



Emådalens Landsbygdscentrum Ek. förening

IP-strategi rapport

Prep.	Christina Nordström	2018-10-24	Number of pages.	16
Appr.	Mårten Persson	2018-10-24	Doc kind.	Rapport
Version.	1.0		Title.	IP-strategi: Emådalens Landsbygdscentrum

Innehåll

1	INTRODUKTION	3
1.1	Affärsidé och strategiska mål	3
1.2.	Marknadsstrategi	3
2	FÖRETAGETS ÄGARE	5
3	TJÄNSTEPORTFÖLJ	5
4	IDENTIFIERADE TILLGÅNGAR	5
4.1	Summerande analys av intellektuella tillgångar	6
5	TJÄNSTEINNOVATIONER OCH IP	9
5.1	Introduktion	9
5.2	Rätt intellektuell rättighet för tjänster	9
6	LOKAL KONKURRENS	10
7	MÅLSÄTTNING FÖR EN IP-STRATEGI	11
8	VARUMÄRKEN	11
8.1	Förslag till aktiviteter	11
9	KONTRAKT (Legala och Kommersiella)	12
9.1	Förslag till aktiviteter	12
10	KOMMUNIKATION	12
10.1	Förslag till aktiviteter	12
11	IDÉUTVÄRDERING	13
11.1	Förslag till aktiviteter	13
12	FÖRETAGSHEMLIGHETER	13
12.1	Förslag till aktiviteter	14
13	FÖRSLAG TILL TJÄNSTEPARAMETRAR ATT ARBETA MED	14
13.1	Potentiell IP-matris	15

Bilaga

1 INTRODUKTION

Om Emådalens Landsbygdscentrum ska kunna behålla och framför allt stärka sin marknadsposition så är det nödvändigt att arbeta aktivt och medvetet både med tjänsteinnovation och med själva innovationsprocessen i syfte att säkerställa sin ställning som ledande inom företagstjänster för sitt marknadssegment. Det är viktigt att ha en god överblick över vilka aktörer som är aktiva på marknaden samt vilka marknadstrender som är aktuella. Varumärkesbyggande är en process som skapar starka varumärken och signalerar marknadsposition samt innovationskapacitet.

Detta dokument är en tvådelad rapport från IamIP som ska tjäna som ett stöd för Emådalens Landsbygdscentrum i sitt arbete med att utveckla en IP-strategi, framför allt för sitt företagshotell, som är i linje med affärsstrategin.

Rapporten består av två delar;

- **Del A:** Identifiering och ägande av företagets intellektuella tillgångar;
- **Del B:** Rekommendationer och förslag.

Det är viktigt att notera att en IP-strategi är en adaptiv process som måste utvecklas tillsammans med tjänsteinnovation och marknadsframgångar. IP-strategin måste därför kontinuerligt ses över och uppdateras.

1.1 Affärsidé och strategiska mål

Emådalens Landsbygdscentrums affärsidé grundar sig på att hålla hög servicenivå och funktionell kvalitet med personlig touch. Arbeta nära och långsiktigt med kunderna, vilket kräver engagemang på plats i företagshotellet. Företaget ska utforma tjänstekoncept samt tillhandahålla högkvalitativa servicetjänster genom att kontinuerligt utveckla sina tjänster. Tjänsterna utformas med en djup förståelse av och kunskap i Emådalens lokala företags- och föreningskultur.

Strategiska mål är:

- Att bli det självklara valet för innovativa småföretag och föreningar i Emådalen.
- Att kunna erbjuda de mest kundanpassande tjänsterna och mest funktionella lokalerna på marknaden.

Emådalens Landsbygdscentrum vill uppfattas som en trygg och hållbar partner som har förmågan att introducera nya tjänster av högsta kvalitet på ett kostnadseffektivt sätt.

1.2. Marknadsstrategi

Emådalens Landsbygdscentrums mission är att erbjuda lokala företag och föreningar ett urval av moderna lokaler tillsammans med högkvalitativa servicetjänster genom att:

- Behålla och utveckla tjänstekonceptet i Högsby.
 - Erbjuder skräddarsydda lokallösningar till lokala företag och föreningar
 - Erbjuder servicetjänster utvecklade tillsammans med kunder
- Utveckla sin B2B (Business to Business) marknadsplan och vända sig till strategiska innovativa lokala företag.

Del A

Identifiering och ägande av företagets intellektuella tillgångar

Den här delen listar företagets alla intellektuella tillgångar samt klargör ägandeskapet av företaget. Tonvikten ligger på identifiering och analysering av de tjänster som är av strategisk vikt för företaget. Följande parametrar analyseras:

- Intellektuella tillgångar
- Ägande
- Framtida intellektuella tillgångar

2 FÖRETAGETS ÄGARE

Emådalens Landsbygdscentrum är en ekonomisk förening och ägs till lika del av de 32 medlemmarna som samtliga är jord- och skogsägare från Hultsfreds och Högsby kommun.

3 TJÄNSTEPORTFÖLJ

Emådalens Landsbygdscentrum äger en fastighet som består av 4 hyreslägenheter och ett företagshotell med 7 kontorslokaler samt en utbildningslokal. En kontorslokal ligger inte fysiskt i företagshotellet utan i en angränsande byggnad med egen ingång. De 6 övriga är samlade i företagshotellet. Emådalens Landsbygdscentrum hyr ut kontorslokalerna till i första hand lokala företag och föreningar med ambitionen att inkludera högkvalitativ service till sina kunder. I synnerhet strävar man efter att den kunskap inom affärsrådgivning och entreprenörskap som medlemmarna besitter ska komma kunderna till godo.

Kontorslokalerna är tänkta att användas av lokala småföretag och föreningar, företrädesvis innovativa sådana. Emådalens Landsbygdscentrum har know-how att kundanpassa servicetjänsterna till de specifika förhållanden som kan förekomma.


Utbildningslokalen har egen ingång och är försedd med kök och WC. Lokalen används även för små och medelstora möten och som föreningslokal.

I fastigheten ingår två före detta bankvalv. Dessa nyttjas som arkiv och hyrs ut till kunder för förvaring av dokument. Arkiven är särskilt lämpliga för föreningar och företag som har behov av arkivering av äldre handlingar etc.

Emådalens Landsbygdscentrum strävar efter att kontinuerligt erbjuda nya innovativa tjänster till sina kunder.

4 IDENTIFIERADE TILLGÅNGAR

Emådalens Landsbygdscentrums intellektuella tillgångar består av varumärke samt företagsnamn men också andra typer av intellektuella tillgångar som; kompetens och know-how, upphovsrättsliga alster och avtal. Tabell 1 visar företagets intellektuella tillgångar med kommentarer.

Intellektuell tillgång	ID	Kommentarer
Företagsnamn	Emådalens Landsbygdscentrum	Registrerat i Sverige
Varumärken		Oregistrerat varumärke
Patent	N/A	
Designskydd	N/A	
Interna manualer och arbetsflöden	Existerar delvis	Endast ett fåtal dokument existerar
Kundregister	Existerar	Är dokumenterat
Kompetens och know-how	Excellence inom området	
Tjänstutveckling	-	Företaget har flera idéer för utveckling av nya tjänster som borde dokumenteras.
Domännamn	Inga	Domännamn för hemsida bör registreras
Upphovsrättsligt skydd	Är hävdad i mindre utsträckning	Upphovsrättsligt skydd är hävdad på ett fåtal publikationer.
Avtal	Existerar delvis	Avtal finns för kunder i företagshotellet.

Tabell 1: Emådalens Landsbygdscentrums intellektuella tillgångar

4.1 Summerande analys av intellektuella tillgångar

Här presenteras en analys samt i vissa fall föreslagen framtida justering av företagets nuvarande intellektuella tillgångar.

i) *Företagsnamn*

Emådalens Landsbygdscentrum Ekonomisk förening registrerades 1999 och har firmanamnsskydd för "Emådalens Landsbygdscentrum" i Sverige, enligt firmalagen. Namnet har en stark anknytning till regionen och de gröna näringarna som dominerar stort i Kalmar län och kallas ibland i folkmun för "Böndernas Hus". Företaget har en stark ambition att bredda begreppet.

ii) *Varumärken*

Företaget hävdar rätten till ett oregistrerat varumärke – en figur kombinerad med ord. I dagsläget används detta varumärke mycket sparsamt och man bör därför öka kännedomen.



Varumärkesskydd är ofta motorn i tjänsteinnovation. Andra registrerbara immaterialrätter är inte relevanta för tjänster utan bygger ofta på att man har en produkt. Därför är det viktigt för ett företag som Emådalens Landsbygdscentrum att bygga sitt varumärke och göra det känt på marknaden. Att bygga sitt varumärke är till största delen en intern process där man reder ut vision, mission, syfte, målgrupp, löfte, värderingar samt insikter.

iii) *Interna manualer och arbetsflöden*

Existerande intern dokumentation bör märkas med symbolen © tillsammans med datum när dokumentationen skapades. Exempel på ett sådant internt dokument är hyresavtal och instruktioner till kunderna. Det kan bli nödvändigt med en sådan märkning om företaget utökar med ytterligare lokaler för uthyrning. Sådant dokumentation kan också vara användbar för att identifiera nya intellektuella tillgångar alternativt nya tjänster.

iv) *Kundregister*

Bör hanteras som en företagshemlighet eftersom företaget opererar på en B2B-marknad. Bara de som behöver ha denna information i sitt dagliga arbete ska ha tillgång till kundregistret.

v) *Kompetens och know-how*

Samtliga 32 medlemmar har gedigna kunskaper i entreprenörskap och företagande inom de gröna näringarna, vissa även inom vidareförädling av lokala produkter. I föreningen finns företag som omsätter allt mellan några hundra tusen kronor upp till 60 miljoner, vilket visar på den underliggande styrkan i verksamheten. Några medlemmar har också lång erfarenhet inom affärsrådgivning. Juridisk kompetens finns i viss mån.

vi) *Tjänsteutveckling*

Idag bedrivs inte tjänsteutveckling i någon strukturerad form. Företaget tillhandahåller basservice för sina kunder som exempelvis tillgång till WiFi, arkivplats, postlåda, kopian och möteslokal. Städservice ingår också i avtalet. Eftersom alla medlemmar har lång erfarenhet av entreprenörskap så finns det ett antal idéer till nya tjänster som skulle vara av stort värde för

existerande och framtida kunder, exempelvis ett mentorskapsprogram samt utbildningspaket. Då företaget är beroende av tjänsteutveckling för sin överlevnad bör denna kompetens dokumenteras och kommuniceras i företaget.

vii) **Domännamn**

Idag har Emådalens Landsbygdscentrum inga domännamn registrerade. Det är nödvändigt i dagsläget att ha åtminstone ett domännamn registrerat i syfte att skapa en hemsida som informerar och kommunicerar företagets tjänsteutbud och kompetens för att skapa en bättre kännedom om vad man erbjuder Emådalens företag och föreningar.

viii) **Upphovsrättsligt skydd**

Det är viktigt att hävda upphovsrättsligt skydd för allt publikt material.

För närvarande hävdas upphovsrättsligt skydd endast för ett fåtal publikationer.

Företaget bör också hävda sin upphovsrätt genom att sätta symbolen © på allt informationsmaterial som publiceras, exempelvis framtida webbplats, publikationer, rapporter och presentationer, exempelvis föreläsningspresentationer och andra presentationer.

ix) **Avtal**

Alla avtal som rör intellektuella tillgångar bör revideras kontinuerligt.

Emådalens Landsbygdscentrum har avtal med

- Företag som hyr lokaler, men avtalen inkluderar inte hur man ska reglera immaterialrätter. Detta kan vara viktigt att inkludera, särskilt om företagskunderna utvecklar nya idéer i företagshotellet som diskuteras med andra företagskunder i mötesrum eller dylikt.
- Föreningar som hyr lokaler för möten och föreningsverksamhet samt för arkivering i företagshotellets säkra arkiv.

Emådalens Landsbygdscentrum har inga specifika avtal med

- Anställda, eftersom man idag inte har några anställda. Om man väljer att anställa personal för att sköta företagshotellet är avtal av typen sekretessavtal med anställda viktigt. Särskilt viktigt då företaget vill säkra företagshemligheter i samband med tjänsteutveckling.

Del B

Rekommendationer och förslag

Denna del syftar till att ge en grund till att utveckla och genomföra en IP-strategi genom att klargöra och ge svar på:

- Hur man kan integrera intellektuella tillgångar i tjänsteutveckling
- Hur man kan hantera dessa tillgångar för att skapa värden
- Hur man kan skapa en IP-strategi som är en del av den övergripande affärsstrategin

5 TJÄNSTEINNOVATIONER OCH IP

5.1 Introduktion

Vi jobbar idag med nya innovationsprocesser inom tjänsteinnovation där slutresultatet är en tjänst och inte en produkt. Processen innefattar ett större engagemang från kunder där inslag av kundbeteende, kundsamverkan och kundinitiativ är större än för produktinnovationer. Tjänsteinnovatörerna är också ”nya” och ofta ser de sig själv inte som innovatörer.

Problemet är att det inte finns något traditionellt sätt att se på tjänsteinnovationer ur ett immaterialrättsligt perspektiv. Immaterialrätten är i huvudsak uppbyggd ur ett produktperspektiv och de lagar som reglerar immaterialrätten har sitt huvudsakliga ursprung från slutet av 1800-talet.

Tjänster är icke-materiella – det är själva utförandet som är tjänsten. Betydelsen av interaktion mellan producent och kund är viktig i tjänsteutveckling. Tjänster skapar även en interaktion mellan kunder/användare.

Vanliga parametrar vid tjänsteutveckling är:

- **Tjänstemix** är viktigt för tjänsteinnovation. Den mix man erbjuder kan vara tjänster i form av mervärde av den ursprungliga tjänsten men också vitt skilda tjänster från andra branscher. Som ett exempel kan nämnas bilservicebolag som erbjuder ett träningspass i anslutning till att man utför en service på bilen.
- **Anpassning.** Till vilken grad ska kunden tillåtas att anpassa tjänsten i utförandet? Som exempel på detta kan nämnas ”Bodypump-konceptet” där träningspasset är helt uppstyrt av upphovsmannen och där kunden, gymmet, inte tillåts ändra något kontra personlig tränare där hela idén utgår från slutkundens behov.
- **Prisprofil.** Standardiserad prisbild eller flexibel?
- **Tillgänglighet.** Geografisk, öppettider fasta eller varierade öppettider, exklusivitet eller inte.
- **Intryck.** Vilka associationer vill man skapa i samband med tjänsteutövning. Som exempel kan nämnas bakning i butik (doft).

5.2 Rätt intellektuell rättighet för tjänster

Det är viktigt att man tydligt beskriver vad det är för problem som man löser av affärsmässiga skäl med intellektuella rättigheter. Först ska tjänstekärnan och den kärnkompetens som krävs för att utföra tjänsten definieras. Vilka värden man bygger sitt varumärke med kan bli avgörande för resultatet. Viktiga delar att dokumentera är:

- **Tjänsteidén.** Dokumentera i detalj vad tjänsten består i, hur den ska utföras samt vem som är mottagare. Behandla dokumentet som en företagshemlighet. Skydd för företagshemligheter är ett närstående skydd till immaterialrättskydd. Lagen om skydd för företagshemligheter gäller endast om man är näringsidkare. Offentlig sektor ingår inte. Skyddet gäller endast området information, det vill säga sådant man kan kommunicera och informera om. Tyst kunskap kan aldrig vara en företagshemlighet utan tillhör individen. Information kan vara:
 - teknisk (det hemliga coca cola-receptet)
 - kommersiell (relation till marknad, affärsplan)
 - administrativ (hur man beskriver sin verksamhet, driftsförhållanden)

Lagen om skydd för företagshemligheter skyddar endast mot angrepp, exempelvis att ägare eller anställda yppar företagshemligheter.

- **Presentation av tjänsten.**
 - Lagen om skydd för företagshemligheter säger att det räcker om man är tydlig med att klargöra vid presentationstillfället att man delar med sig av informationen i förtroende. Viktigt att dokumentera vad som presenterats, till vem och när.
 - Upphovsrättslagen är en exklusiv rätt som är harmoniserad mellan de flesta länder. Den fysiska presentationen av tjänsten ger ett upphovsrättsligt skydd. Ange © + år och företagsnamn på presentationen. Skydd i form av upphovsrätt gäller endast för exakta kopior, inte själva innehållet.
 - Varumärkeslagen ger möjlighet till ett immaterialrättsligt skydd – en exklusiv rätt. Ett varumärkesskydd kan vara registrerat ® eller oregistrerat ™ där det registrerade ger ett starkare skydd. Varumärkesskydd är ofta motorn i tjänsteinnovation. Använd alltid varumärket i presentationer, och inkludera symbolen för oregistrerat respektive registrerat varumärke. Detta ger ett varumärkestänk för tjänsten hos intressenterna.
- **Marknadsintroduktion av tjänsten.** Här är varumärkesskydd en viktig ensamrätt att inkludera i sin kommunikation.
 - Dokumentera internt vilka värden som företaget har laddat eller kommer att ladda varumärket med – s k branding, samt ange hur dessa värden kommuniceras mot marknaden. Notera att en tydlig kommunikation ger ett starkare varumärke.
 - Marknadsrätten i sig ger ingen ensamrätt utan ska reglera renommésnyltning och imitationer som kan vara vilseledande.
 - Företagshemligheter kan också användas mot marknaden. Som exempel kan nämnas att Mc Donalds använder rött och gult, färger som ska öka aptiten.

6 LOKAL KONKURRENS

Idag finns det ett fåtal aktörer i Emådalen som hyr ut lokaler. Oftast rör det sig om aktörer som erbjuder lokaler att hyra till handelsbolag alternativt lokaler till kunder som är i behov av förrådslokaler. Någon direkt konkurrent som hyr ut lokaler i syfte att skapa kreativa mötesplatser där kunderna kan utvecklas existerar inte i Emådalen.

Företag som verkar inom lokaluthyrning i Emådalen är:

- Handelsstaden Högsby AB har en person anställd och hyr ut lokaler till handel och butiker.
- SLU Gabrielsson AB har två personer anställda och hyr ut lokaler till handel och butiker.
- Högsby kommun hyr ut lokaler, Magasin HEAB, som i huvudsak ska tjäna som förrådslokaler.

De kreativa och gröna näringarna i Emådalen har inga eller mycket få alternativ till att hyra lokaler där de kan utvecklas och få inspiration tillsammans med andra liknande verksamheter.

Emådalen Landsbygdscentrum med sina medlemmar framstår som ett utmärkt val för de lokala kreativa och gröna näringarna, särskilt då medlemmarna besitter djup kunskap inom området och har gedigen erfarenhet i företagande och entreprenörskap. Dessutom har man kompetens inom affärsrådgivning som är belägen i samma byggnad som företagshotellet.

7 MÅLSÄTTNING FÖR EN IP-STRATEGI

För att man ska nå en marknadsledande position är det viktigt att Emådalens Landsbygdscentrum jobbar aktivt och kontinuerligt med tjänsteinnovation samt bygger ett starkt varumärke som signalerar ledarskap inom tjänster för sitt företagshotell. Det övergripande målet för en IP-strategi är att generera de intellektuella tillgångarna som stärker värden i företaget.

Målet för denna handledning i IP-strategi är att presentera ett antal rekommendationer för delmoment som kan inkorporeras, utvecklas ytterligare eller modifieras och på så sätt bygga en god grund till en hållbar IP-strategi. IP-strategin ska utvecklas av medlemmarna.

Man kan uppnå följande mål genom en korrekt och strategisk hantering av intellektuella tillgångar:

- Stärka företagets identitet på kort och lång sikt.
- En stark marknadsposition
- Skydda egna utvecklingar
- Hålla konkurrenter på tryggt avstånd
- Skydda viktiga geografiska marknader
- Skapa finansiella tillgångar

Viktigt att notera att en IP-strategi är en adaptiv process som kontinuerligt måste uppdateras och anpassas till marknadsstrategin samt den övergripande affärsstrategin.

8 VARUMÄRKEN

Syftet med ett varumärke är att särskilja ett företags produkter och/eller tjänster från ett annat företags produkter och/eller tjänster. Egentligen är det menat att undvika förvirring hos konsumenter, så att de kan vara säkra på att varumärket härstammar från ett specifikt företag.

- Emådalens Landsbygdscentrum har inga registrerade varumärken.
- Ett varumärke kan registreras både vad gäller företagsnamn och tjänste-/produktnamn alternativt något som representerar ett företag, exempelvis en egen kvalitetsstämpel.

8.1 Förslag till aktiviteter

® -symbolen för registrerade varumärken och ™ -symbolen för oregistrerade varumärken ska alltid användas i samband med de varumärken som Emådalens Landsbygdscentrum kommunicerar externt i syfte att hävda sin exklusivitet.

- Företagsnamnet (logotyp) bör registreras i Sverige då det är där Emådalens Landsbygdscentrum har för avsikt att utveckla, marknadsföra och sälja sina tjänster.
 - Ansök om ett svenskt varumärkesskydd i klasserna 35 (Företagsassistans, -ledning och -administration), 36 (Uthyrning av kontor) samt 41 (Undervisning eller utbildning).
- Det räcker inte med att ett varumärke registreras utan man måste bygga sitt varumärke för att göra det känt för målgrupperna. Emådalens Landsbygdscentrum bör därför uppdra extern konsult som stöttar företaget i varumärkesbyggandet.

9 KONTRAKT (Legala och Kommersiella)

Alla avtal som är relaterade till intellektuella tillgångar ska revideras periodiskt och anpassas till ändrade förhållanden, exempelvis efter ändringar i konkurrenslagen.

Särskilt viktigt är att utveckla hållbara sekretessavtal i samband med uthyrning av sina lokaler. Eftersom kunderna förväntas delta i gemensamma aktiviteter och rör sig i gemensamma lokaler kan de råka ta del av varandras konfidentiella information.

Ett liknande avtal som för kunderna bör finnas mellan medlemmarna och tillika ägarna av Emådalens Landsbygdscentrum Ekonomisk Förening då de, i vissa fall, kan räknas som konkurrenter.

Om Emådalens Landsbygdscentrum väljer att anställa personal till företagshotellet bör en sekretessklausul ingå i anställningsavtalet samt ett klagörande om att alla intellektuella tillgångar, nuvarande samt framtida, ägs av Emådalens Landsbygdscentrum.

9.1 Förslag till aktiviteter

- Infoga en sekretessklausul i hyresavtalet.
- Föra in i stadgarna hur intellektuella tillgångar ska hanteras, mellan medlemmarna samt kundernas eventuella intellektuella tillgångar.
- Infoga en sekretessklausul i eventuella framtida anställningsavtal.

10 KOMMUNIKATION

Det är önskvärt att bygga värden som representerar Emådalens Landsbygdscentrums uthyrning av företagslokaler på så sätt att de signalerar ledarskap samt hög innovationskapacitet. Det är därför viktigt att all extern och intern kommunikation stämmer överens med denna bild och att kommunikationen sker på rätt sätt.

Med extern kommunikation menas; mejl, brev, webbplats, broschyrer, artiklar, utställningar, presentationer etc.

Företagets intellektuella tillgångar ska alltid finnas med på kommunikationsmaterial för att tydliggöra ägandeskapet. Detta gäller inte bara vid kommunikation med kunder utan också med leverantörer, samarbetspartners, myndigheter etc.

10.1 Förslag till aktiviteter

- En webbplats skapas och domännamn för denna säkras. Webbplatsen ska kommunicera att Emådalens Landsbygdscentrum arbetar professionellt med tjänsteutveckling för sitt företagshotell som en del av sin strategi.
 - Medlemmarnas djupa kunskap inom entreprenörskap samt affärsrådgivning dokumenteras och publiceras på webbplatsen, exempelvis i form av intervjuer.
 - Nya tjänster för företagshotellets kunder och intressenter presenteras, exempelvis genom schemalagda kvartalsvisa utbildningstillfällen.
 - Entreprenörsandan i företagshotellet förmedlas, exempelvis genom publicerade intervjuer av nya kunder och schemalagda månadsvisa frukostmöten eller inspirationsföreläsningar där medlemmar och Emådalens idébärare möts.
- Infoga Emådalens Landsbygdscentrums logotyp på allt publicerat material (webbplats, mallar, kataloger, fotografier etc.)

- Använd TM symbolen i anslutning till oregistrerade logotyper och varumärken på allt kommunikationsmaterial. Registrerade varumärken ska märkas med en ®-symbol
- Hävda upphovsrätt på publicerat material. ”© 2018 Emådalens Landsbygdscentrum” infogas i allt publicerat som man är upphovsman för.
- Alla medlemmar ska ha en samsyn om varför företaget anser att rätt kommunikation av företagets intellektuella tillgångar är viktigt. Värdet av intellektuella tillgångar kan vara betydande över tid och därför är det viktigt att alla medlemmar är medvetna om hur tillgångarna ska handhas och kommuniceras.
 - Ett material, dokument eller presentation, som beskriver företagets intellektuella tillgångar och varför företaget anser att dessa är viktiga för företagets utveckling. Materialet ska också översiktligt förklara varför vissa av de intellektuella tillgångarna kan kommuniceras externt och andra ska behandlas som företagshemligheter.
 - Den framtida webbplatsen ska ha en särskild inloggning för medlemmar där det framgår vilka intellektuella tillgångar företaget äger. Här kan också med fördel annan typ av kommunikation ingå.

11 IDÉUTVÄRDERING

Det är viktigt att Emådalens Landsbygdscentrum har en process för att fånga upp och utvärdera nya tjänsteidéer och koncept ur ett affärsperspektiv. Denna process kan ses som en paketering av tjänster och innefattar att man dokumenterar tjänsteidén, hur tjänsten ska marknadsintroduceras samt koppla olika intellektuella rättigheter eller närstående rättigheter till tjänsten. Processen hjälper till att behålla sin marknadsposition gentemot konkurrenterna.

11.1 Förslag till aktiviteter

- Emådalens Landsbygdscentrum bör utveckla en enkel process för idéer till nya tjänster för företagshotellet och utforma en dokumentmall så att nya idéer kan utvärderas objektivt.
- En person bör utses som ansvarig för granskning och utvärdering. Den personen bör vara väl insatt i företagets bransch samt Emådalens företags- och föreningskultur.
- Till varje ny tjänst ska aktiviteter kopplas i samband med marknadsintroduktion, exempelvis utbildningsaktiviteter alternativt frukostseminarium eller liknande.
- För varje ny tjänst ska intellektuella rättigheter identifieras och fastställas. Det kan röra sig om en medlems eller en kunds upphovsrätt som ska användas i företagets verksamhet. Den fysiska personen är alltid uphovspersonen därför krävs det ett avtal för att företaget ska få använda idén/tjänsten. Utforma ett standardavtal för detta. Om man väljer att använda ett varumärke för tjänsten – agera så att företaget äger detta.

12 FÖRETAGSHEMLIGHETER

Alla dokument som bedöms vara företagshemligheter ska vara konfidentiella. Exempel på sådana dokument är; kundlistor, kundavtal, sekretessavtal, nya tjänsteidéer som ännu inte utvärderats, idéprocesser. Access till sådana dokument ska bara ges till dem som behöver ha denna information. Rätten till access definieras av medlemmarna och dokumentationen ska arkiveras på ett säkert sätt.

12.1 Förslag till aktiviteter

- Märk dokumentationen med “*konfidentiell*” samt inkludera nedanstående deklARATION på dokumenten.

Informationen i detta dokument är konfidentiell. All otillåten användning, reproduktion eller distribution till tredje part är strikt förbjuden. Emådalens Landsbygdscentrum Ekonomisk förening förbehåller sig alla rättigheter.

13 FÖRSLAG TILL TJÄNSTEPARAMETRAR ATT ARBETA MED

Förutom de föreslagna aktiviteterna i föregående kapitel ges här en schematisk vy av hur man kan gå vidare med ett antal tjänsteparametrar vid tjänsteutveckling för Emådalens Landsbygdscentrums företagshotell. Parametrar som är nödvändiga att överväga för att Emådalens Landsbygdscentrum ska uppnå mål för sin IP-strategi.

Tjänstemix

En mix av tjänster kan vara nödvändig för att attrahera lokala företag till företagshotellet. Idag erbjuds, förutom lokal; tillgång till kopiering, kaffe, Wifi, möteslokal/kök samt gemensamma mötesytor.

Då en medlem, Coompanion Kalmar län, hyr lokal i företagshotellet skulle man kunna erbjuda dess tjänster till företagskunderna. Tjänster som kan analysera lokala behov och marknader samt stötta med information och kunskap vid finansieringsbehov.

Flera av medlemmarna har en lång och gedigen erfarenhet som företagare inom de gröna näringarna. Denna kunskap skulle kunna paketeras som en tjänst till kunderna. Tjänsten kan rubriceras som ett erbjudande till mentorskap.

Anpassning

Graden av kundinflytande i anpassning av tjänster kan diskuteras. Förslagsvis bör fler tjänster utvecklas, erbjudas och genomföras samt därefter göra någon form av kundundersökning för att bestämma anpassningsgraden. Möjligen ska tjänsterna anpassas till olika målgrupper; projektkunder, företagskunder och föreningskunder.

Prisprofil

I syfte att attrahera fler kunder till företagshotellet bör en differentierad pris- och avtalsbild övervägas. Målgrupperna ungdomsprojekt/företag, tillfälliga projektkunder, företagskunder samt föreningskunder har olika köpkraft men är samtliga viktiga för Emådalens företagsutveckling. Självklart kan en ordinär marknadsundersökning genomföras men ett alternativ till en sådan är att fånga behovet när de föreslagna kommunikationsaktiviteterna genomförs över tid.

Tillgänglighet

Idag har kunderna till företagshotellet tillgång till lokalerna också under kvällstid. Här bör man anpassa tillgänglighet till målgruppen beroende på pris- och avtalsbild.

Intryck

För en presumtiv kund är det första intrycket av lokalerna viktigt. Det intryck som man vill skapa beror till stor del på de värden som man bygger sitt varumärke med. Dessa värden måste avspegla sig rent fysiskt i lokalerna men också på det sätt som kunden blir bemött på.

13.1 Potentiell IP-matris

Summerar alla Emådalens Landsbygdscentrum potentiella tjänsteparametrar relaterat till intellektuella tillgångar i en matris, utvecklad av IamIP, se tabell 2.

- Skalan för relevans är L för låg, M för medium och H för hög.
- Den rekommenderade typen av intellektuell egendom är baserad på hur varje parameter är rankad vad gäller relevans.
- Immaterialrättsskydden (intellektuella egendomarna) är definierade som ® för registrerat varumärke, TM för oregistrerat varumärke, D för designskydd, TS för företagshemlighet, P för patentskydd och © för upphovsrätt.
- Färgskalan definieras som röd för omedelbar åtgärd, gul för åtgärd men inte omedelbar samt grön för åtgärder är tagna och den intellektuella tillgången är säkrad som egendom.

Parameter	Affärsmässig relevans	Kommentarer	Intellektuell tillgång	Avklarad, fas
Tjänstemix	H	Tjänsteutveckla inom affärsrådgivning och mentorskap	©, ®, TM	
Anpassning	M	Anpassa till respektive målgrupp	TS	
Prisprofil	H	Olika pris- och avtalsprofiler	TS	
Tillgänglighet	L	Beroende på målgrupp	TS	
Intryck	H	Kreativ miljöinredning skapar kreativa kunder/projektgrupper	TS, ©	

Tabell 2: IP-matris

Bilaga: Stadgar för Emådalens Landsbygdscentrum Ekonomisk förening