

BRÄNDIN VOIMA

Käytännöstä teoriaan, teoriasta käytäntöön

Workshop
ARKTISET AROMIT r.y.
Kajaani 08.11.2016

BRÄNDIN VOIMA

Käytännöstä teoriaan, teoriasta käytäntöön

AGENDA

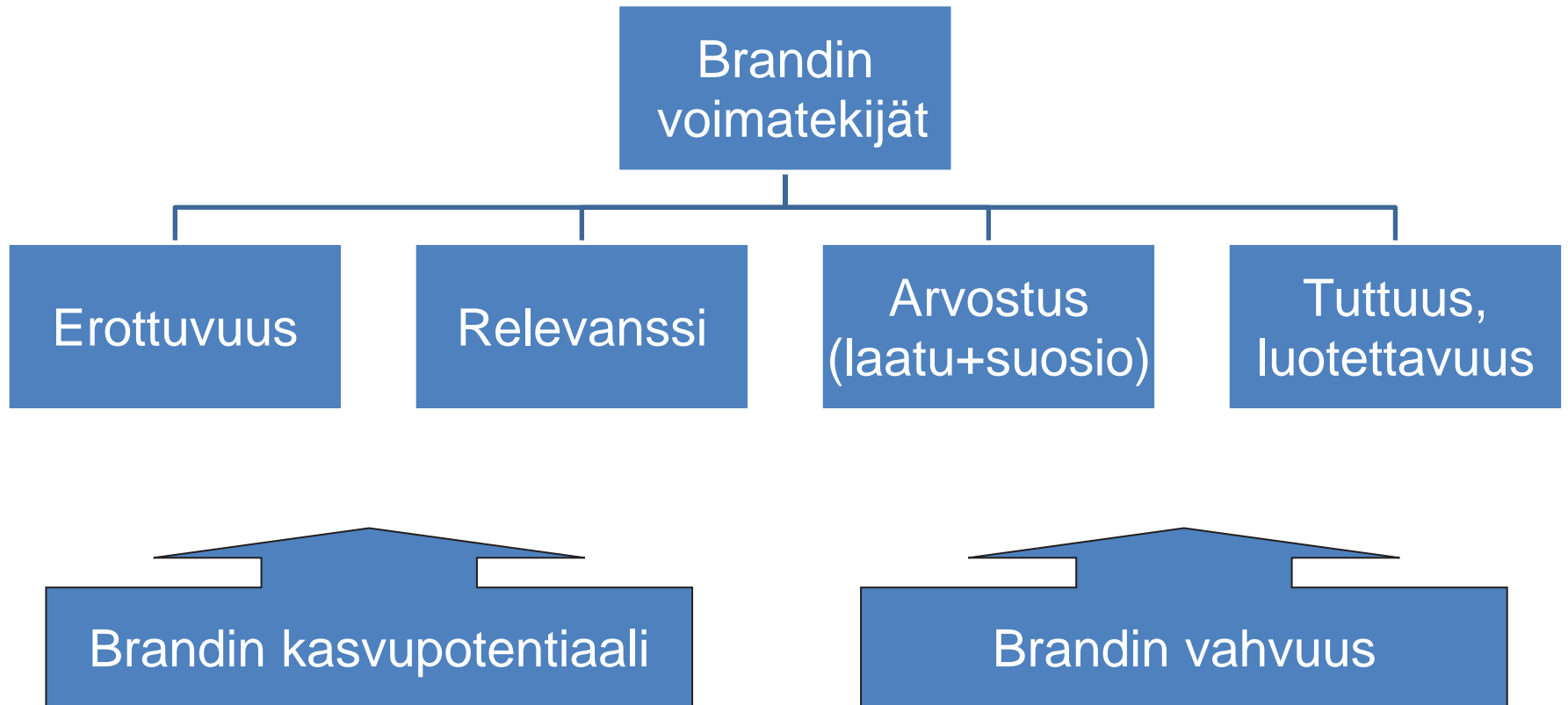
- Mitä brändi on?
- Mistä brändin voima syntyy?
- Miten brändiä rakennetaan?
- Brändäyksen tavoitteet/hyödyt
- Brändin rakentaminen –kulu vai investointi?
- Yrityksen brändivastuulliset

Mitä brändi on?



- Brändi > Tavaramerkki ja sen näkyvien osien summa
- Aito brändi on suhde ihmisen ja tavaramerkin välillä, joka syntyy siitä, että tavaramerkki synnyttää ihmisille faktoihin ja mielikuviin perustuvia merkityksiä ja tunteita
- Asiakkaalle brändi on tunnistusväline, kannanotto käyttäjästä sekä "arvolupaus" laadusta ja hyödyistä
 - => toiminnalliset hyödyt
 - => psykologiset
 - => sosiaaliset
 - => eettiset
- Omistajan työväline, jolla luodaan yritykselle kestäväää kilpailuetua ja arvoa

Mistä syntyy brändin voima



Lähde: Brand Asset Valuator-tutkimus, Young & Rubicam 1995 (35.000 haastattelua, 27 maata, 450 kv.merkkituotetta)

Brändin asemoinnin sisältö-malli

Kriittiset tuoteominaisuudet:

Brändin kohderyhmä:

Tärkein kuluttajahyöty: Rationaalinen: Emotionaalinen

Mikä tekee sen uskottavaksi: Tuoteominaisuudet? Alkuperä? Symbolit? jne

Brändi henkilönä/brändin persoonallisuus:

Brändin arvot:

Pääkilpailijat:

Brändi-lupaus: Kohderyhmä –Brändin viiteryhmä –Erottava lupaus

Vahvan brändin hyödyt

MARKKINOINTI NÄKÖKULMA

- 🍃 "Mittaamaton" lisäarvo tuotteelle
- 🍃 Kilpailijoista erottuminen
- 🍃 Osto-uskollisuuden kasvu
- 🍃 Hinnoitteluun joustoa
- 🍃 Selkeä toiminnanohjausväline

LIIKETOIMINTA NÄKÖKULMA

- 🍃 Liiketoimintaan vakautta
- 🍃 Vaikeasti kopioitava kilpailuetu
- 🍃 Toimintaan ennustettavuutta
- 🍃 Parempi kannattavuus
- 🍃 YRITYKSEN ARVON KASVU



Brändin rakennus –kulu vai investointi?

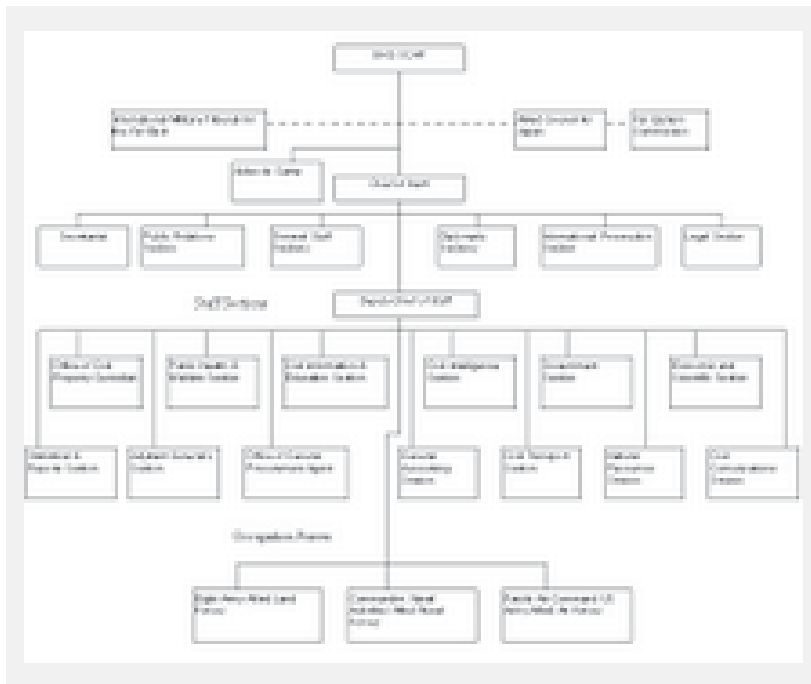
Brändin rakennus vaatii jatkuvaa, johdonmukaista työtä ja oikeaa ravintoa!



Ilman brändi-tavoitteita sekä brändi- ja toimenpideseurantaa maali voi jäädä saavuttamatta ja investointi muuttua kuluksi!



Kuka on yrityksen brändivastuullinen?



1. Yrityksen omistajat/
ylin johto
2. Nimetty brändivastuullinen
3. Yrityksen koko muu
henkilöstö



YHTEYSTIEDOT

Smartevo Oy

Nina Markkanen

p.040-500 3702

nina.markkanen@smartevo.fi

SMARTEVO
www.smartevo.fi

**KIITOS
&
MENESTYKSELLISTÄ
SYKSYÄ!**