**Kommer du ihåg dina medarbetare?**

Vi äger inte våra varumärken. Värdet av varumärket ligger hos kunden, inte hos företaget. MEN hur ofta tänker vi på att det finns en varumärkestillgång utöver våra kunder? Företagens medarbetare är en stor tillgång vad det gäller att bygga ett företaget varumärke.

Handen på hjärtat hur väl tar du hand om dina medarbetare, involverar dom i frågor om företaget? Nu menar jag inte om en fest ett par gånger per år eller en liten present, absolut inte. Dina medarbetare har kunskap om och en relation till företaget, känner styrkorna och svagheterna med företagets varumärke. Förutom möjligheten att lyfta ett varumärke så har medarbetarna även möjligheten att sänka det, när som helst. Alla möten som varje person på ditt företag har varje dag är en del av ditt varumärke, t ex telefonväxeln, möten med kunder, bud, leveranser, godsmottagning, på lunchen, på fritiden (krogen, middagar) fikarummet, telefonsamtal. Listan är hur lång som helst och jag tror att du förstår vad jag menar.

En annan oerhört viktig aspekt är att dina medarbetare när som helst kan välja att sluta och gå till en konkurrent. Vi har våra medarbetare till låns och företagen kan välja att använda sig av möjligheten att vårda den relationen och få ambassadörer till varumärket.

Morgan Daloisio ger ytterligare bra exempel i en artikel i dagens Brand Channel och vi får även ta del av konkreta råd från bland annat Virgin Media och Red Hat, UK.

Här är ett axplock:

Det räcker inte med affischer i korridorerna

– Rekrytering; Sök människor som redan gillar ditt företag och har en stark relation till ditt

 varumärke

– Utbildning; Ge alla dina medarbetare kunskap och verktyg om varumärket

– Ledarskap; Vad är det som gäller på ditt företag – hur lever man varumärket? Stimulera och

 motivera

– Ledning; Medarbetarna gör inte vad du säger utan gör det du gör, en gammal kunskap men ack så

 sant

Intern kommunikation är lika viktigt som den externa kommunikationen

– Ditt varumärke är inte starkare än det sätt du kommunicerar till dina anställda

– Informera om vad som händer i företaget, inte bara via e-mail

– Var ärlig och uppriktig, allt kommer fram – det är bara en tidsfråga

– Involvera dina medarbetare, svaren på de flesta frågorna finns faktiskt internt hos den egna

 personalen

Nu avgörs de stora framgångarna i Cannes för den externa kommunikationen, kanske dags för en tävling för kommunikation internt?

[www.kikkihogberg.se](http://www.kikkihogberg.se)

08-204200