

2013

**FORMÅL**

**Kompetanceløft**

Professionel tilgang til butiksdrift samt lyst og overskud til at fortsætte.

**Netværk/fællesskab** for butikkerne. Platform for erfaringsdeling og nye input.

**Forankring** hos handelsstandsforeningerne

**Markedsføring.** At skabe et fælles brand omkring Valbys butikker

**AKTIVITET**

Afholdelse af **4 workshops** om f.eks. salg, indretning, økonomi, varesortiment, branding. Møderne kan udvikle sig til forløb, hvor den enkelte butik bliver optimeret.

Oprette et **kommunikationsrum**; en mailingliste og eller/lukket facebookgruppe el.a., som alle butikker kan dele. Hverve deltagere med hjælp fra handelsforeningerne, Grønt Erhverv og foldere.

Udarbejde en plan med aktivitets- og marketingplan inkl. budget for virksomhederne i Valby, en plan som handelsstandsforeningerne kan samarbejde om evt. ved at samle disse i én forening.

**Aktivitet 1: Logo** -At definere den fælles identitet for Valbys butikker +få fremstillet et logo med hjælp fra grafisk designer.

**Aktivitet 2: Facebook** -At oprette en "Valbys butikker"- facebookside, hvor kunder kan holde sig orienterede om events, tilbud og historier. Holde regelmæssig kontakt med handelslivet for at få nyt om tilbud, aktiviteter mm.

**Aktivitet 3: Grafisk identitet til hjemmeside og foldere mv.** -At udvikle og tilrettelægge grafisk identitet primært til hjemmeside, sekundært til foldere mv.

**Aktivitet 4: Hjemmeside** -At få fremstillet hjemmeside, der fungerer på pc, tablets og mobil (programmør) + samle information på butikker

**MÅL**

At deltagerne føler sig inspirerede til at arbejde målrettet og opsøge ny viden. At få større kundetilfredshed.

At skabe netværk blandt butikker/ ejere/bestyrere. At skabe interesse for fælles tiltag som markedsføring, rabatkort osv.

At engagere handelsforeningerne og butikker og at give dem værktøjer til at fortsætte med at samarbejde og udvikle Valby samt at skabe overblik over arbejdsopgaver.

At have en fælles visuel identitet, som alle forbinder med Valbys mangfoldige butiksliv.

At kunderne oplever at komme tættere på handelslivet i Valby. 1.000 likes/mennesker, der får vores nyheder.

En samlet indgang på nettet, hvor kunder kan finde information om butikkerne i Valby.

En samlet indgang på nettet, hvor kunder kan finde information om butikkerne i Valby.

**Aktivitet 5:** PR for hjemmeside, Facebook mv.; en flyer, som kan deles ud til kunder  
+klistermærker til butiksruder.

At gøre borgere og kunder i Valby bekendt med de nye tiltag.

**Events** (Delvist Områdefornyelsens pulje)

Kulturdagene + lørdagsshoppingarr. +julearr.

**Byrum**  
(Områdefornyelsens pulje)

Udsmykning eller sammenhængende visuelt udtryk på gade- eller facade niveau

At skabe en sammenhængende og inspirerende oplevelse, der indbyder til mere liv på gaden

## **I alt**

### **2014 og frem**

Netværk ml. butiksejere, et samlet brand, udvidelse af hjemmeside med eksempelvis køb via click-and-collect.

At fortsætte hjemmesiden i 2014 på 2013-niveau vil koste ca. 1.500 kr/år i hosting og et par timers arbejde pr. md. Cityforeningen er interesseret i at ansætte en studentermedhjælper.

Et levende handelsliv med et forbedret serviceniveau til glæde for borgerne, der bliver knyttet tættere til Valby.

**LOKAL OPBAKNING****TIDSPLAN****BUDGET**

48% i vores undersøgelse af butikkerne udtrykker, at de har brug for assistance på disse områder. Undersøgelsen dækker både butikker i Spinderiet og på de to handelsgader.

Efterår 2013

4 x 5.000 =  
20.000

20.000

Der er kun meget få netværk på tværs af butikkerne, men flere er interesserede i at udvide netværk og få nye samarbejdspartnere. De efterspørger et velfungerende og lukket forum.

Løbende

2.000

2.000

Der er efterspørgsel fra Cityforeningens side på hjælp til en plan, og der har tidligere været tale om at slå de to handelsstands-foreninger sammen.

0

August/sept  
2013

10.000

10.000

Butikkerne er interesserede i et forum, hvor de kan få nyheder ud til flere potentielle kunder, og samtidig holde sig orienteret om, hvad der sker i Valby med relevans til handelslivet, så de kan være på forkant .

August/sept  
20130,- i  
udgangspunkt,  
men vi kan  
reklamere billigt  
for at få flere  
fans. F.eks. 3.000  
kr

3.000

Launch  
oktober/nov23.600 for  
struktur,  
identitet,  
tilrettelæggelse  
og design

23.600

56% af kunderne i vores kundeundersøgelse siger at de vil bruge en fælles hjemmeside, og Valbyonline(et mindre forsøg på en fælles portal, der desværre er ved at lukke) har ca. 3500 besøgende/md. 75% af butikkerne er interesserede i en fælles hjemmeside.

Launch  
oktober/nov25.000 for  
programmering

25.000

Løbende	4.000	4.000
Butikkerne efterspørger at de kulturelle arrangementer i Valby i højere grad tilgodeser dem og mangler nogen, der kan løfte den slags opgaver. Butikkerne vil gerne have events, der trækker shoppere til bydelen.	3 x 15.000 = 45.000	45.000
En smukkere og mere sammenhængende Valby Langgade og Toftegårds Allé kan opnås gennem f.eks. opstilling af blomsterkasser, bannere i gaden, lygter ved juletid, oppyntning ved højtider. Der er dog blandt butikkerne pt. en skepsis overfor ensretning af gadernes visuelle udtryk.		25.000
		157.600