

# Bilaga 1: Beskrivning av utvecklingsfaserna

## Utvecklingslogik

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 inåt (verksamheter inom Region Gotland) och utåt (externa samverkan). En väl genomarbetad grund har lagts under projektarbetet men flera komponenter och verksamhetskoordineringar ställer krav på utveckling och förankring under en övergångsfas inför slutgiltig implementeringsfas från 2027.

### Digital inflyttarservice (DIS)

<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.