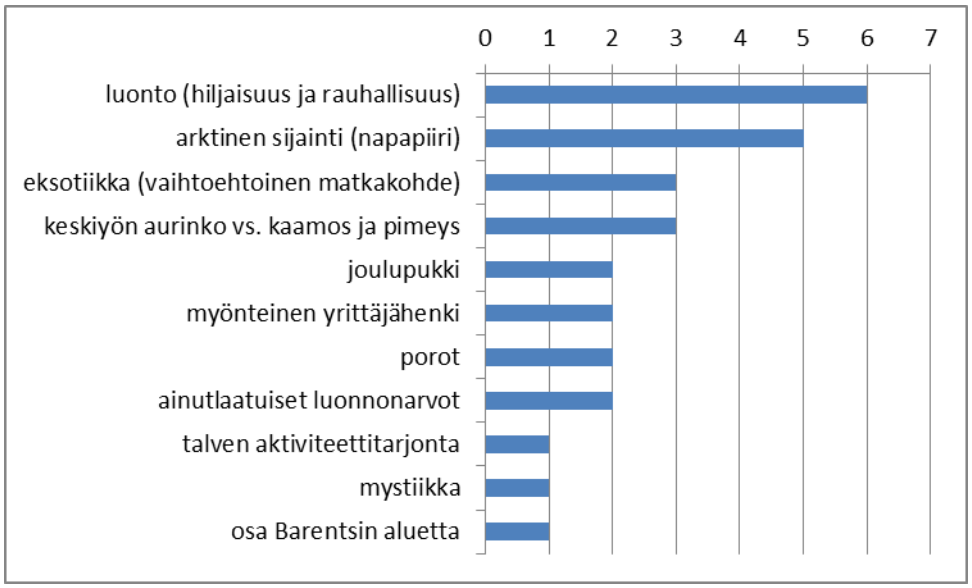
PALAUTEKYSELY Barents Café 13.12.2011

Hyvin muokattu brändi voi tehdä Lapista entistä vetovoimaisemman

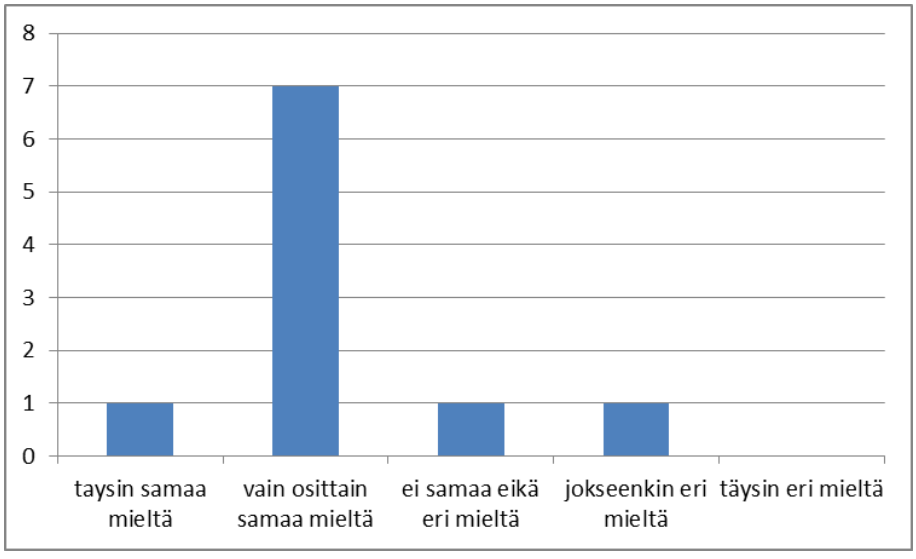
Tilaisuuteen osallistui 15 henkilöä, joista 10 palautti kyselyn. Vastausprosentti 60 %.

1) Valitse kolme mielestäsi tärkeintä vetovoimatekijää Lapin imagon/maineen kannalta.



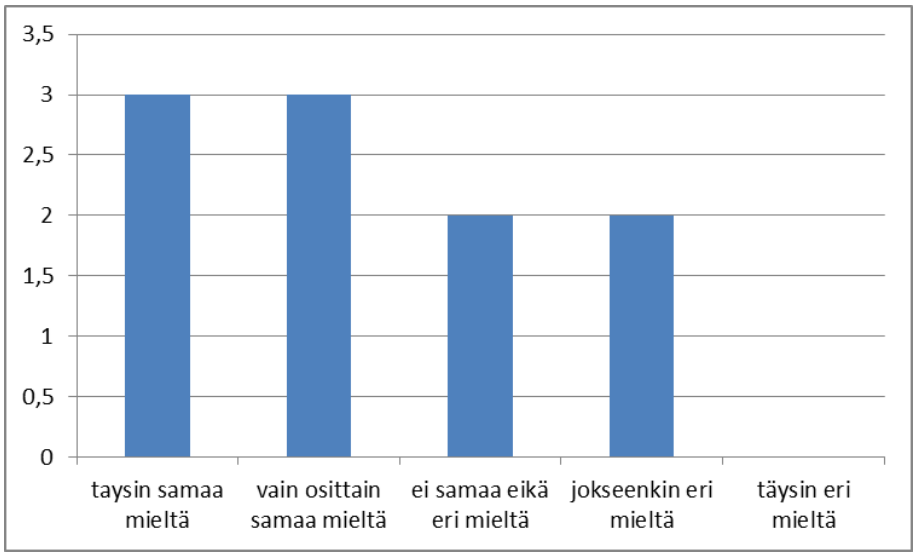
- muu, mikä (2 mainintaa): lumi ja jää; puhtaus (maa, ilma, vesi)

2) Tällä hetkellä Lappiin liitettävät mielikuvat ovat kokonaisuudessaan hvyin myönteisiä ja Lapin brändin näkyvyys vahva ja elinvoimainen.



Lapin korkeakoulukonserni LUC
ThinkBarents
Vipuvoimaa EU:lta 2007–2013
Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus
Euroopan unioni
Euroopan sosiaalirahasto

3) Barentsin muut pohjoiset alueet / Lapit (Finnmark-Ruija, Ruotsin Lappi, Venäjän Lappi) kilpailevat yhä enemmän Lapin kanssa samoilla erottumistekijöillä.



4) Muita kommentteja
- Vuorovaikutuksen lisääminen, missä ne yrittäjät? Tiedän, että on joulusesonki, mutta silti, missä?
- Ennemmin toivoisin kysymystä siitä mitä toivoisin olevan tärkeä vetovoimatekijä esim. kulttuurimatkailu, enkä tarkota korkeakulttuuria
- Kenen brändi? Kuinka paljon tavallista väkeä työryhmissä 200 kehittelijästä? Pieniä yrittäjiä?
- mielikuvien Lappi?
- avoin brändi?
- maakuntahenki?