Genvägar till ett starkt varumärke.

Hur bygger man ett starkt varumärke?

Ett företags identitet och varumärke ligger i betraktarens ögon. Alla signaler som företaget sänder ut, kommer omgående att påverka omgivningens uppfattning om vad detta varumärke står för. Företagets identitet växer fram ur helheten – verksamhetens samtliga produkter eller tjänster, miljöer och kommunikation, inbegripet hur vi talar med och om varandra, både internt och externt.

En genomtänkt strategi i byggandet av varumärket skapar tydlighet och helhet – med andra ord hörnstenarna för trovärdighet. Det är ytterst viktigt att all kommunikation är tydlig och enhetlig, det kan inte nog understrykas.

Varumärket påverkar hela företaget, ständigt, och är därför en självklar ledningsfråga. Varumärket är ett av företagets viktigaste affärstillgångar!

Ett varumärke är inte bara ett namn och en logotyp, det absolut viktigaste och helt avgörande steget i processen är när vi ger varumärket dess innehåll och betydelse. När vi talar om varumärkesbyggande avser vi m a o något utöver namnet och dess utformning, vårt ”brand” (brännmärke). När man bygger innehåll och struktur i ett varumärke, vare sig det är ett etablerat eller nytt, så måste man skapa struktur och sammanhang.

Alla delar måste hänga ihop och de är beroende av varandra, om man tar bort vissa delar så riskerar man att rasera hela bilden av varumärket. Inget kan lämnas till slumpen eller slarvas över.

Kunderna avgör

Varumärket finns i kundernas medvetande, ingen annanstans, intimt sammankopplat med namnet och logotypen. Det gäller därför att strukturera kundens uppfattning om varumärket (även medarbetare, ägare etc).

Därför ska varumärkesplattformen inte bara ge plats för funktionella och emotionella aspekter utan den ska även hjälpa oss förstå hur de interagerar, hur de är beroende av varandra; hur varje enskild förändring kommer att påverka helheten.

Uthållighet

Allt varumärkesbyggande tar tid - uthållighet är ett honnörsord i dessa sammanhang. Det finns inga ’quick-fix’ för att bygga och etablera ett varumärke. Sorry.

Det är viktigt att förstå att alla förändringar skapar oro, i synnerhet hos personal och ibland ledning. För att lyckas med ett omfattande varumärkesarbete bör man ha en tydlig kommunikation internt i företaget om vad som vad, varför och hur, inte bara en gång utan kontinuerligt under hela arbetet. Och det arbetet ska också syfta till att involvera och skapa delaktighet.

Här gäller det att hålla fast vid den inslagna vägen, man måste vara införstådd i att det tar tid och man måste ha is i magen och hålla ett hårt tag om rodret.

Många gånger kan rädsla och oro innebära kortsiktiga och ogenomtänkta beslut och handlingar som skadar varumärket för evigt. Vill man vara ledande på marknaden så måste man också ha den ledning och styrelse som krävs. Ett varumärkesarbete ska ha sin plats i företagets högsta ledning och styrelsen.

Och nej, om du undrar, tyvärr det finns inga genvägar om du vill bygga ett starkt varumärke.

Kikki Högberg

Brand manager

070-3705261

[kikki@kikkihogberg.se](mailto:kikki@kikkihogberg.se)