**Del 1** Risk för att bli tjatig men jag säger det igen – du och jag äger inte våra varumärken – vare sig om det gäller vårt personliga, professionella varumärke eller om vi pratar om företagets/myndighetens varumärke. Det är din omgivning som avgör värdet av varumärket. Oerhört viktigt, idag mer än någonsin, med anledning av sociala mediers genomslag.

**Vårt personliga och professionella varumärke** Hur uppfattas du bland kompisar? Vet du vad man säger/tycker om dig? Hur uppfattas du på jobbet? Vad är ditt varumärke?

Jag anser att vårt varumärke omfattar allt ifrån vårt yttre d v s hur du och jag väljer att klä oss, vilken frisyr man har, o s v. I princip funderar de flesta av oss mycket noga över vad vi ska ha på oss inför en ny date, du kommer kanske ihåg när du var nyförälskad och du valde kläder med stor omsorg, kollade håret en miljard gånger. Några påstår att det bara är vår attityd som påverkar vårt varumärke men jag anser att det allra första intrycket man får av en person, de första sekunderna, handlar just om det yttre. Och den bilden sitt kvar länge.

**Privat?** Nja, det finns egentligen inte mycket som är helt privat. Hur du väljer att agera på t ex krogen, i kön på affären, på semestern adderas också till ditt varumärke. Kanske mer än någonsin idag eftersom mobilkameror och de sociala medierna gör det möjligt att omedelbart skicka upp bilder och filmer på dig, inte bara de fina utan även de skoningslösa. Ett exempel är den förre rektorn i Härnösand som på natten festade med sina elever i Stadsparken. Samma sekund låg filmerna på YouTube.

**Professionellt.** Vem är du på arbetsplatsen, hur bemöter du dina medarbetare, kompisar, chefer och vad säger du om din arbetsplats på din fritid? Det påverkar också omgivningens uppfattning om vårt varumärke. Det är intressant att läsa i tidningen om anställda inom offentlig sektor som säger sig ha lidit i årtioenden p g a en dålig arbetsgivare. Min fundering är: Hur kommer det sig att man är kvar så länge på en arbetsplats som är så fruktansvärd? T o m i dessa tider så går det att byta jobb.

**Attityd.** Inställning och bemötande är viktiga för att inte säga avgörande.

**Allt hänger ihop.** Det går inte att dela upp eller skala bort någon del och tro att det inte syns. Allt spelar roll och avgör vad omgivningen tycker och tänker om dig och mig och det är det som är vårt varumärke.

**Medvetna val. Ett starkt varumärke.** Att bygga ett starkt varumärke handlar om att bygga starka relationer och göra medvetna val. Se t ex på hur olika artister ser på sig själva som ett företag vars värde de ska förvalta. Du och jag kan också välja att se på oss själva som ett företag och aktivt välja hur vi vill framträda och hur vi vill uppfattas. Så långt kan vi påverka omgivningens bild av oss och vårt varumärke.

**Nästa steg.** Att få ärliga och uppriktiga svar på hur man uppfattas som varumärke är inte helt enkelt . Mitt råd är att ta hjälp av en expert för att få skapa en bra plattform med de verktyg som behövs. Det gör vi när vi går till frissan, banken, optikern, vår personliga tränare m fl. Investera i dig själv och ditt varumärke.

**Del 2 kommer den 5 april och visar hur Allt hänger ihop.**

**Kikki Högberg Varumärkesstrateg**

**kikki@kikkihogberg.se**