

# Bilaga 1: Beskrivning av utvecklingsfaserna

## Utvecklingslogik DIS

Utvecklingen av digital inflyttarservice och gotland.com sker inom ramen för fyra parallella spår (digital inflyttarservice, gotland.com, kommunikation och Gotlands platsvarumärke, organisering och styrning) där varje spår har sin egen utvecklingslogik. Kopplingarna mellan spåren är avgörande för att skapa en fungerande helhetslösning både internt (verksamheter inom Region Gotland) och externt.

### Digital inflyttarservice (DIS)

Gotland.com kommer utgöra grunden för att utveckla en digital inflyttarservice med funktioner och innehåll som inspirerar, guidar och informerar målgrupperna om livet på ön och tillgodoser behov och frågor inför eller under en flytt till Gotland. Ingångarna Bo & Leva samt Arbeta & Utveckla kommer utvecklas och nytt innehåll skapas. Gotland.com är också större än Relocation-projektet i sig.

Plattformen fungerar som en strategisk resurs för samlad kommunikation om Gotland som plats och samlar redan idag över 1500 användare från näringsliv, föreningsliv och organisationer. Den digitala inflyttarservicen är och måste vara mer än en webbsida – den omfattar innehåll, funktionalitet, datainsamling och interaktivitet. Innehållet tas fram i samverkan med gotländska intressenter så som arbetsgivare och andra organisationer som kan bidra med relevant innehåll till plattformen.

<b>Projektfas</b>	Roadmap, målgruppsanalyser och benchmarking, effektkarta, prioriterade funktioner (boende, arbete, vardagsliv). Första version implementeras under 2025–2026.
<b>Fas 1</b>	Vidareutveckling enligt roadmap. Testning och justering av innehåll och funktion (t.ex. områdesguide, Recruto, kontaktformulär). Insamling av användardata och intern förankring av implementeringssfasen från 2027.
<b>Fas 2</b>	Implementering, förvaltning och vidareutveckling inom ordinarie struktur. Funktioner integrerade genom gotland.com och andra nödvändiga kanaler.

### Innehåll på gotland.com

<b>Projektfas</b>	Målgruppsanpassat innehåll utvecklas utifrån insikter. Ny struktur för bo, leva och arbeta. Grundläggande texter och artiklar produceras.
<b>Fas 1</b>	Redaktionellt arbete fortsätter. Nya artiklar, bildmaterial, guider. Fortsatt utveckling av strukturen i samspel med DIS-funktioner.

<b>Fas 2</b>	Löpande innehållsförvaltning och uppdateringar inom definierade ansvarsområden.
--------------	---

#### Kommunikation och varumärke

<b>Projektfas</b>	Kommunikationsstrategi, målgruppssegmentering och första testkampanjer, varumärkesstöd tas fram.
<b>Fas 1</b>	Fortsatt kommunikation on-site och off-site. Mindre kampanjer, nyhetsbrev, storytelling. Förberedelse för långsiktig kanalstrategi och arbetsgivarstöd.
<b>Fas 2</b>	Kommunikationsarbete drivs som del av platsvarumärkets strategi. Samverkan med arbetsgivare och aktörer förstärks.

#### Långsiktig strategi och organisering

<b>Projektfas (2023– april )</b>	Strukturering av projektmål, samverkansmodell, insiktsarbete och nulägesanalys. Utveckling av Gotlands attraktionsmodell (GAM). Förslag till framtida organisering tas fram.
<b>Fas 1 (maj-dec 2026)</b>	Fördjupning av roller, ansvar, finansiering. Dialog med förvaltningar, styrgrupp och externa aktörer. Förberedelse av underlag för beslut i budgetprocessen 2027.
<b>Fas 2 (Från 2027)</b>	Beslutad ansvarsfördelning och långsiktig finansiering. Övergång till ordinarie struktur.