Reklam och kommunikation; En nygammal industri

I gårdagens Dagens Industri (4 november) finns en annons från Sveriges Kommunikationsbyråer (tidigare Sveriges Reklamförbund) som berättar att kommunikationsindustrin omsätter 60 miljarder bara under fjolåret, under en av Sveriges djupare finanskriser!!! Det är egentligen ofattbart att en bransch som faktiskt bidrar till många företags framgångar och expansion inte har en tyngre dignitet och ett bättre anseende. Äntligen lyfts branschen till en nivå som där man hör hemma.

Vd Björn Rietz berättar i annonsen att branschen har snabbfotade och flexibla medarbetare och det är vi nog många som håller med om. Kommunikationen och reklam kan aldrig stagnera och man kan inte luta sig tillbaka, man måste alltid hitta nya möjligheter för att möta kundens kund, att vinna deras förtroende.

Reklam och kommunikation som är framgångsrik är inget hokus pokus, inget där man hux flux sätter ihop en kampanj. Tvärtom handlar det om ett gediget researcharbete om konkurrenter och omvärlden, frågor till kunder, konsumenter. Man behöver sätta sig in företagets allra minsta beståndsdelar, inte bara det som finns på papper utan även det som sitter i väggarna. Analysera vart företaget är på väg, visioner och målsättningar, hur man vill att kunderna ska tänka om företaget och mycket, mycket mer INNAN det kreativa arbetet kan påbörjas. Det kreativa måste, ja måste, hänga ihop med den framtagna varumärkesstrategin för att kunna nå ett positivt resultat för kunden.

Och det de flesta ser är slutresultatet: kampanjen, en annons, en reklamfilm, en webbkampanj, en förpackning... d v s resultatet av ett omfattande strategiarbete. Och det är det som gör att vi "flyttar varor ner i shoppingvagnen" synliggör varor och produkter och skapar affärer.

Gårdagens annons är förhoppningsvis början till en ny era, där kommunikationsindustrin får den plats bland näringslivets toppar som man faktiskt förtjänar.

Kikki Högberg                                                                                                                   Brand Manager

kikki@kikkihogberg.se
[www.kikkihogberg.se](http://kikkihogberg.se/blogg?view=flatmateblog&id=41)