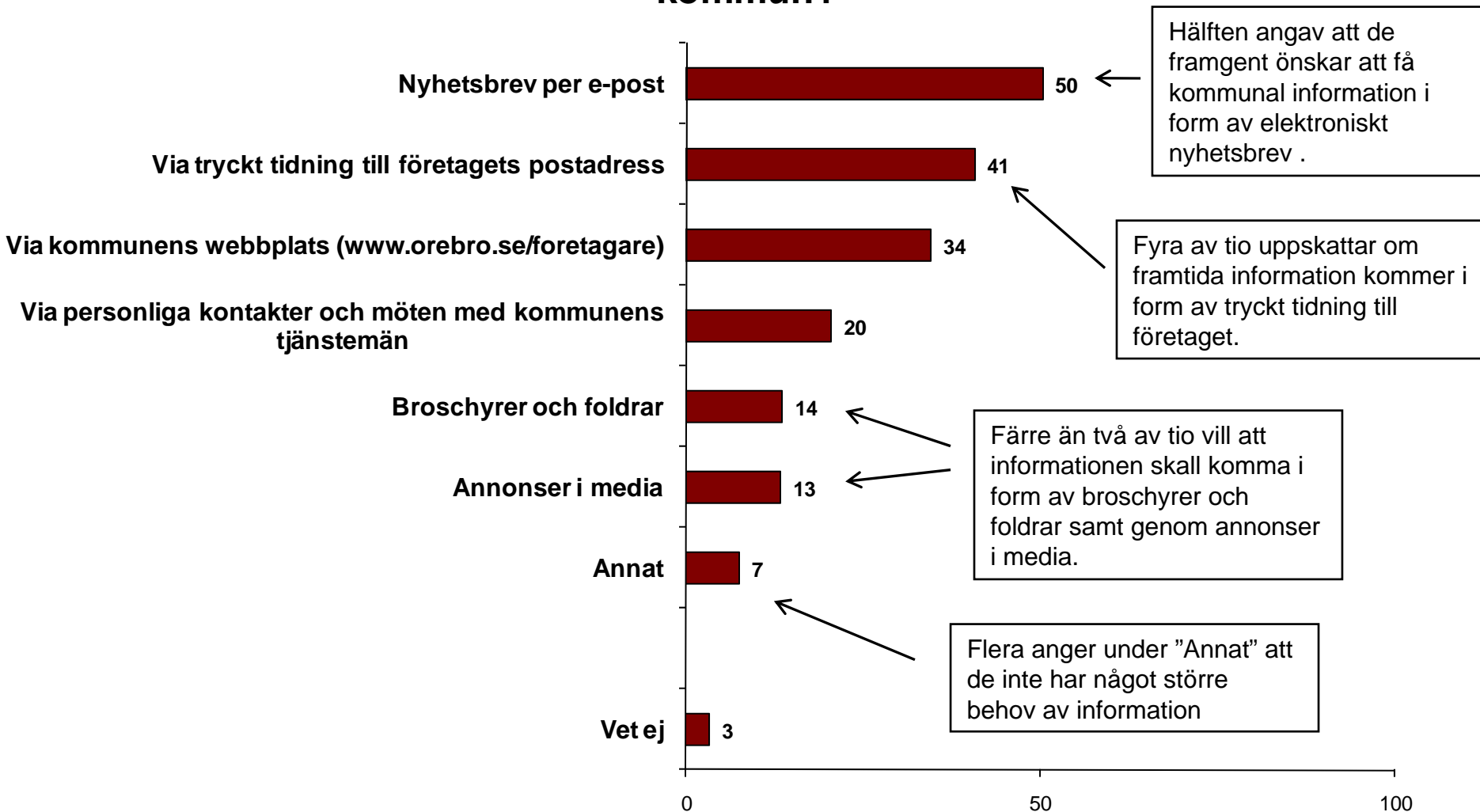




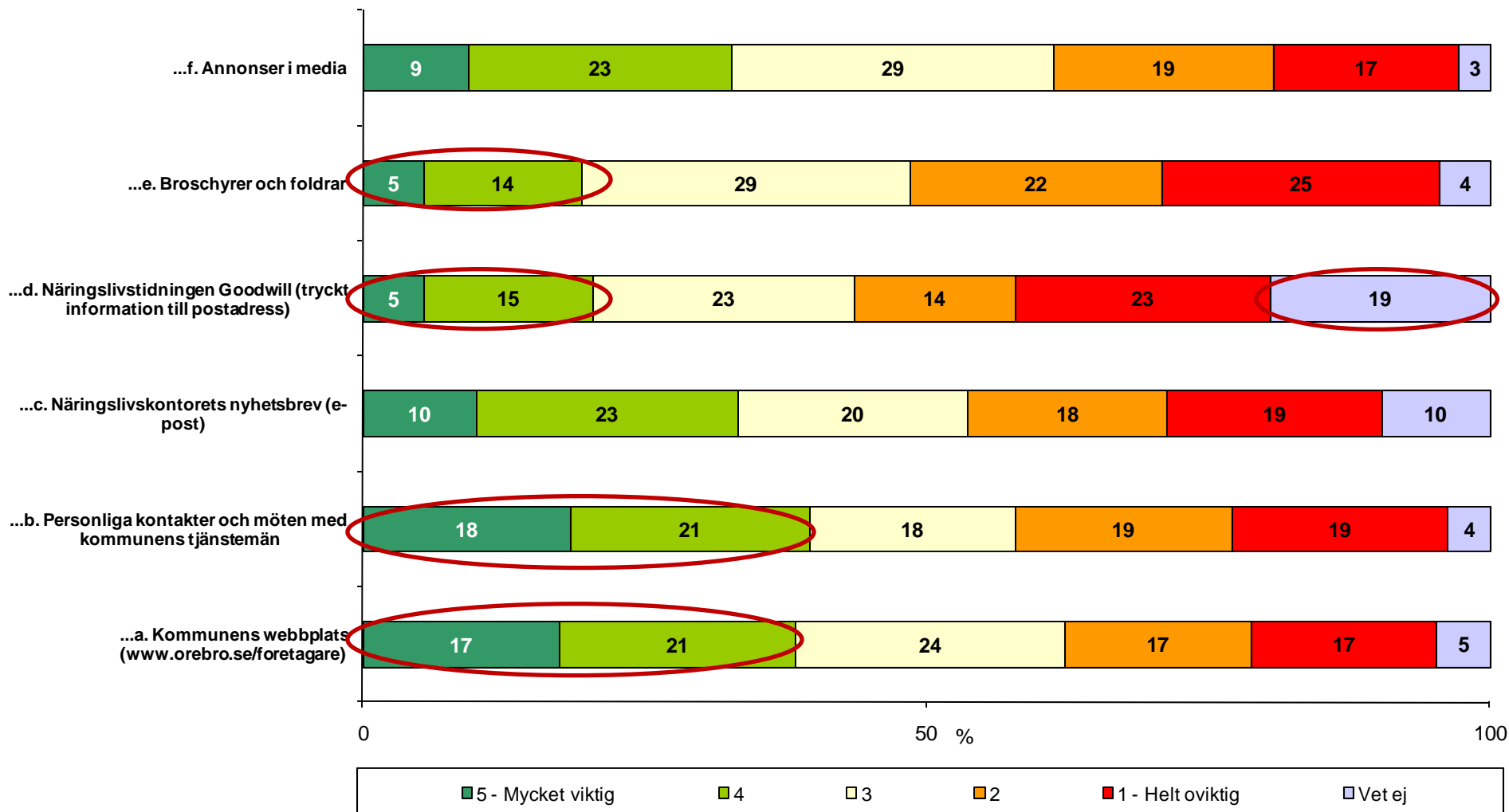
8. Inom vilket/vilka områden har du som företagare ett intresse av information från kommunen?



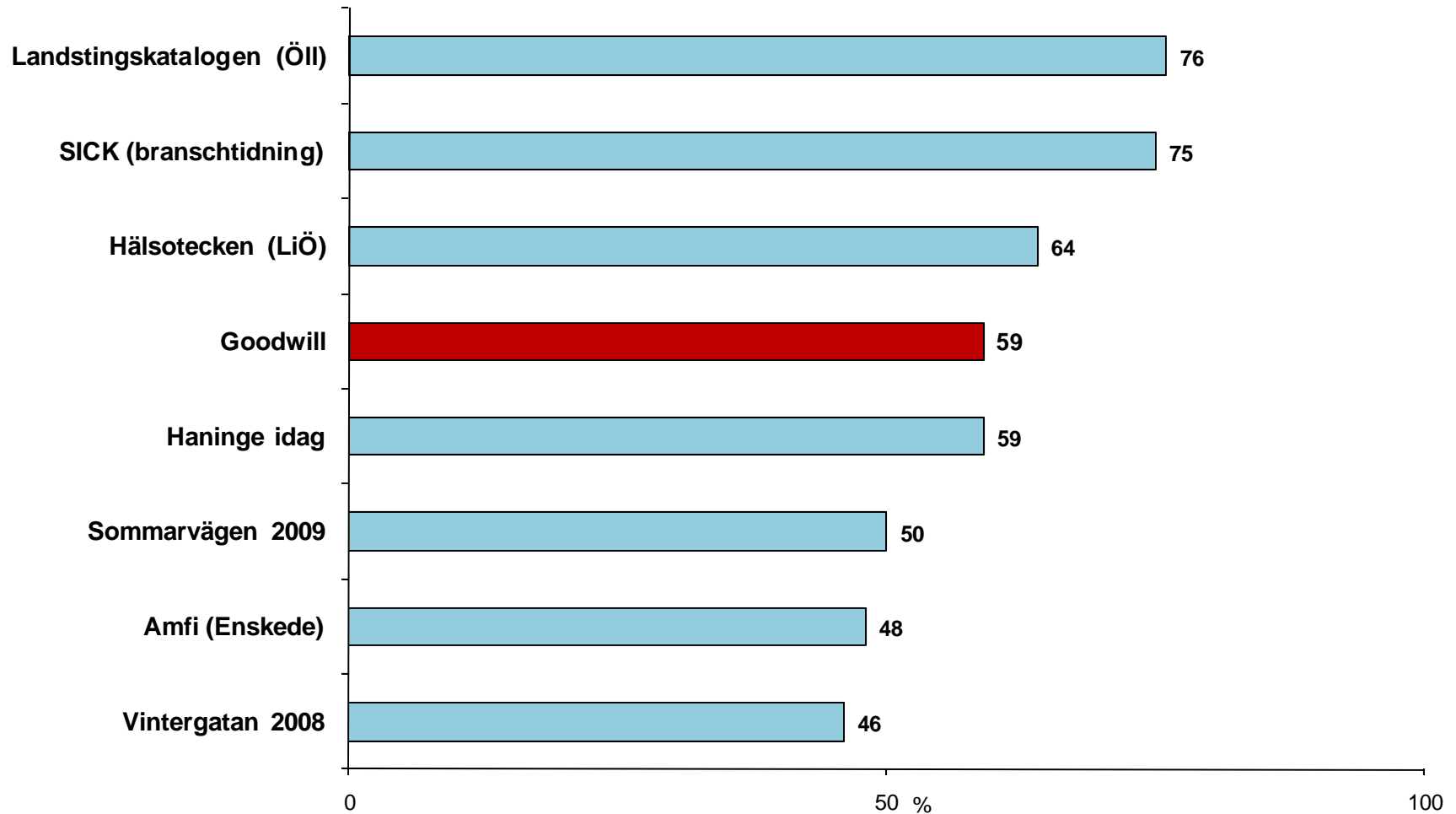
9. Hur vill du som företagare i framtiden få information från Örebro kommun?



10. Hur viktiga är följande informationskanaler för dig som företagare...



Benchmarking - Total hågkomst



Övriga synpunkter på framtida informationsbehov

Borde vara mer vakna kring småföretag överhuvudtaget då de är så viktiga för samhället.

Bäst att få information via tidningar.

Bättre och jämnare informationsflöde. Tidningen kanske kunde komma kvartalsvis istället.

Det vore roligt att få regelbundna informationsbrev.

Det är bra att få ut information så fort som möjligt om saker som är på gång.

Fortsätta med tidningen Goodwill men göra den mer intressant och proffsigare så man vill läsa den.

Övriga synpunkter på framtida informationsbehov

Det vore bra om kommunen skulle kunna komma med erbjudanden på saker som de skulle kunna göra istället för att alltid fråga vad småföretagarna vill ha.

Man borde utveckla tidningen Goodwill, även om den är bra redan idag med fler reportage och information. Hemsidan skulle också behöva få lite mer information och uppdateringar.

Man måste renodla, aktiva människor lider inte i brist på information. Kommunen måste skicka ut rätt information till rätt person. Allmän information måste såklart fortfarande skickas ut.

Mail som skickas ut från kommunen bör vara väldigt korta och om man är intresserad utav ämnet så ska man kunna klicka sig vidare eller öppna en bifogad fil.

Övriga synpunkter på framtida informationsbehov

Vill ha mer information. Fick inte ens något "Välkommen som ny företagare" eller liknande när jag startade upp företaget. Kommunens sätt att hantera nya företagare är skamligt och måste förbättras. Att få information utskickat från kommunen ser jag som ett krav.

Vore bra att veta vad kommunen har för tanke kring eventuellt stöd eller bidrag för enmansföretagare med kunskapsföretag. Vad är näringslivskontoret och vad kan de göra för mig? De borde göra bättre reklam om sig själva till småföretag.

Markörs sammanfattande kommentarer

- Sex av tio tillfrågade har uppmärksammat tidningen Goodwill, tre av tio läser den. I jämförelse med exempelvis andra kommunala publikationer är det en siffra som står sig bra.
- En stor andel anger att de läser i Goodwill när de får tidningen vilket talar för att det tryckta ordet försvarar sin plats som informationsväg till kommunens företagare.
- Att två av tio sparar tidningen efter läsning borgar för att man tillmäter tidningen hög relevans och att den står för ett innehåll som uppfattas som viktigt och kan komma att bli användbart framgent.
- Betyget som respondenterna ger är högt, det vittnar om att det är en publikation som tas väl emot av mottagarna. I de öppna svaren finns det flera som passar på att uttrycka att det är en utmärkt tidning. Dock finns det en del förslag på förändrat innehåll och det finns även någon som tycker att den borde sticka ut mer.
- Inget tyder på att en tryckt publikation inte efterfrågas av de svarande, dock är det tydligt att en tidning likt Goodwill utmanas av digitala informationsvägar som riktad e-post och webbplatsinformation.

Markörs sammanfattande kommentarer

- När det bara gäller vilken kanal som man önskar få information genom, hur man fått information samt hur man skaffar branschspecifik information – då framstår den tryckta publikationen som en av de främsta kanalerna.
- När det gäller hur viktiga informationskanalerna är för dem som företagare – då är det istället personliga möten/kontakter med tjänstemän och kommunens webbplats som är de främsta kanalerna.
 - *När det är information som den egna företagaren måste ha för att bedriva sin verksamhet är det dessa kanaler som behövs och används.*
 - Ur viktighetssynpunkt är inte Goodwill något som företagarna lyfter fram, det är förhållandevis få som anger att tidningen är en viktig informationskanal.

Markörs sammanfattande kommentarer

- I framförallt de öppna svaren kan utläsa en önskan om att det borde gå ut mer information, att den skall vara tydlig och ha hög relevans.
- Flera säger också att informationen som går ut från Näringslivskontoret bör sticka ut mer, skilja sig från annat som kommunen ger ut.
- Det nämns också från flera håll att Goodwill gärna ska vara mer småföretagarorienterad
- Det mottagarna främst vill få vetskap om är mässor och andra liknande arrangemang samt information om myndighetsutövning som påverkar företagen, såsom tillstånd, regler, politiska beslut och prioriteringar.
- **Den framtida "allmänna" informationen till företagen bör ges i form av en tryckt tidning, kompletterad av riktade utskick via e-post.**
- **Viktigaste källorna för företagsspecifik information är dock hemsidan och personliga kontakter vilket innebär att en ständig uppdatering av både hemsida och av kunskapen hos kontaktpersonerna är mycket viktig.**