



Tips från Business Region Göteborgs tillväxtprogram:

## Fem sätt att göra starkt avtryck på marknaden

*Framgångsrika tillväxtföretag kännetecknas av förmågan att göra starkt avtryck på marknaden. De bygger tydliga varumärken som potentiella kunder kommer ihåg och gärna återvänder till. När det kommer till konkreta erbjudanden förstår de vikten av att kommunicera en tydlig helhet med kundens perspektiv i fokus.*

### **Fem vägar till effektiv marknadsföring:**

1. Hitta dess övergripande syfte
2. Se till helheten och vänd på perspektivet
3. Bygg starka varumärken
4. Skapa stark visuell identitet
5. Få saker att hända



## SÅ HÄR GÖR DU ETT STARKT AVTRYCK PÅ MARKNADEN:

Företag som förstår vikten av göra starkt avtryck på marknaden ökar sina chanser att bli framgångsrika. De har förmågan att identifiera vilka affärsutmaningar marknadsföringen ska möta. De vänder på perspektiven och ser på varumärke, erbjudande och kommunikation utifrån kundernas synvinkel. De definierar varumärkets röda tråd och ser till att skapa en stark, sammanhållen och tydlig kommunikation över tid. Och framför allt, de tillsätter resurser för att driva arbetet framåt.

### 1. Hitta marknadsföringens övergripande syfte

För att skapa effektiv marknadsföring måste du ta reda på vilka utmaningar den ska hantera. Risken är annars att du löser fel uppgift med fel verktyg. Det är lätt att missa här eftersom vardagen är hektisk. Energin läggs ofta på det som är bråttom, inte det som är viktigt. Många organisationer är slimmade och resursbrist gör att man fokuserar på att släcka bränder istället för att åtgärda orsakerna bakom.

Det finns många sätt att identifiera det övergripande syftet. Tänk på att marknadsförarens viktigaste fråga är VARFÖR och en bra start är att fråga dina kunder på ett systematiskt sätt. Titta från kundens perspektiv och ta reda på om utmaningen handlar om bristande kännedom, orealistisk prisnivå eller dålig tillgänglighet. Det bör ge dig en bra insikt i vad ni egentligen behöver fokusera på.



När du väl identifierat syftet är det dags att formulera din marknadsplan där du beskriver hur du planerar, styr och utvärderar dina aktiviteter. Tänk på att få ihop både säljaktiviteter och marknadsföring i din plan. Det finns många sätt att skriva planen men kom ihåg att det är processen som är det viktiga, inte själva dokumentet.

### 2. Se till helheten och vänd på perspektivet

Hitta väg att vända på perspektiven. Du behöver se på ditt varumärke med kundens ögon och förstå utifrån vilken helhet de gör sin bedömning. De måste tycka att priset är rimligt och att ditt erbjudande är enkelt att nå. Känner de till vad du säljer och kan de överhuvudtaget tänka sig köpa av dig?

Gör en kartläggning över kundernas uppfattning. Den kan göras på många olika sätt men följande frågeställningar kan vara relevanta:

- I vilken utsträckning känner man till ditt varumärke eller erbjudande? Finns ingen grundläggande kännedom spelar ju resten inte så stor roll, eller hur?
- Hur ser man på ditt erbjudandes rimlighet? Det handlar om två saker: känns priset rimligt? Kan kunden betala, finns den budget eller ekonomi som krävs?
- Hur tillgänglig är du? Kan kunden få tag i det du säljer och hur smidig är köpprocessen?
- Finns det acceptans för ditt varumärke eller erbjudande? Det kan handla om att man kan tänka sig köpa av dig på ett emotionellt eller rationellt plan.

### 3. Bygg starka varumärken

Varumärket är summan av alla samlade intryck med uppgift att sammanfatta en stor, viktig och komplex idé. Det är vad kunderna hänger upp associationer och minnen på och fungerar som en effektiv bärare av dina budskap. Tänk på att varumärkeslöftet måste hänga ihop oavsett om man möter din kommunikation, konsumerar din produkt eller tjänst, besöker din butik och hemsida eller möter dina medarbetare.

Lyckas du bygga ett starkt varumärke belönas du sannolikt med möjlighet till att ta mer betalt och samtidigt sälja större volymer. Du får lättare att skaffa nya kunder och behålla de befintliga. Företaget ökar även förmågan att rekrytera och behålla de bästa talangerna.

Alla företag måste hitta sin egen väg men det finns några universella drivkrafter hos kunder och anställda som du kan bygga på:

- **Tydlighet.** Ett starkt varumärke hjälper kunden att snabbt identifiera dina budskap vilket minskar tid och kostnad för köpbeslutet.
- **Status, prestige och tillhörighet.** Det skapar positiva känslor och bekräftar eller förstärker kundens egen självbild.
- **Kvalitetsgaranti och känsla av riskreducering.** Detta kanske är allra mest intressant för högriskaffärer mellan företag. Men även privatkunder som gör stora köp, som till exempel hus och bilar, behöver känna sig trygga med dig som leverantör.



### 4. Skapa stark visuell identitet och kommunikation

En sammanhållen visuell identitet är kanske den mest uppenbara byggstenen i företagets varumärke. Förutom att den visuella identiteten ska se bra ut och representera ditt varumärke har det en mycket viktig funktion: den speglar företagets ambitionsnivå. En svag identitet skvallrar om att ni inte försökt nog och för den krävande kunden eller framtida medarbetaren kan det vara skillnaden mellan att acceptera varumärket eller inte.

Den visuella identiteten har följande byggstenar:

- **Logotypen.** Den kan vara tydlig eller abstrakt. Ett ord eller symbol speglar varumärkets kärna och själ. Den bör vara tidlös, avskalad med hög kontrast. Skapa en logotyp i flera varianter som passar olika kanaler och tillämpningar.
- **Färger.** Tänk på att färger symboliserar olika värden för oss människor. Till exempel: orange står för ungdom och entusiasm, gul för glädje och hopp. Röd betyder energi, kärlek eller fara, mörkblå, integritet och kunskap och grön signalerar natur, miljö, säkerhet.
- **Bild och video.** Detta är kanske den mest effektiva bäraren av ditt varumärkes identitet. Satsa på att skapa fina bilder och videos. Tänk på att vi alla ser igenom klyschiga köpbilder på nolltid.
- Att aktivt jobba med **typsnitt och typografi** ger hög läsbarhet och sänder starka signaler i din varumärkesidentitet.

## 5. Få saker att hända

Det är här allt avgörs. Det spelar ju ingen roll hur mycket du arbetat med dina marknadsföringsstrategier om du inte lyckas komma ut på marknaden. Tyvärr är detta många företags akilleshäla. Det kan bero på beslutsångest, en icke tillåtande kultur som inte premierar mod eller där ledningen helt enkelt inte tillsatt tillräckliga resurser.

Tänk på att marknadsföring är ett yrke och en spetskompetens. Vill du verkligen lyckas duger det inte att dela ut den till någon som sköter det med vänsterhanden. Det krävs högt och kontinuerligt aktivitetstryck och löpande mätning och utvärdering av aktiviteterna.

### **GÖR DET HÄR REDAN NU!**

1. Ta reda på vilka utmaningar marknadsföringen ska möta
2. Se på varumärket med kundens ögon
3. Se till att varumärkeslöftet stämmer när kunden möter din kommunikation, produkt, tjänst eller dina medarbetare
4. Utvärdera din visuella identitet
5. Tillsätt tillräckliga resurser

---

## **Jobba smartare och bli mer effektiv med BRG:s tillväxtprogram!**

Vi vänder oss till dig som leder ett litet eller medelstort företag i Göteborgsregionen. Vår modell baseras på aktuell forskning och många års erfarenhet. "Våra" företag är mer lönsamma än andra samtidigt som de anställer fler.

Läs mer [om vårt tillväxtprogram](#) eller boka ett informationsmöte med en av [våra företagsrådgivare](#).

