

# Varumärket VGR

Utbildning politik

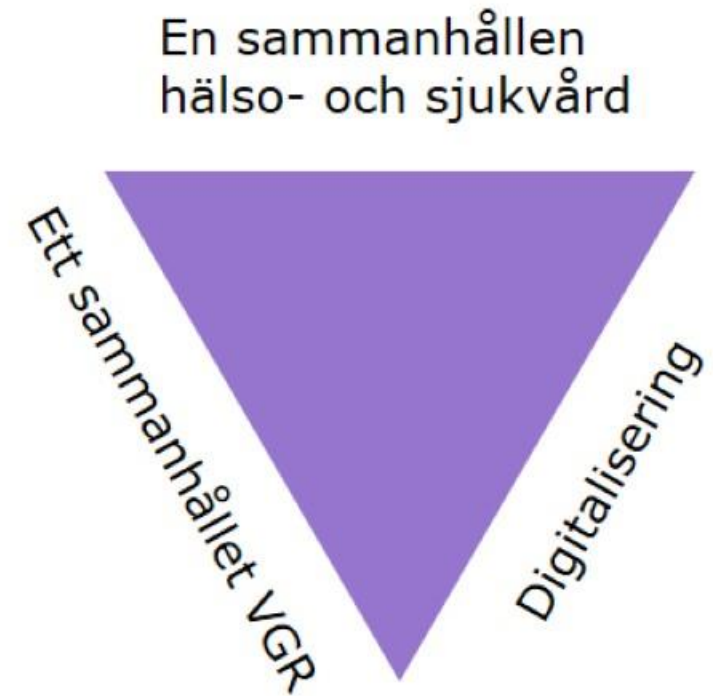
Maj 2023



## Varumärkesarbete:

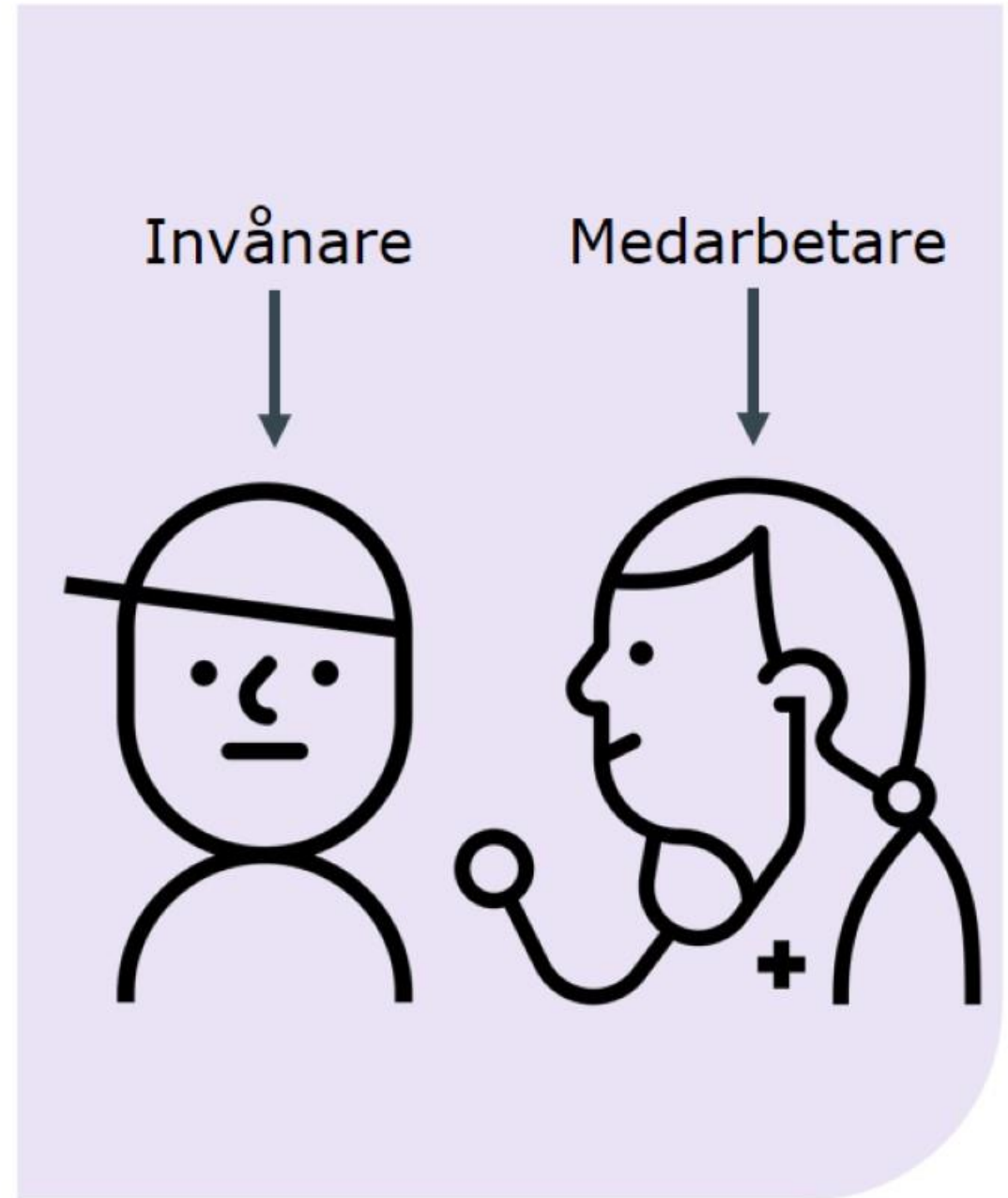
### Ett stöd i förverkligandet av VGR:s strategier

- Tydlighet: utgår från invånarens behov
- Trygghet: Ett VGR som bättre hänger ihop
- Ett stöd att bli en attraktiv arbetsgivare
- Ett stöd till en sammanhållen hälso- och sjukvård
- Möta krav på tillgänglighet, digitalisering och modern kommunikation



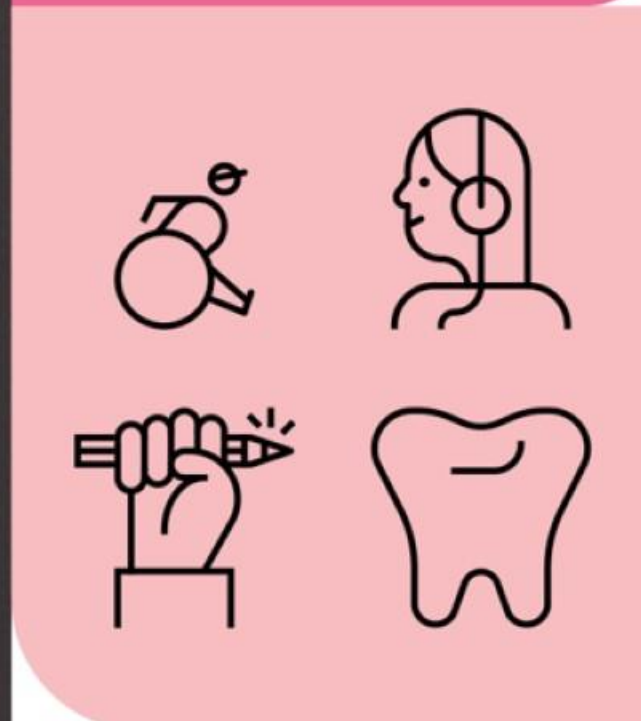
# En bred syn på varumärke

- Det är vad VGR står för
- Det är relationen till kollegor och upplevelsen av att arbeta i VGR
- Det är hur vi möter invånare och hur de upplever VGR och de tjänster vi utför
- Det är hur VGR ser ut när vi kommunicerar





**Slöjdmässan**  
29.3–2.4 2023



VGR Sans Bold

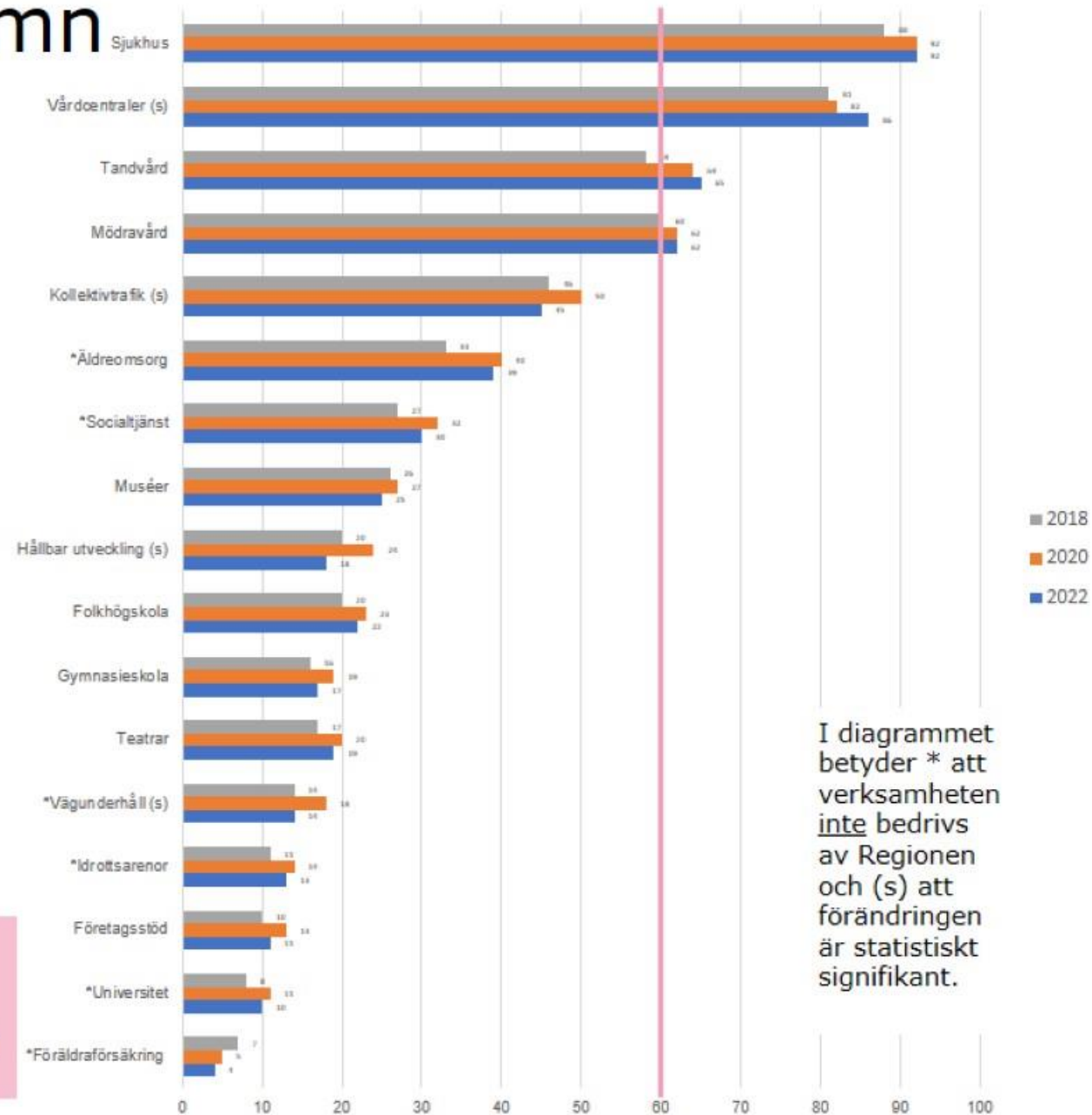
**Ett gott liv för  
varje människa.**

**Nuläge:  
Styrkan i varumärket  
- Vad säger invånaren**

Invånarmätning december 2022

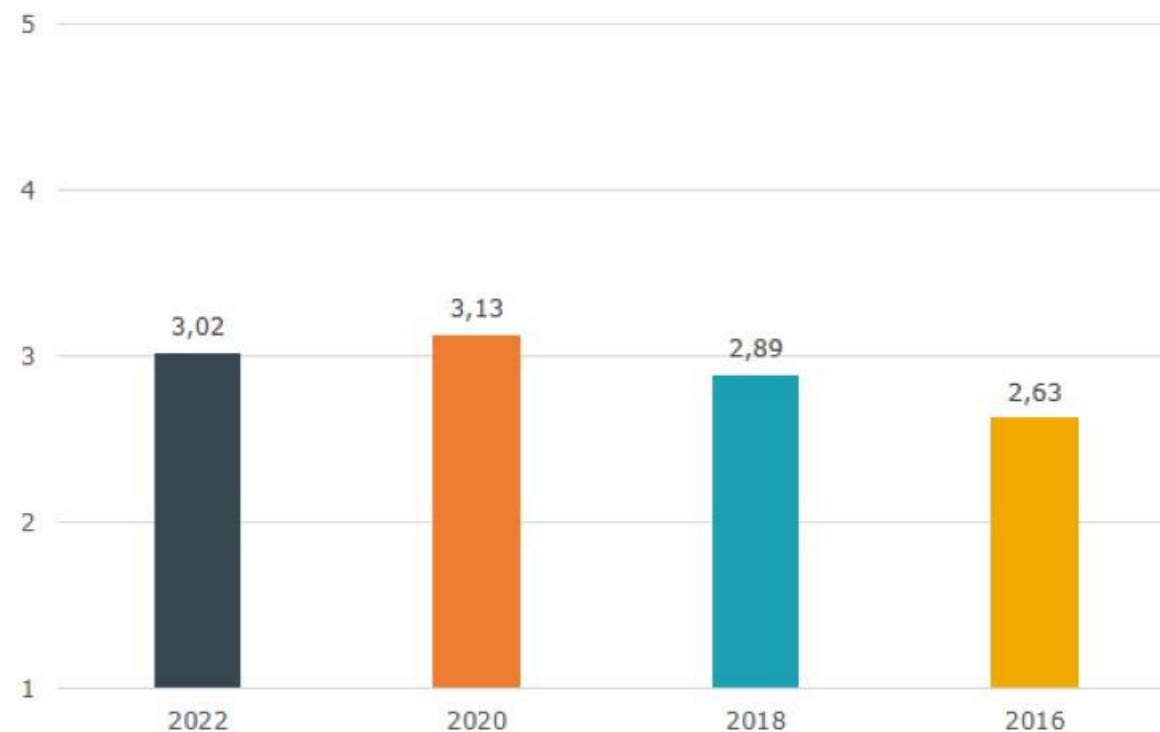
# Kunskapen om VGR är ojämn -en legitimitetsrisk

- Invånares kunskap om VGR:s uppdrag för hälso- och sjukvård är god.
  - VGRs övriga uppdrag har bristande kännedom
  - Legitimiteten för uppdraget riskeras - när invånare inte vet vad vi gör?
- +60% kännedom/kunskap ger stöd åt förtroende och legitimitet



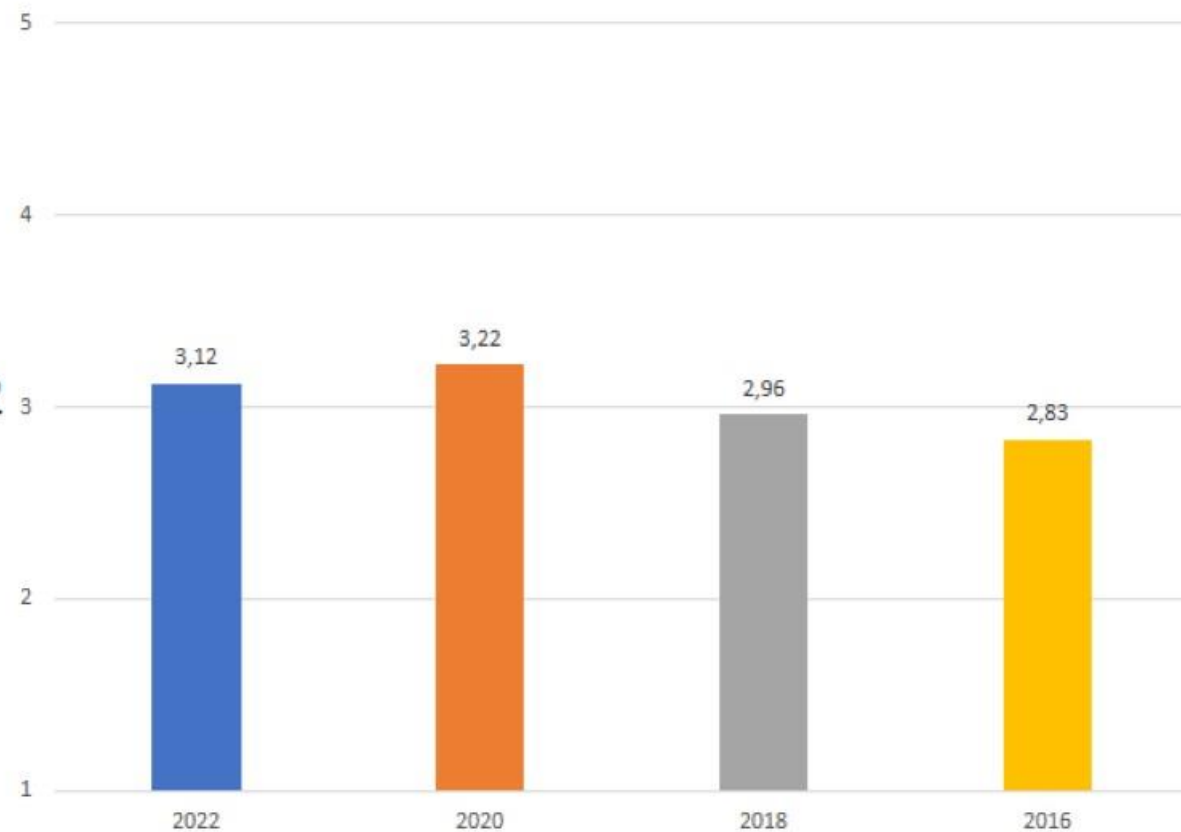
# VGR lever upp till mina förväntningar.

Den positiva trenden med fler invånare som upplever att VGR lever upp till förväntningarna är bruten. Genomsnittet för 2022 är 3,02 jämfört med 3,13 under 2020. Förändringen är statistiskt signifikant.



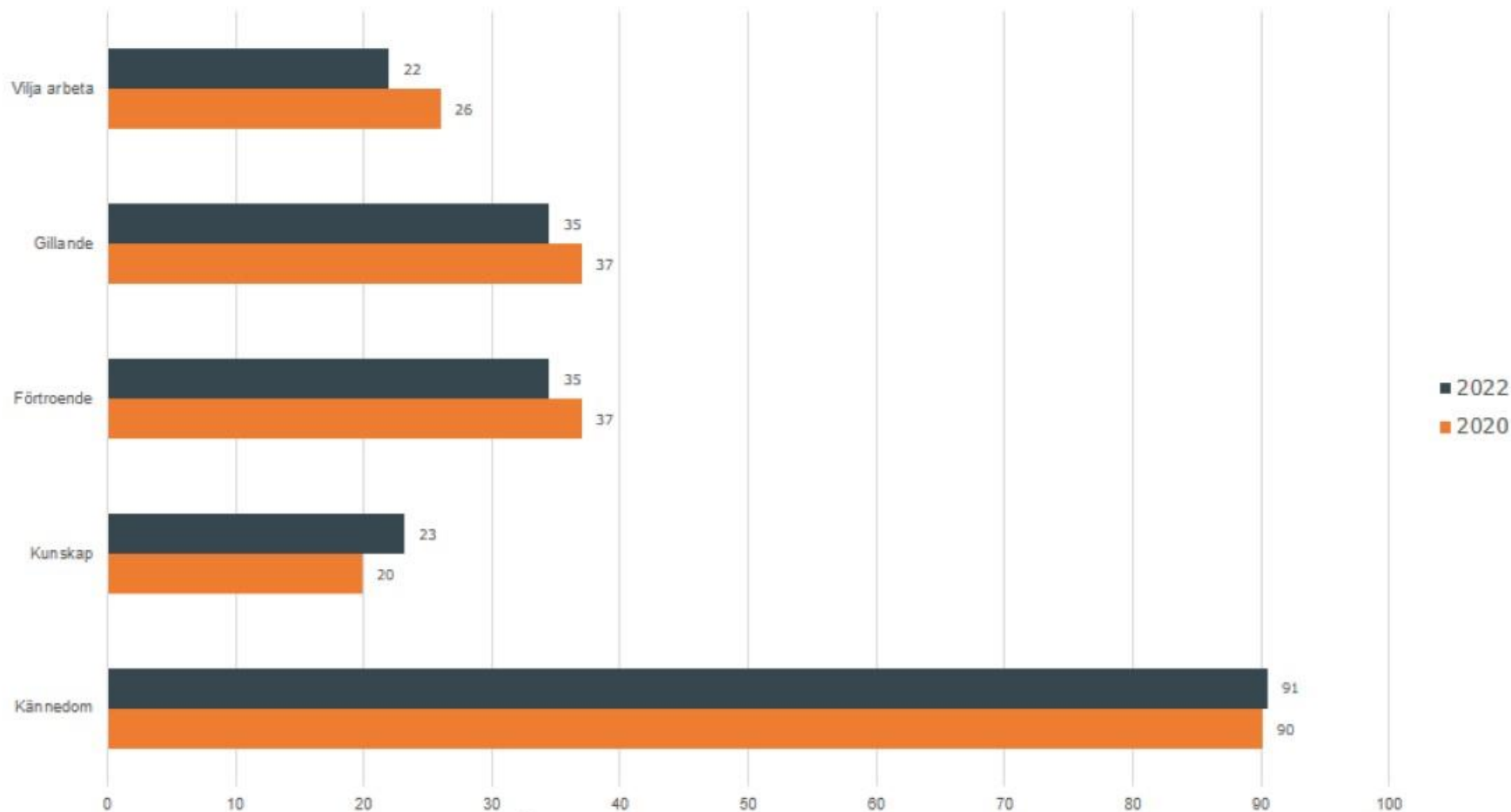
# Jag har förtroende för VGR

Undersökningsresultaten visar att trenden med ökande förtroendet för Västra Götalandsregionen har avstannat då 2022 visar ett förtroende på 3,12 jämfört med 3,22 2020 innan. Förändringen är statistiskt signifikant.



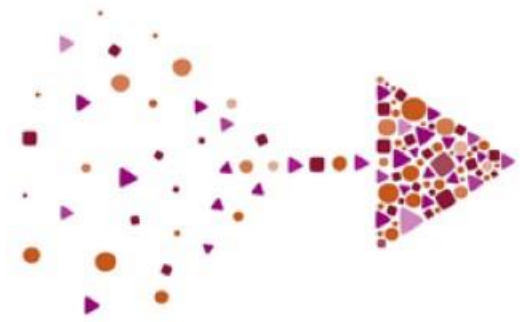


# Varumärkestrappan



I varumärkestrappan framgår att kännedomen om Västra Götalandsregionen är hög. Däremot är kunskapen (djupet i kännedomen) svagt. Det är genomgående små förändringar mellan 2020 och 2022.

**Detta är VGR**



# En sammanhållen region och beslut

Ledning och styrning som  
skapar förutsättningar för  
tillit



En organisationskultur som  
grundar sig på tillit



# Vår önskade organisationskultur



**Vi finns till för invånarna**

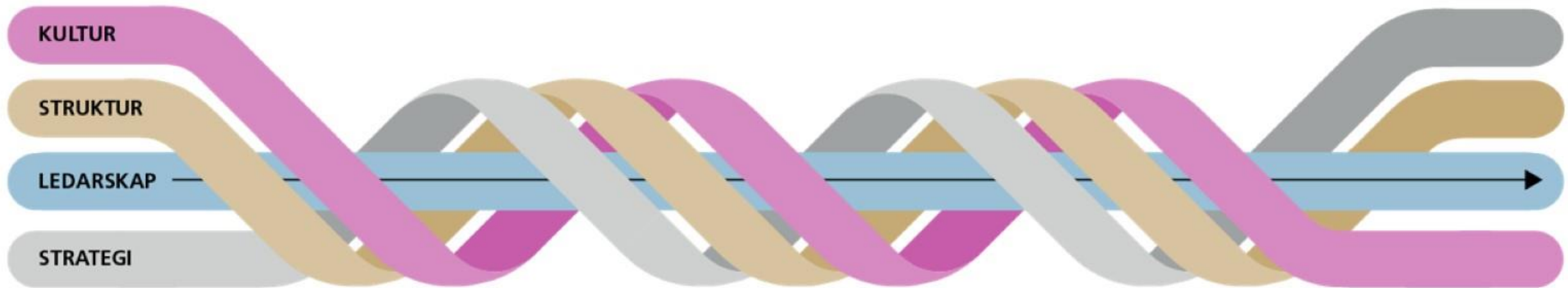


**Vi styr med tydliga mål  
och tillit i genomförandet**



**Ett klimat där vi vågar ta egna  
initiativ och eget ansvar**

# Kultur speglas i våra strukturer och strategier – hur vi leder organisationen



# Detta är VGR

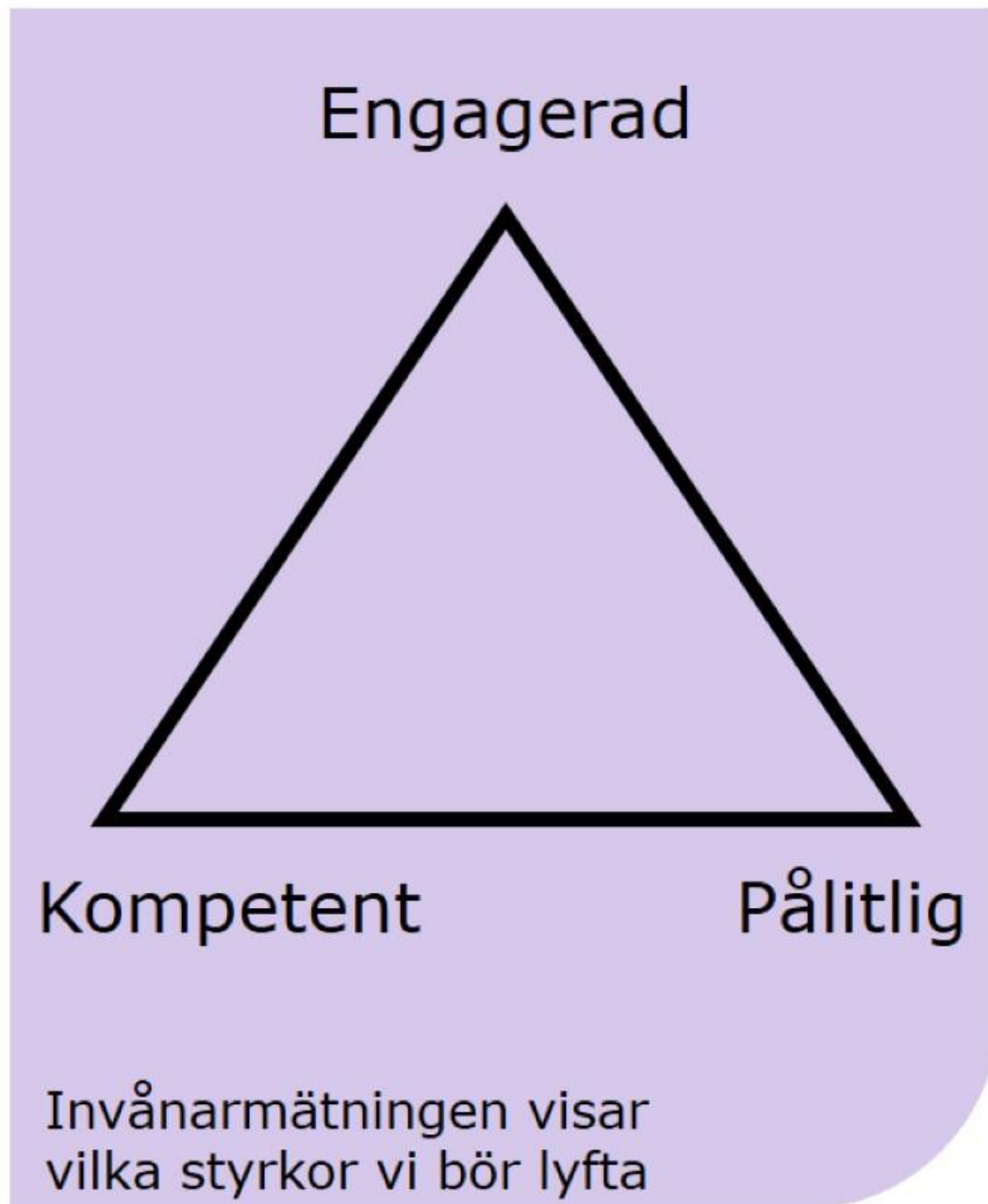
Invånare

En ledande samhällsutvecklare  
med alla invånares bästa  
för ögonen

Medarbetare

Vi bryr oss om dig  
som gör skillnad för andra

VGR:s identitet beskriver vilka vi vill vara och  
hur vi vill agera som organisation.  
För våra invånare och medarbetare



**Dialog: Hur kan du som politiker  
bidra till att skapa förutsättningar för  
tillit i organisationen**



**Hur blir vi tydliga och relevanta?**



# En sammanhållen hälso- och sjukvård



Modervarumärket VGR är avsändare för en sammanhållen hälso- och sjukvård med servicepunkten i fokus

# Verksamheter i konkurrens

Axvalla hästcentrum



**Dialog: Hur kan vi arbeta för att  
invånaren vet att regionen  
äger/driver Göteborgs symfoniker  
– eller ngt av våra andra bolag  
(demokratiska perspektivet)**





VÄSTRA  
GÖTALANDSREGIONEN