



Hur tänker kunder om ert varumärke?

Ert företag erbjuder produkter och/eller tjänster till en specifik målgrupp. Om ni är etablerade på marknaden kan ert varumärke redan vara välkänt och inarbetat. Om ni däremot är i ett startskede, har varumärket en resa att göra innan det har tagit plats på er marknad. Det kan ta tid. Det kan också gå snabbt. Många faktorer spelar in.

På vägen mot gillande och lojalitet passerar ert varumärke igenom en kedja med flera steg i kundens tanke. Sådär kan det se ut:

1. Känner inte till
2. Känner till
3. Blir intresserad
4. Associerar
5. Köper
6. Gillar
7. Blir lojal
8. Rekommenderar till andra

Uttryckt i varumärkestemer kallar vi det för kännedom, attityd, lojalitet mm.



Loblaws Market, Toronto

Gör ert varumärke tydligt steg för steg

Ju längre fram i kedjan ert varumärke befinner sig hos er målgrupp, desto större chans har ni till god försäljning och långsiktig framgång.

Varje steg i kedjan bör hanteras på sitt eget sätt. I början behöver ni skapa synlighet och kännedom för att kunder överhuvudtaget ska uppmärksamma ert varumärke.

Längre fram i kedjan behövs ständig bekräftelse av det varumärket står för, samt återkommande uppfyllande av ert varumärkeslöfte – oavsett om det är uttalat eller ej. Dessutom behövs attraktiv förnyelse inom varumärkets ramar, för att intresset ska bibehållas hos målgruppen.

Utveckling av varumärken i detaljhandeln

Arbetet med att utveckla och stärka varumärken i detaljhandel grundar sig på samma stegvisa ansats.

Ett nytt produktvarumärke som passerar det smala sortimentsnålsögat och listas hos en etablerad butikskedja kan få en rivstart när det gäller kännedom. Det etablerade butiksvaremärket blir en garant för det nya produktvarumärket. Det hjälper till att skapa förtroende hos kunden. Utan en etablerad säljkanal kan lanseringen av ett nytt produktvarumärke istället bli en både dyr och tuff resa.



Driv kunden mot ökad kännedom och lojalitet

För att flytta sig framåt i tankekedjan, behöver ert varumärke uppnå och gärna överträffa kundens förväntningar vid både första, andra och femte köpet.

Ett varumärke som agerar genuint och konsekvent i alla era kanaler – inte minst när kunden träffar era engagerade medarbetare - upplevs gärna som attraktivt. Det leder till en lojal kund som rekommenderar ert varumärke till andra. Ni har fått en värdefull ambassadör. Bättre marknadsföring går knappast att få.

Vi vill att ert varumärkesarbete ska fungera smidigt hela tiden. Som utgångspunkt behöver ni en levande varumärkesplattform som ledstjärna - på den nivå som passar er verksamhet och ambitionsnivå. Så var befinner ni er i kundens tanke idag?



Loblaws Own Brand: President's Choice

Det praktiska arbetet

För att förflytta ert varumärke till nästa steg i kundens tanke, behöver ni inkludera alla kollegor i varumärkesarbetet. Låt det bli ett paraply över hela verksamheten. Det kan stärka lönsamheten och er position på marknaden snabbare än ni anar.

Provecus Affärsrådgivning – stöd i varumärkesarbetet

Provecus hjälper er vidare på er varumärkesresa, oavsett om ni är etablerade eller nystartade, driver en stor eller liten verksamhet, jobbar med produkter eller tjänster.

Tillsammans ser vi på ert nuläge, ert önskade läge och vilka steg som behövs för att nå ny framgång på er marknad - med nöjda kunder, engagerade medarbetare och stärkt lönsamhet.

Anna-Karin Lingham

Rådgivare Provecus Affärsrådgivning

<https://provecus.com/radgivare/anna-karin-lingham/>