

Läges- och slutrapport

Regionala strukturfondsprogrammen
Nationella regionalfondsprogrammet

Del 2 - Slutrapport

Avser hela projektperioden

12. Sammanfattning av projektet, dess aktiviteter, mål och resultat

Beskriv de aktiviteter som genomförts under hela projektperioden, hur dessa kopplats till målen samt vilka resultat det har lett till. Stäm av gentemot ert beslut.

Möjligheternas Region är ett samverkansprojekt mellan Dorotea kommun, Lycksele kommun, Malå kommun, Norsjö kommun, Sorsele kommun, Storumans kommunföretag AB, Vilhelmina kommun och Åsele näringslivsstiftelse. Projektet startade 2015-09-01 och avslutas sista december 2018. Projektet finansieras av de deltagande samverkansparterna, Region Västerbotten och Europeiska regionala utvecklingsfonden.

Projektet grundar sig i ett behov av fler och växande företag i regionen. De deltagande kommunerna såg en begränsning i mångfalden inom näringslivet, för få förebilder bland regionens företag, få möten mellan branscher och att för få företag var mogna för utveckling. Samtidigt såg samverkansparterna att näringslivet inte hittade till näringslivsfunktionerna i den utsträckning som önskades.

Med detta som problembakgrund skapades projektet Möjligheternas Region med huvudmålet fler och växande företag i regionen.

Projektet delades in i tre insatsområden, affärsutveckling, nyföretagande och innovation. Dessa tre områden har projektet genomfört insatser inom för att nå de enligt projektlogiken identifierade delmålen:

- Öka andelen kvinnor, unga och utlandsfödda som startar företag eller utvecklar befintliga företag.
- Tagit fram och förankrat långsiktigt hållbara metoder och arbetsätt.
- Utvecklat nära dialog i vardagen mellan företag och kommun.
- Stärkt viljan och förmågan att se möjligheter till att starta och utveckla företag.
- Tagit fram långsiktigt hållbara metoder och arbetsätt för fler innovativa produkter och tjänster.

Under projektets tre år har det genomförts en mängd olika aktiviteter i alla åtta kommuner för att nå projektets delmål. En del kommuner har haft fokus på vissa aktiviteter och andra kommuner har haft fokus på andra aktiviteter. Behovet hos näringslivet och de lokala förutsättningarna hos varje kommun har i stora drag styrt vilka aktiviteter kommunerna har fokuserat på. Projektets aktiviteter har till största del bestått av:

- Coachning/rådgivning – personligt stöd av de lokala affärscoacherna
- Behovsanpassade insatser – externa tjänster som har erbjudits till företagen för att de ska ta steg i sin utveckling
- Utveckling affärsutvecklingsverktyg – utveckling av nya aktiviteter som skapar vilja och förmåga att se möjligheter.
- Nyföretagararena – En arena där nya företagare fått möjlighet att träffa andra och lära av varandra.
- Testa på att vara företagare – En arena där personer fått lära sig mer om att vara företagare.

- Individuella handlingsplaner – planer har tagits fram i samverkan med företagen där det har identifierats viktiga insatsområden för att företaget ska nå sina mål
- Växtkraft – fördjupade insatser genom coachning och externa tjänster som har pågått under en längre tid.

Delmål 1: Ökat andelen kvinnor, unga och utlandsfödda som startar företag och/eller utvecklar befintliga

Ett viktigt delmål har varit att jobba med att få fler att starta företag och utveckla befintliga företag och då med fokus på kvinnor, unga och utlandsfödda, viktiga grupper att fokusera på för att få en ökad mångfald i näringslivet. Nedan redovisas en sammanfattning av de aktiviteter som gjorts och vilka resultat de har lett till.

- Individuell coachning har varit den största och viktigaste aktivitet i alla kommuner och som har genomförts av den lokala projektledaren/affärscoachen. Företagare och personer som funderar på att starta företag har uppskattat möjligheten att träffa en person lokalt och med denne bolla sina idéer. Den konkreta rådgivningen har varit allt från bollplank, lotsa till övriga företagsfrämjare till att konkret hjälpa företag med ansökningar till Länsstyrelsen för företagsstöd. Många personer är ofta ensam i sin roll som företagare och den lokala kontakten blir därmed extra viktig. Många har väldigt bra branschkunskap men allt för ofta väldigt osäker i sin roll som företagare och administratör. Undersökningar av deltagande personer visar att många upplever en hög grad av nytta av den coachning man fått och de två undersökningarna som gjordes åren 2016 och 2017 visade att resultatet under åren förbättrades dvs. rådgivningen gav allt högre grad av nytta.
- Resultatet av aktiviteterna visar att vi har coachat många kvinnor som funderat på att starta företag och hälften av de kvinnor som vi coachat har även startat företag. Med fler nya företag som drivs av kvinnor kommer regionen att få fler företag inom nya branscher och på sikt jämna ut balansen mellan antalet kvinnor och män som driver företag.
- Aktiviteten Testa på att vara företagare har genomförts i olika kommuner och med olika namn. Dessa aktiviteter har genomförts med ett antal träffar med olika teman viktiga för personer som funderar på att starta företag. Personer har förutom en ökad kunskap även fått möjlighet att bygga nätverk mellan varandra. En särskild positiv effekt är då personer som funderar på att starta företag har deltagit i samma grupp som befintliga företagare. Genom detta har många utbyten mellan personer gjorts och deras egna nätverk har vuxit främst inom den egna kommunen. I Malå har projektet haft stor fokus på företagarskolan och de har haft ett högt och bra fördelat deltagarantal, totalt nio deltagare varav sju kvinnor och tre personer födda i annat land.
- Under projekttiden arrangerades en studieresa till en julmässa i Innsbruck Österrike med ett antal företag inom det prioriterade fokusområdet kulturella och kreativa näringarna. Genom denna resa gavs ett antal kvinnor möjlighet att testa sina produkter på den tyska marknaden. Resultatet av insatsen såg vi inte direkt i ökad försäljning utan resultatet visades främst i form av ökad kunskap kring olika marknadens efterfrågan samt att alla deltagande bolag idag står bättre rustad med kunskap och material inför andra utlandsetableringar eller när det kommer kunder från andra länder kommer till Sverige. Denna aktivitet genomfördes tillsammans med IVB vilket var en förutsättning för att genomföra aktiviteten då vi tillsammans bidrog med rådgivning och ekonomiska resurser.

- Behovsanpassade insatser har varit en aktivitet där affärscoacherna tagit in extern kompetens för att hjälpa företagen. Det största behovet avseende insatser som företagen behövt hjälp med har varit området marknad/sälj. Flera insatser har gjorts med temat sociala medier, översättning av hemsidor och digital marknadsföring. Vi har sett att företag efter träffarna har blivit mer aktiva på sociala medier och har börjat dela vändningsinlägg, en enkel och trevlig form av samverkan mellan företag.
- En viktig aktivitet för att få företag att utvecklas har varit Växtkraft. Initialt i projektet bjöds företag in till aktiviteten och utifrån ansökningar och ekonomiska resurser i kommunerna valdes ett drygt tio tal företag ut till att delta i Växtkraft. Dessa företag har fått extra stöd och hjälp under ungefär två år. En nulägesanalys togs fram och utifrån de identifierade områdena har projektet genomfört insatser för att företagen ska växa.

Vad blev inte som vi tänkt oss:

- Många kvinnor driver företag med fokus på lokal marknad där vi med projektmedel inte får göra insatser. Detta har gjort det svårare att nå kvinnor som driver företag och påverkat statistiken på antal kvinnliga deltagare i våra insatser.
- Vid upphandling av externa konsulter inom de större konsultområdena så togs kunskap inom jämställdhet med som ett utvärderingskriterium. Det var bra initialt men har varit svårt att följa upp. För att säkerställa att externa konsulterna väger in jämställdhetsperspektivet behöver projektledningen genomföra regelbundna uppföljningar med jämställdhet som fokus.
- Ett antal av företagen som deltog i aktiviteten växtkraft har inte utvecklats som vi önskat. Lärdomarna är många men två viktiga saker har identifierats. Den ena är betydelsen av företagets mognad att ta emot hjälp och det stödet som erbjuds och att insatserna görs med utgångspunkt från företaget. Är företaget inte mogen har de inte kraft att genomföra de identifierade insatserna som krävs för att kunna växa. Det andra området är betydelsen av att den konsult som är upphandlad måste matcha med företagaren. Vi jobbar i en förtroendebransch och om inte relationen mellan den externa konsulten och företagaren fungerar så kommer inte insatserna att bli av eller inte bli lika betydelsefulla.

Delmål 2: Tagit fram och förankrat långsiktigt hållbara metoder och arbetssätt

- Näringslivsfunktionerna i kommunerna blir ofta kontaktad av olika företagsfrämjare och blir informerade om erbjudanden de har till företag i regionen. Näringslivsfunktionerna har även god koll på det lokala näringslivet. Detta har varit viktiga parametrar när vi valde ett arbetssätt där näringslivsfunktionerna blev vägen in för företagen till kommunen men även till andra företagsfrämjare. Genom projektet har näringslivsfunktionerna fått en tydligare roll som sluss vilket skapar goda effekter både för företagen och för företagsfrämjare även efter projektets slut.
- Samverkan mellan samverkansparterna har varit viktig. Det har skett en hög grad av samverkan mellan kommunerna. Några exempel är:
 - Affärscoacher har tagit med sig företag i en kommun på studiebesök hos företag i andra kommuner för att visa på möjlighet och se hur andra driver sina verksamheter.
 - Istället för att alla ska uppfinna hjulet själv så har coacherna hjälpts åt att ta fram olika mallar och instruktioner för att göra möten med företagen bättre.
 - Projektet har genom nätverksbyggandet blivit en viktig aktör i inlandet och

regionen med de deltagande kommunerna har via projektets aktiviteter och proaktivitet stärkt sin position i länet.

- Projektets medarbetare har haft regelbundna digitala möten vilket sparat tid men även gett möjlighet till stort utbyte. Detta har gett effekter även i andra kommunala verksamheter där vi kan se ett ökat antal digitala möten.
- Genom samordning har olika gemensamma aktiviteter möjliggjorts bland annat studiebesök, träffar med företagsfrämjare, möten med jämställdhetsstrategi osv. Alla kommuner oavsett storlek har haft möjlighet att delta och har blivit en mottagare av viktig kunskap och information. Vi ser annars en tendens att företagsfrämjare enbart besöker de största kommunerna i inlandet.
- Den första tiden lades det ner mycket tid på att lära känna varandra och på fysiska träffar – den tiden var värdefull och viktig för att få ut bra effekter av samverkan senare i projektet. Goda relationer är en viktig ingrediens för ett långsiktigt samarbete.
- En viktig faktor i projektet har varit att inte uppfinna hjulen själv utan ta hjälp av företagsfrämjare som varit specialist på olika områden som en del i projektets erbjudande till företagen. En lärdom vi gör är att den personliga relationen är viktigare än vetskapen om en organisation/projekt för att det ska nyttjas. Vi har inte gjort allt själva utan vi har byggt ett nätverk. Detta har resulterat i en högre närvaro i regionen av flera aktörer bland annat ALMI, Uminova och andra företagsfrämjande aktörer. Resultatet har bland annat blivit att fler personer i regionen har fått spetskompetens till sina företag och fler personer har utvecklat sina innovationer. Flera av dessa aktörer har även deltagit i en regional Facebookgrupp som startats av Möjligheternas Region tillsammans med Intill och Akademi norr. Gruppen heter Projektsamverkansgruppen och här har det delats information om varandras projekt. Ett sätt att informera varandra om vad som händer så våra aktiviteter inte ska krocka med varandra. Aktörer som vi samverkat med under åren är bland annat:

- AF
- UF
- Akademin Norr
- Intill
- Inlandets Teknikpark
- SFI
- Länsstyrelsen
- ALMI – finansiering, IFS och Innovation
- LTU och LTU Business
- Banker
- Redovisningsbyråer
- Coompanion
- IVB/Region Västerbotten

Vad blev inte som vi tänkt oss:

- Coacherna har i många kommuner hjälpt företag och personer som funderar på att starta företag med det de önskat hjälp inom. Detta är uppskattat men väldigt tidskrävande. Det har i sin tur inneburit mindre tid till proaktivt arbete. Vi har inte utifrån vår ambition sökt upp företag med stor tillväxtpotential eller kvinnliga och utlandsfödda företagare i den utsträckning som vi önskade.

Delmål 3: Utvecklat nära dialog i vardagen mellan företag och kommun.

I projektet har vi på olika sätt haft en djupare dialog med över 600 företag. I dessa möten har vi sett behov hos företag som vi direkt haft möjlighet att hjälpa. Projektet har jobbat nära både geografiskt nära företagen och med nära insatser direkt kopplat till det enskilda företaget. Det har varit insatser utifrån budget, säljutveckling, affärsplaner men även lots till andra företagsfrämjare och lots in till den egna kommunen. Detta har stärkt kommunernas näringslivsfunktioner och kommer att resultera i en ökad kontakt med näringslivet även i framtiden. Det har byggts upp ett förtroende hos det lokala näringslivet som är viktigt för att näringslivsfunktionerna och andra företagsfrämjare i framtiden ska få möjlighet att hjälpa till.

Delmål 4: Stärkt viljan och förmågan att se möjligheter till att starta och utveckla företag

Näringslivsfunktionerna ser ofta stor potential i företagen men om inte företagaren vill utvecklas så får företagsfrämjare inte använda sina verktyglådor. Därför är det viktigt att jobba med att stärka viljan och förmågan att se möjligheterna till att starta och utveckla företag. Detta har gjorts på olika sätt både i individuella coachsamtal men även i marknadsföringsinsatser.

I olika marknadsföringskampanjer har vi lyft företag som har lyckats. Personer med olika kön, ålder och etnisk bakgrund som visat på möjligheten att starta företag och utveckla sina företag. En del av dessa marknadsföringsinsatser har genomförts i form av artiklar i tidningar och andra har genomförts via digitala kanaler. Vi har sett att när projektet marknadsfört företag via kommunernas Facebook-sidor så får annonserna många likes och en stor spridning. Vi ser att det finns ett behov av att lyfta goda exempel och det i sin tur inspirerar andra till att våga.

Delmål 5: Tagit fram och förankrat långsiktigt hållbara metoder och arbetssätt för fler innovativa produkter och tjänster.

Vi har under projektets tid haft en innovationsresurs anställd i projektet som resurs för alla deltagande kommuner. Hennes huvudinriktning har varit att få fler produkter och tjänster från regionen, minska avståndet mellan innovatören och innovationsfrämjarna vid kusten, och hitta ett långsiktigt sätt att arbeta med innovationer.

- Innovationsresursen har försökt bygga upp en arbetsmodell med ett fysiskt möte därefter digital teknik med henne eller andra innovationsfrämjande aktörer. Hon har även byggt upp en relation mellan främjare och näringslivsfunktionerna som är viktig för att nå framgång även i framtiden. Men processen med att få stödsystemet att använda mer digital teknik är en process som tar tid och inget som varit möjligt att förändra under projekttiden.
- Projektet har via affärscoacherna och innovationsresursen förenklat begreppet innovation så att fler känner sig inkluderad i begreppet och fler lokala affärscoacher har vågat prata om innovationer. Fler personer har vågat lyfta fram sin idé och tagit steg närmare en kommersialisering vilket bidrar till att fler även efter projektets slut

kommer att berätta om sina innovativa idéer.

- Olika mallar har plockats fram som näringslivsfunktionerna kan använda i möten med innovatörer. Mallar som både ger stöd i frågeställningar till innovatörerna men även stöd i vilka främjare som finns att kontakta.

13. Kommentera det slutliga utfallet av indikatorerna

Jämför ackumulerat utfall mot målvärde (se punkt 5 ovan) och kommentera eventuella avvikelser samt vilka lärdomar ni har dragit av detta.

Tillväxtverkets indikatorer:

I ansökan till och beslutet från Tillväxtverket angavs ett antal indikatorer. Dessa har varit desamma under perioden men har bytt rubrik utifrån ändrade riktlinjer hos Tillväxtverket.

- Antal företag som får stöd:
 - Mål: 400 stycken
 - Resultat: 388 stycken
- Antal nya företag som får stöd:
 - Mål: 300
 - Resultat: 140
- Sysselsättningsökning i företag som får stöd:
 - Mål: 100stycken
 - Resultat: 26 stycken(19 män och 7 kvinnor)

Detta är en indikator där det är svårt att urskilja projektets påverkan kontra omgivningens påverkan. Nedan följer ett antal resultat och resonemang som visar på projektets påverkan på sysselsättningen.

- Eftersom antalet växtkraftföretag gick från 100 stycken till 12 stycken så meddelade vi i lägesrapporten nr 5 att vi minskar indikatorn sysselsättningsökning. Denna indikator sattes grundat på antal växtkraftföretag.
- Initialt rapporterade affärscoacherna om ett företag anställt någon som direkt följd av stöd via projektet. De rapporterade 21 stycken personer. Detta upphörde då riktlinjerna visade att detta skulle mätas i slutet av projektet. Dessa inkluderas i rapporteringen på totalt 26 stycken)
- En enkät har gått ut under våren 2018 till 70 talet bolag där projektet gjort en fördjupad insats. Av dem svarade 30 stycken. Fyra bolag svarade att de insatser de varit med på har påverkat antalet anställda. Totalt har det anställts fem personer jämfört med 2015 som direkt följd av projektets insatser. Dessa inkluderas i rapporteringen på totalt 26 stycken.
- Enkät till växtkraftföretag gick ut under hösten 2017 med 8 svarande där vi kan ser de svarande då hade ca 40 anställa och de beräknar inom fem år anställd 30 stycken ytterligare.
- Projektet har hjälpt 124 personer att starta företag vilket resulterat i nya anställda i företag.
- Projektet kan hjälpa ett företag med en investering eller utveckling på annat sätt. Denna satsning betyder inte automatisk fler människor utan kan betyda färre anställda men att bolaget blir effektivare och lönsammare och

mer livskraftigt på sikt.

Av projektet egna framtagna indikatorer

- Antal företag som får stöd
 - Mål: 400 stycken
 - Resultat: 388 stycken
 - Varav antal kvinnor (mål)150 st 161 stycken
 - Varav antal unga(18-30år) 50 stycken
 - Varav antal utlandsfödda 50 stycken

- Antal personer som har startat företag
 - Mål: 300 stycken
 - Resultat: 140 stycken
 - Andel av dem som är kvinnor(mål 125st)72 stycken
 - Andel av dem som är unga(18-30år) 37 stycken
 - Andel av dem som är utlandsfödda 30 stycken

- Antal personer som fått nyföretagarrådgivning
 - Mål: 500 stycken
 - Resultat: 335 stycken
 - Varav antal kvinnor 153 stycken
 - Varav antal unga 91 stycken

- Antal möten med personer med idéer
 - Mål: 120st
 - Resultat: 58 stycken har tagit steg i innovationsprocessen.
 - Andel av dem som är kvinnor 19 stycken
 - Andel av dem som är unga (18-30år) 9 stycken
 - Andel av dem som är utlandsfödda 4 stycken

- Vi hade en målsättning vid ansökan att 80 stycken företag skulle ingå i aktiviteten Växtkraft. Med minskad budget och ett mindre intresse från företagen än vad som förväntats landade vi tillslut i 8 företag inom aktiviteten växtkraft.
 - Andel av dem som är kvinnor 2 stycken
 - Andel av dem som är unga 0 stycken
 - Andel av dem som är utlandsfödda 0 stycken
 - Andel av dem som ökat sin lönsamhet alternativt nyanställer 90 %Mätning av lönsamhet i bolag som deltagit i växtkraft är extremt svårt. Det är betydligt färre bolag än vad vi initialt satte som mål. Vissa bolag är relativt nya och har inte fått något första bokslut. Det senaste bokslutet som finns tillgänglig att mäta är för verksamhetsåret 2016.

- Antal företag med individuella handlingsplaner 80st företag
Vi har valt att inte mäta antal handlingsplaner då denna aktivitet samma som för växtkraft blev ett betydligt mindre antal deltagare än budgeterat.

Övriga intressanta reflektioner:

- Hur många företag har startat utan hjälp av MR:

- Antal nystartade företag totalt i åtta kommuner 2015-2017 – 639 stycken (inkl. skogsägare mfl.)
- Antal nystartade företag rapporterat i projektet under samma period 124 stycken.

Totalt 20 % av alla nystartade företag i projektets åtta kommuner under tre år har startat med stöd av Möjligheternas Region

- **Företagsklimatet**
Svenskt näringsliv mäter regelbundet företagsklimatet i alla landets kommuner. Företagsklimatet i vår region har under perioden 2015-2018 har ökat i några kommuner och minskat i några. I snitt under dessa fyra år har fyra kommuner av projektets åtta kommuner ökat i jämförelse med 2015. Under åren 2017 och 2018 har fem kommuner ökat eller har samma sammanfattande omdöme. På nationell nivå har också det sammanfattande omdömet gått upp.

Vad gick inte som vi tänkt oss:

- Projektet har inte upparbetat hela projektbudgeten. Det finns olika anledningar till det. En anledning är att det tar tid att lära känna nya människor, nya företagare, och dörren för externa insatser öppnas. En annan anledning till detta är att det tog tid med upphandlingen av de större konsultområdena, affärsutveckling, marknad/sälj och ekonomi. Upphandlingarna blev överklagade och det tog ungefär ett och ett halvt år innan avtalen var på plats och klar för affärscoacherna att börja nyttja.
- Vi har inte nått alla mål men vi har gjort flera insatser för att inspirera oss alla till bättre målluppfyllnad. Exempelvis:
 - Inspirerat varandra till olika aktiviteter.
 - Utvecklat en projektlogik som styr mer mot aktiviteter.
 - Vi har genomfört fler aktiviteter tillsammans och över kommungränserna.
 - Rapportering har genomförts per halvår med aktivitetsplan och indikatorer

14. Beskriv hur ni arbetat med att sprida projektets resultat

Beskriv större informationsinsatser som utförts i samband med projektavslutet, projektets eventuella resultat samt hur EU:s medverkan har synliggjorts. Bilägg gärna eventuella utvärderingsrapporter.

- Projektet har marknadsfört både företag som inspiration och erbjudanden från projektet genom annonseringskampanjer i lokala annonsblad och tidningar.
- Projektet har tagit fram tre filmer, en inspiration för att visa på vilja och möjligheter att driva företag i vår region, en film med information om projektet och en tredje film som visar på resultat av projektet.
- Projektet har använt en gemensam hemsida/blogg www.mojligheternasregion.se där vi har skrivit fakta om projektet och kontaktuppgifter och dit vi hänvisat när vi önskat informera om kontaktuppgifter och gemensamma aktiviteter. Information, inbjudningar och annat till lokala aktiviteter har vi marknadsfört lokalt via kommunernas egna sociala kanaler och hemsidor.
- Halvvägs in i projektet så genomfördes olika avsparksträffar där både politiker, tjänstepersoner, företagare och övriga intresserade bjöds inför att ta del av

projektets resultat, dess insatser och ge input till framtida insatser.

- Den bästa marknadsföringen har varit företagsbesöken och när företag själva berättat om den hjälp de fått till andra företagskollegor. Vår erfarenhet är att sanningsvittnen är viktiga och företagare lyssnar mer på andra företagare än på projektledare.
- Vi valde att tidigt börja sprida projektets slutresultat medan affärscoacherna var kvar. I början på maj genomfördes därför olika aktiviteter i kommunerna inom konceptet Mitt Europa. Till dessa aktiviteter togs det fram information och statistik från projektet med information om den lokala affärscoachen. Dessa aktiviteter genomfördes på olika sätt, allt från att bjuda på hamburgare, informera på torget, bjuda på lunch och informera i konferensrummet osv. Detta var bra aktiviteter då projektet nådde både företagare och allmänhet för att informera om projektets erbjudande och resultat och vad medel från exempelvis ERUF har använts till.

15. Beskriv uppföljning, utvärdering och lärande

Utifrån Tillväxtverkets riktlinjer avseende utvärdering (3P och 3N) beskriv metoder och insatser för att följa upp och utvärdera projektet samt hur utvärderingen använts för att skapa ett lärande. Bilägg gärna eventuella utvärderingsrapporter.

Se separat rapport från löpande utvärderaren.

16. Diskussion och slutsatser

Beskriv vilka delar av projektet som varit framgångsrika och vilka delar som inte har fungerat lika bra. Ange orsaker och vilka lärdomar som uppstått till följd av detta.

- Under projektets tid har samverkan mellan kommunerna blivit allt bättre. Genom projektet har både projektmedarbetare träffats och övriga anställda på näringslivskontoren haft möten tillsammans. Möjligheternas Region har genom löpande dialog med näringslivscheferna, löpande redovisning till politiker fått en bra förankring lokalt och ett stort förtroende. Förtroendet har gett möjlighet att hålla hög projektfokus och skapat utrymme till bra aktiviteter till förmån för våra företag. Samverkan mellan kommunerna har påverkat till fler samarbetsområden där man ser att det är bättre att jobba tillsammans än en och en.
- Då avstånden mellan kommunerna i regionen är stor beslutade projektmedarbetarna tidigt att använda digitala verktyg för att effektivisera projekträffarna och erfarenhetsutbytet för att istället få mer tid till de lokala företagen. Projektet har haft digitala möten varannan vecka vilket gett möjlighet till många projektgemensamma aktiviteter och erfarenhetsutbyte som påverkat projektet framåt samtidigt som affärscoacherna har haft möjlighet att coacha många företag lokalt.
- I möten med nationella verksamheter och företagsfrämjare blir vi starkare tillsammans. Vi får en större kraft när vi visar på behov och önskemål och företagen i vår region. Ett exempel är exempelvis när vi ifrågasatte regelverket hos Arbetsförmedlingen. Genom att vi var åtta kommuner som tydligt kunde ge information om Arbetsförmedlingens olika sätt att tolka reglerna i våra åtta kommuner så lyssnade dem, och justerade så att det blev samma regelverk och samma tolkning i alla åtta kommuner. Genom att jobba tillsammans finns bättre förutsättningar att påverka.

17. Efter projektslut

Beskriv hur ni arbetar vidare med projektets resultat efter projektet har avslutats

Implementering:

- Verksamt.se/vasterbotten
Påverkansarbete där vi försökte få en särskild sida för västerbotten där företag kan söka hjälp lokalt oavsett projektverksamhet och projektägare men även finna aktiviteter lämpliga för företag att delta på hela inlandet. Region Västerbotten har informerat om att de ska börja jobba med frågan under hösten 2018.
- CRM system
Under projektets tid har vi sett ett behov av att dokumentera företagsmöten och aktiviteter på ett bättre sätt. Det är viktigt att dokumentationen är bra när projektet byter medarbetare vilket minskar uppstartstiden. Det är även viktigt att vi är professionella i möten med företag och att vi följer de lagar och regelverk som finns. För att klara detta behövs ett system för dokumentation och under Möjligheternas Region har vi jobbat fram ett gemensamt system som även kommer att användas som dokumentation i kommande projekt. CRM systemet är ett resultat av projektet som varje enskild kommun själv har haft svårt att implementera men tillsammans har vi hjälpts åt och möjliggör systemet.
- Referensgrupp – bollplank till näringslivsfunktionerna
I flera kommuner har referensgruppen varit en viktig grupp företagare som gett projektet och affärscoachen värdefull information för att jobba efterfrågestyrt. I flera kommuner kommer denna grupp att finnas kvar som lokalt bollplank till näringslivsfunktionerna.
- Halvvägs in i projektet fick alla näringslivskontor ta fram en egen lokal implementeringsplan. Detta för att stanna upp i projektaktiviteterna och reflektera över vad som händer när projektet är slut. Alla kommuner skrev ner en implementeringsplan där de lyfte olika insatser som särskilt viktiga för att lyckas med sin implementering. Några viktiga saker som lyftes var:
 - Flera kommuner lyfter företagsbesök som en viktig metod att implementera.
 - Malå har inkluderat alla personal på utvecklingsavdelningen i projektet vilket gör att alla kan hjälpa till och fortsätta driva viktiga aktiviteter som startats via projektet.
 - Genomgång av mallar och material från projektet till ordinarie personal inom alla tre områden, nyföretagande, affärsutveckling och innovation.
 - Dialog med AF och företagsfrämjare är viktiga.
 - Storuman har sett betydelsen av att näringslivskontoret finns representerad i hela kommunen. Storuman som är en stor geografisk kommun har ambition att regelbundet finnas fysiskt även i Tärnaby/Hemavanområdet.
- Nyföretagarrådgivningen har varit viktig och där finns inga projektresurser lokalt efter Möjligheternas Region. Här har vi initierat ett samarbete med studieförbunden för att visa på behovet av lokala Nyföretagarenor. Vår förhoppning är att näringslivsfunktionerna tillsammans med studieförbund kan starta denna verksamhet i samarbete mellan kommunerna. I gruppen nysvenskar och att starta

eget information på lätt svenska har vi förmedlat kontakt mellan till Almi och lokala SFIgrupper för att de utan inblandning av näringslivsfunktionerna ska genomföra träffar digitalt. En första informationstillfälle har varit och vår förhoppning är att detta arbete fortsätter i de nya grupperna.

- Under projektet togs det fram ett arbetsmaterial kring coachande förhållningssätt. Detta material har använts i olika träffar med företag och har satt en prägel på hur vi möter våra företag. Idag är det naturligt att vi pratar om olika människors egenskaper och drivkrafter för att nå bästa resultat i våra möten med lokala företag.

18. Övriga kommentarer

Ange eventuell ytterligare information om projektet och dess resultat som bör uppmärksammas