Fem sätt att effektivt försvaga ett varumärke.

**#1. Byt position hela tiden**

Strunta i kontinuiteten. Ändra istället ditt sätt att kommunicera så ofta som möjligt. Nya kampanjer, nya positioneringar. Ju fler desto bättre. Det vore ju hemskt om folk skulle tro att din verksamhet aldrig utvecklar sig. Och ändra gärna färgen på loggan samtidigt.

**#2. Kompromissa och tona ner**

Det är dumt att sticka ut för mycket. Många kan bli avskräckta om du profilerar dig på ett sätt som ingen annan gör. Välj istället den gyllene medelvägen. Kolla på din konkurrent och gör likadant.

**#3. Bry dig inte om internkommunikationen**

Att du kommunicerar mot marknaden är det enda som betyder något. Det är där pengarna finns. Dina medarbetare får väl göra sina egna tolkningar. Vad spelar det för roll om de har en annan uppfattning om företaget än det ni säger externt? De ska ju jobba och hålla tyst. Och vad dom med varumärket att göra?

**#4. Lev i tron att du äger ditt varumärke**

Lyssna inte på vad kunder och konsumenter förknippar ditt företag med. Vad vet väl de om sakernas tillstånd? Nej, det är du som äger varumärket. Punkt slut. Visionen och affärsidén har för övrigt sett likadan ut sedan 1974, så nog kan du vara säker på er identitet.

**#5. Kommunikation och reklamen är inte en ledningsfråga**

Slöseri med tid. De ska inte syssla med sådana saker. Du kör ditt eget race. Hur affärerna går har förresten inget med reklam och kommunikation att göra. Sådant är ju bara en sorts kosmetika.

De fem exempel du just läst är inte bara effektiva för att försvaga ditt varumärke. De är också oerhört vanliga. Tyvärr. Så tänk tvärtom. Gör om, gör rätt.

Kikki Högberg

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

070-3705261

08-204200