BRANDING · BRANDVÆRDI

# Derfor kan nogle tage mere.

MEDIEGURU

To produkter kan være næsten ens. Forskellen er den værdi, folks tillid og kendskab til dig giver.

EKSEMPEL: BAGEREN PÅ HJØRNET · ET RUGBRØD

I supermarkedet 25 kr.

Hos bageren 45 kr.

+20 kr.

**Næsten samme brød.**
**Næsten dobbelt pris.**

**De 20 kr. er brandværdi.**

Folk kender bageren, stoler på brødet og forbinder det med noget godt. Så de betaler gerne mere og kommer igen.

DET, DER BYGGER DEN

**Kendskab**
Hele kvarteret ved, hvem han er.

**Oplevet kvalitet**
Brødet er godt hver eneste dag.

**Associationer**
Duften om morgenen og lørdagskøen.

**Loyalitet**
De samme kunder, uge efter uge.

Den er resultatet af alt det andet: en klar position, en genkendelig identitet, en fast tone og en oplevelse, der holder.

DET, DEN GIVER DIG

**Bedre pris**
Folk betaler mere for noget, de stoler på.

**Lavere salgsomkostning**
Det er lettere at sælge, når folk kender dig.

**Anbefalinger**
Glade kunder fortæller om dig.

**Modstandskraft**
Kunder bliver, selvom en konkurrent er billigere.

**Derfor bliver markedsføring billigere over tid, når du gør det rigtigt.**

TEGN PÅ STÆRK BRANDVÆRDI

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Folk spørger efter dig**<br>De søger på dit navn. | **Pris er ikke det første**<br>De spørger, hvornår du kan. | **Anbefalinger**<br>Mange kommer via andre. | **Loyalitet**<br>De kommer igen af sig selv. | **Tilgivelse**<br>Fejl bliver tilgivet. |

**Brandværdi kan ikke købes på en eftermiddag. Byg værdien først, så følger prisen.**

EKSEMPEL · BAGEREN

# Bageren. Sådan kan det se ud.

MEDIEGURU

Hans rugbrød koster 45 kr. Folk betaler gerne. Her er hvorfor, og hvordan han måler det.

## 1 Bliv kendt for noget

JEG VIL VÆRE KENDT FOR

Byens bedste rugbrød, bagt her hver nat.

DET SIGER KUNDERNE OM MIG I DAG

"Det smager som hos mormor."

"Kom tidligt, ellers er det væk."

## 2 Lever det, du lover

| DET LOVER JEG | HOLDER JEG DET? |
|---|---|
| Frisk brød fra kl. 6 | [x] Ja [ ] Nej |
| Rugbrød uden tilsætning | [x] Ja [ ] Nej |
| Altid smil ved disken | [ ] Ja [x] Nej |

## 3 Vær konsekvent

SAMME UDTRYK OG TONE OVERALT?

[x] Logo og farver [ ] Tone i tekster [x] Skilte og tryksager

[x] Hjemmeside og SoMe

DET ER IKKE ENS ENDNU Posen har stadig det gamle logo.

## 4 Gør kunderne til ambassadører

ANMELDELSER I DAG 34 MÅL OM ET ÅR 100

SÅDAN BEDER JEG OM DEM QR-kode på kvitteringen

HER VISER JEG DEM FREM I vinduet og på Facebook

## 5 Mål det. Og gør det igen om et år.

| TEGN | I DAG | OM ET ÅR |
|---|---|---|
| Folk kender os (spørg 10 i byen) | 6 af 10 | 8 af 10 |
| Søgninger på vores navn om måneden | 220 | 350 |
| Nye kunder via anbefaling | ca. halvdelen | flere |
| Kunder, der kommer igen | de fleste | endnu flere |

TRE ORD, KUNDERNE BRUGER OM OS

ærligt

hyggeligt

værd at stå i kø for

DET GØR JEG INDEN NÆSTE MÅLING

Ny pose med det rigtige logo.

Spørge 10 i byen igen til maj.

SKABELON · BRANDVÆRDI

# Byg din brandværdi. Og mål den.

MEDIEGURU

Du bygger brandværdi ved at være tydelig, levere og blive ved.

## 1 Bliv kendt for noget

JEG VIL VÆRE KENDT FOR

DET SIGER KUNDERNE OM MIG I DAG

## 2 Lever det, du lover

| DET LOVER JEG | HOLDER JEG DET? |
|---|---|
| | ☐ Ja ☐ Nej |
| | ☐ Ja ☐ Nej |
| | ☐ Ja ☐ Nej |

## 3 Vær konsekvent

SAMME UDTRYK OG TONE OVERALT?

☐ Logo og farver ☐ Tone i tekster ☐ Skilte og tryksager

☐ Hjemmeside og SoMe

DET ER IKKE ENS ENDNU

## 4 Gør kunderne til ambassadører

ANMELDELSER I DAG MÅL OM ET ÅR

SÅDAN BEDER JEG OM DEM

HER VISER JEG DEM FREM

## 5 Mål det. Og gør det igen om et år.

| TEGN | I DAG | OM ET ÅR |
|---|---|---|
| Folk kender os (spørg 10 i byen) | | |
| Søgninger på vores navn om måneden | | |
| Nye kunder via anbefaling | | |
| Kunder, der kommer igen | | |

TRE ORD, KUNDERNE BRUGER OM OS

DET GØR JEG INDEN NÆSTE MÅLING