



Utkast til kommunikasjonsplan

GODSLØKKA

Bane Nor / Sweco / A-Å Grafisk Design & Reklame



Prosjektet

På sørsiden av Drammenselva, like vest for Strømsø torg, ligger Godsløkka – et nytt utviklingsområde nært knyttet til historiske Strømsø og Drammens rike industri- og jernbanehistorie.

De siste tiårene har området gjennomgått store endringer. Mange av de opprinnelige jernbanesporene og tekniske installasjonene er fjernet. Målet er at Godsen skal bli hjertet i det nye Godsløkka, og bidra til å gjøre området til et attraktivt sted å bo, jobbe og møtes. Et tidligere jernbaneområde forvandles til et levende nabolag, med mennesker i sentrum. Her får historien nytt liv, og framtiden rom til å vokse.

Her skal det være plass til både førstegangsetablerere og barnefamilier, natteravner og morgenfugler, drammensere, gamle og nye naboer. Området får derfor et mangfold av boliger: bygårder, rekkehus og småhus side om side. Fra Godsløkka har du gangavstand til parker, skoler, kulturliv, kaféer, og til stasjonen. Med toget rett i nærheten har du Oslo én vei, og resten av verden den andre. To flyplasser er bare en time unna.

Situasjonsanalyse/research

Vi vet mye om området og nabolaget!

På Godsløkka har vi hatt gode dialoger med naboer, interessegrupper, foreninger, kulturliv, og samlet verdifull informasjon for videre kommunikasjonsstrategi. Evt workshop for prosjektdeltakere; utbygger, arkitekt, megler? byrå og andre bidragsytere for helhetlige løsninger og kommunikasjon?

Kommunikasjonsutfordringer

- Aksept for beliggenhet.
- Fremstår som et slitent næringsområde.
- Folks oppfatning av området.
- Støyforhold fra buss/jernbane/vei.
- Byggeplass i mange år.
- Mange tilbydere i området og byen.
- Solforhold? (Solstudie).
- Grunnforhold? (Kvikkleire/Forurensing).

Kommunikasjonfortrinn

- Urbant – og grønt.
- Umiddelbar nærhet til alle byens fasiliteter.
- Umiddelbar nærhet til offentlig kommunikasjon.
- Bygninger med god variasjon i boligtyper og arkitektoniske uttrykk.
- God leilighetsmiks gir mulighet for godt differensierte priser.
- Store grøntarealer, torg, møteplasser, sosiale soner.
- Stor/sammensatt målgruppe.
- Utvikle genuin identitet og subnavn med positive særpreg. (Gods/Jernbane).
- Utvikle ny attraktiv næringsaktivitet.
- Utvikle tilleggskvaliteter/beboerfasiliteter.
- Stort fokus på bærekraft og miljø.

Avklaringer underveis

- Mange kjøpere finnes i egen bydel?
- Bor i enebolig, ønsker leilighet i egen bydel?
- Bor i leilighet i bydelen, ønsker mer moderne/grønt
- Hvor mange planlegger å flytte?
- Pris leilighet = pris enebolig i Nybyen, Austad, Gulskogen, Konnerud?
- Barnehageplass, skoleplass (Skolekrets?)
- Kjøperne har mange valgmuligheter/leilighetstyper
- Kollektivtilbud og infrastruktur en kvalitet
- Servicetilbud i nærområdet en kvalitet
- Vaktmestertjenester/felles fasiliteter
- Trygghet/sikkerhet i sentrum/egen bolig

Kommunikasjonsmål

- Oppslag i lokale medier underveis i utviklingen
- Oppslag i nasjonale medier
- Abonnenter på elektronisk nyhetsbrev
- Forespørsler om informasjon fra brukere på nettside/SoMe
- Bruke alle stadier i prosessen til å kommunisere ny profil på området
- Trinnvis kommunikasjon mot bestemte målgrupper/byggetrinn
- Tilpasse budskap og kanal til målgruppene

Målgrupper

- Utbygger vil bygge boliger for hele målgruppespekteret; førstegangen etablerere, barnefamilier, eldre/enslige?
- Vil skape et bomiljø for mennesker i alle livsfaser.
- Vi ser en stor og viktig målgruppe i nærområdet. Både i enebolig og eldre leilighet.
- Prosjektets omfang og kvaliteter tilsier at vi har målgrupper både lokalt, regionalt og nasjonalt.

Ønsket etterlatt inntrykk – stikkord

- Urbant
- Ny bydel
- Rett ved offentlig transport
- Alle fasiliteter i området
- Barnevennlig?
- Grønt
- Mangfold
- Trygt og godt
- Enkelt og lettstelt
- Moderne boform
- Pris
- Sol
- Utsikt

Det unike

Posisjonere Godsløkka som Drammens mest attraktive nye bydel – et sted hvor historien møter fremtiden, og hvor mennesker, fellesskap, kultur og bærekraft står i sentrum.

Kjernebudskap – det enkle

- Nye drømmer på gamle spor

Innarbeides i budskapsplattform

- I sentrum
- Moderne
- Inkluderende
- Solrikt
- Miljøvennlig
- Bærekraftig
- Barnevennlig
- Urbant og grønt
- Stolt historie
- Trygt
- Unikt
- Gode uterom
- Flotte fellesarealer
- Mangfold
- Kvalitet
- Mer fritid (fra bolig)
- Enklere
- Praktisk
- Særpreg
- Aktiviteter
- Fellesskap
- Rekreasjonsmuligheter
- Opplevelser
- Følelser
- Moderne boliger
- Terrasser
- Utsikt
- Sevicenæring

Destinasjonsbygging

Målet er å transformere arealene fra industriformål til et urbant, moderne boligområde med tilhørende infrastruktur, utearealer og grønn-struktur.

Skape aksept og entusiasme for beliggenheten og transformasjonsprosessen, og positive visjoner for ferdig prosjekt! Det er verdifullt å kunne gi prosjektet gode assosiasjoner med lokal, historisk forankring. Godsløkka, med historisk genuine navn gir mange og gode muligheter.

Ved utviklingen av området, er det også fokus på bærekraft. Gode løsninger bør tydeliggjøres i kommunikasjonen. Redusert energibruk gjennom bærekraftige energikilder som fjernvarme? Redusert bilbruk. Vel tilrettelagte sykkelveier. Reduserte utslipp med bærekraftige og bestandige materialvalg.

Utdyping kjernebudskap

På Godsløkka bor du i en moderne leilighet i et urbant, grønt og trivelig bomiljø. Her kan alle trives. Solrike, rolige omgivelser med umiddelbar nærhet til offentlig transport og alle byens fasiliteter. Det er få minutters gange til marka og en rekke rekreasjonstilbud for hele familien.

Tiltak

TIDLIG FASE

- Research, strategi og identitetsutvikling.
- Utarbeide identitet og kommunikasjonsplattform for prosjektet. Prosjektnavn, logo/profil er avklart? Hovedbudskap som kommuniserer de viktigste verdiene. Navnet Godsløkka beskriver både historien, visjonen og området.

Tiltak

PRE-MARKEDSFØRING

- Landingsside er etablert/sosiale medier og kontaktinfo.
- Etablere lokale og regionale arenaer og digitale kanaler/SoMe for prosjektkommunikasjon, respons- og kontaktpunkter.
- Tydeliggjøre lokalt engasjement og tilhørighet. (Deltakelse/sponsing i nærmiljøet).
- Det er pt. mange boligprosjekter i Drammen, spesielt området langs fjorden og elva, og det er derfor viktig å komme kjapt ut med positiv markedskommunikasjon/presentasjon av Godsløkka.
- God visuell og informativ markering/skilting på location.
- Artikler i lokale medier.
- Invitere til medvirkningsprosesser?...

Tiltak

SALGSFASE

- Kommunikasjonsplattform for digitale og trykte medier.
- Utvikle en moderne, innovativ og innbydende webside med profesjonelle salgsverktøy og gode illustrasjoner og historier som tydeliggjør prosjektets verdier og kvaliteter gjennom en helhetlig merkevarebygging. Også video, 3D-animasjoner, VR 360, utsiktsvelger, soldiagram mm for gode visuelle opplevelser.
- Utarbeide digitale + trykte markeds kampanjer i utvalgte medier mot definerte målgrupper.
- Utarbeide inspirerende og informative visuelle prospekts og annet aktuelt salgsmateriell.
- Etablere et visningssenter på location (Godsen) for nærhet til markedet og direkte kundekontakt.
- Fortløpende spisse og justere markedsaktiviteter basert på evalueringer.

Eiendom fra A-Å

- Mer enn 35 års eiendomserfaring.
- Sterke på strategi, konsept – og identitetsutvikling.
- Stor kompetanse på eiendomsmarkedet i Drammensregionen.
- Lang erfaring fra områdeutvikling - også i Drammen.
- Godt kjent med Drammen Slip og i området rundt.
- Stort kontaktnett av lokale medier og leverandører.
- Bransjeledende samarbeidspartnere på CMS og 3D.
- Helhetlig merkevarebygging på alle flater.
- Dedikert kapasitet for prosjektgjennomføring.
- Pro-aktive og inkluderende.
- Utarbeider visningssenter, områdeprofilering, byggeplasskilting, skilting.
- Følger prosjekter fra A-Å. Alle leveranser.