

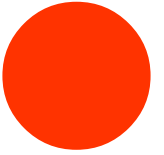


Du och ditt personliga varumärke™

LJK loredana jelmini kommunikation

Malmö 7 oktober 2013

www.ljk.se 



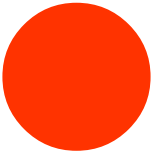
Loredana Jelmini

loredana@ljk.se

Utbildning

Strategi

Coaching



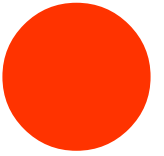
Vad är ett varumärke?

<http://www.youtube.com/watch?v=kl6Blg567i4>

Hur bygger du ditt personliga varumärke?

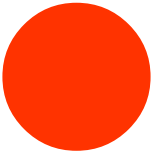
Hur synliggör du ditt personliga varumärke?

Hur säljer du ditt personliga varumärke och till vem?



Varumärkets uppgift

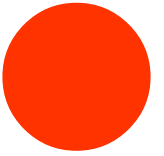
Ett namn eller en symbol som
har till uppgift att förstärka och särskilja



Varumärkets löfte till kunden

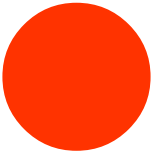
Ett varumärke är det löfte du ger kunderna kombinerat med kundernas uppfattning om hur väl du infriar det löftet

Hur dina kunder känner och tänker när de hör ditt namn



Varumärkets karaktär

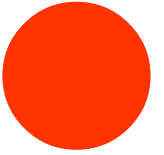
Ett varumärke med en stark karaktär/starka värderingar, dvs en stark personlighet gör att det blir tydligt och sticker ut i mängden och blir mycket lättare att relatera till, ja mer relevant och intressant för din kund



Varumärkets kapital

En uppsättning fördelar (eller styrkor) och förpliktelser som kopplas till ett varumärke över tid och medför ett hos mottagaren ett upplevt värde av en produkt, tjänst eller person.

- Kännedom
- Upplevd kvalitet
- Associationer
- (Lojalitet)



Coca-Cola[®]

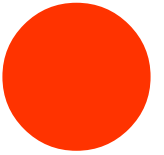
Världens näst mest kända uttryck

Att inspirera och förena människor i en värld
utan gränser.

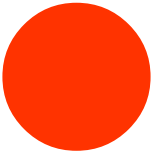


Lätt att älska

96% av alla svenskar känner till varumärket som uppfattas som starkt och tryggt och med rötter i den svenska folksjälén.



4 individer – 4 identiteter – 4 varumärken

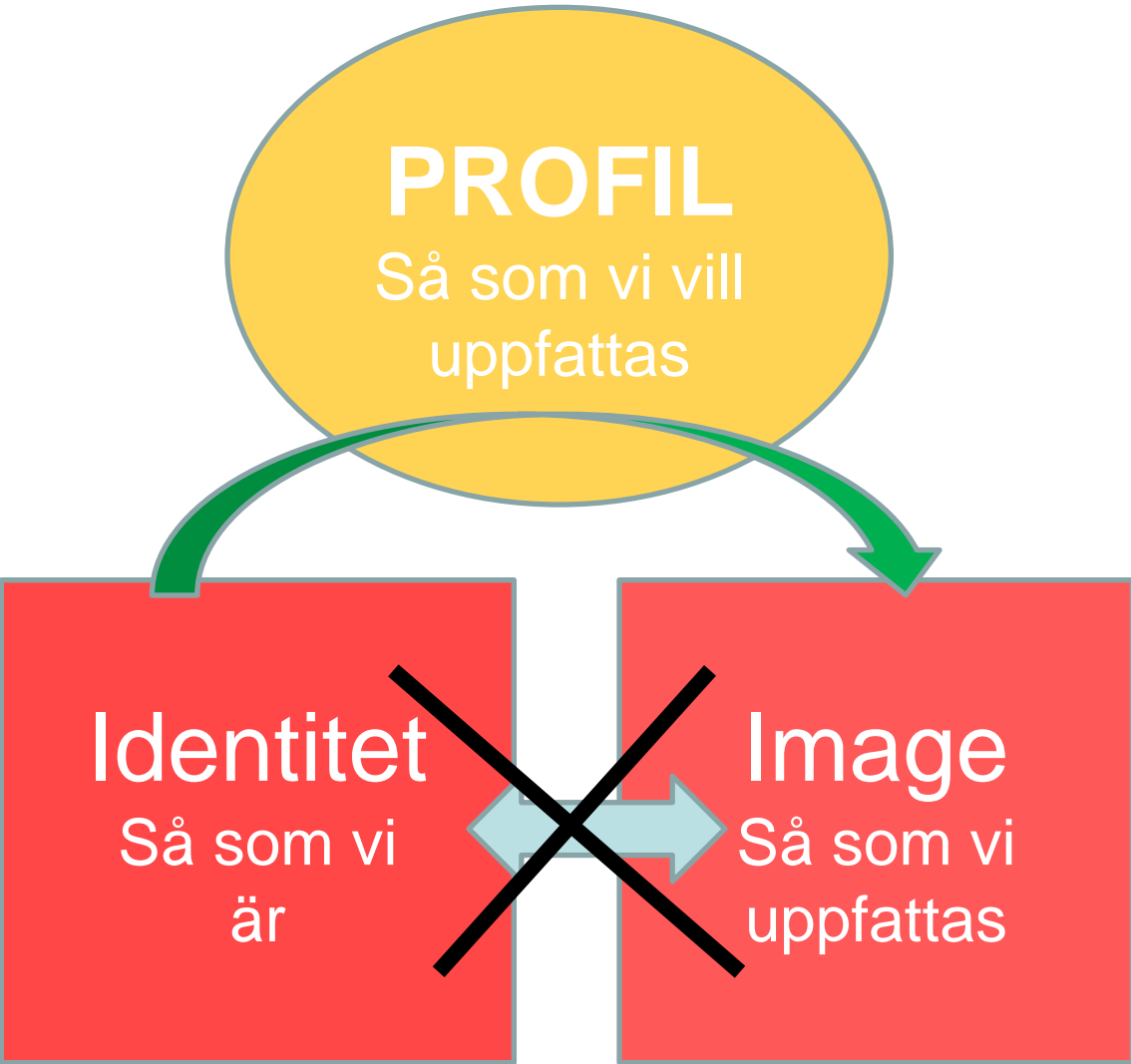


Alltså...

Varumärkesbyggande handlar om att göra ett namn välkänt och koppla det till positiva värden att själv bygga ryktet om dig

För att...

Underlätta beslutsfattande för din kund

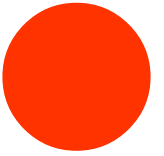




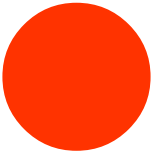
Yttre process
Retorik och framtoning

Allt syns och hörs

Inre process
Värderingar och känslor

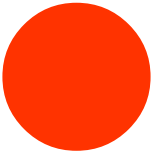


Vad säljer du och till vem?
Hur ser ditt erbjudande ut?



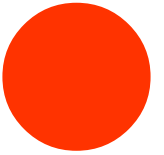
Vilka behov har de som du säljer till?

- Hur skiljer sig deras behov från dina? I vilka stycken är din kunds behov lika dina?
- Vilka är mina konkurrenter? Vad har jag som de inte har?



Var finns dina kunder?

- När, var och hur hittar du dina kunder?
- Hur hittar de dig?
- Det ska vara lätt att köpa!



Synliggör ditt varumärke

- Hur ska jag göra för att synliggöra mitt varumärke
- Vilka kanaler passar mig och mina kunder att jag syns i

Syfte och mål

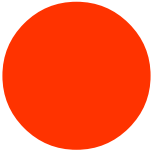
Vilka är dina kunder och varför?

Målgrupper

Icke lojala kunder
De som jag inte har idag
men vill ha

Lojala kunder
De som jag kanske har
chans på

Höglojala kunder
De som känner mig väl
och som är min bas



Segment

Empty box for segment notes under 'Icke lojala kunder'.

Empty box for segment notes under 'Lojala kunder'.

Empty box for segment notes under 'Höglojala kunder'.

Behov

Empty box for needs notes under 'Icke lojala kunder'.

Empty box for needs notes under 'Lojala kunder'.

Empty box for needs notes under 'Höglojala kunder'.

Budskap

Empty box for message notes under 'Icke lojala kunder'.

Empty box for message notes under 'Lojala kunder'.

Empty box for message notes under 'Höglojala kunder'.

Kanaler

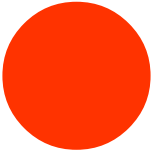
Empty box for channels notes under 'Icke lojala kunder'.

Empty box for channels notes under 'Lojala kunder'.

Empty box for channels notes under 'Höglojala kunder'.

Uppföljning

Mätningar, utvärderingar och uppföljning Hur gick det?

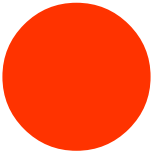


Digital synlighet





Källa och skapare:
Niclas Strandh, DigitalPR+JMW
Brit Staktson, JMW Kommunikation



<https://www.facebook.com/pages/LJK-loredana-jelmini-kommunikation/343815315675667>

<https://twitter.com/loredanajelmini>

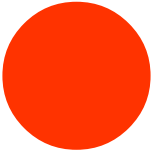
<http://www.pinterest.com/loredanajelmini/boards/>

http://www.linkedin.com/profile/view?id=7211810&trk=nav_responsive_tab_profile

<http://instagram.com/loredanajelmini>

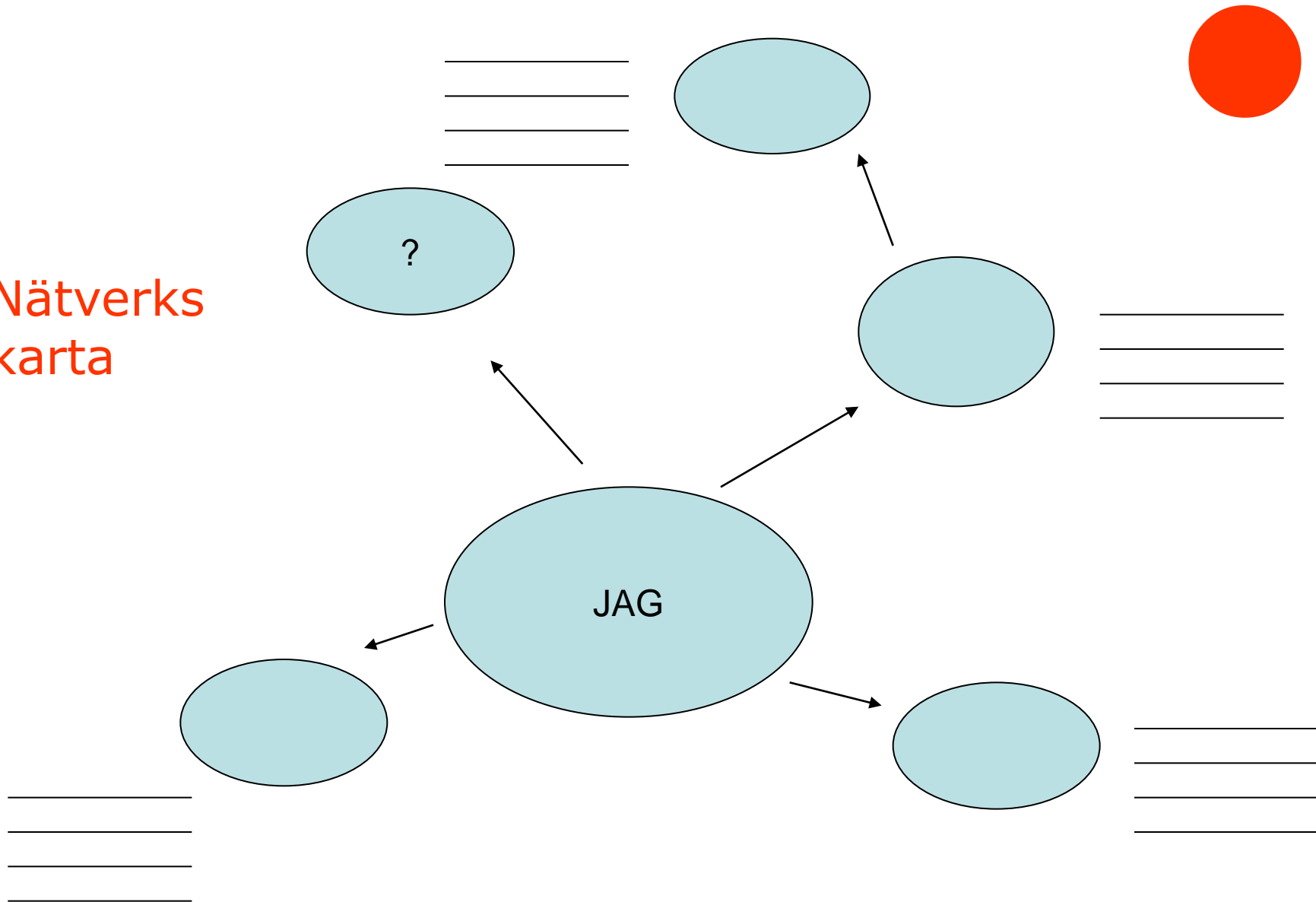
<http://klout.com/#/dashboard>

<http://ljk.se/>



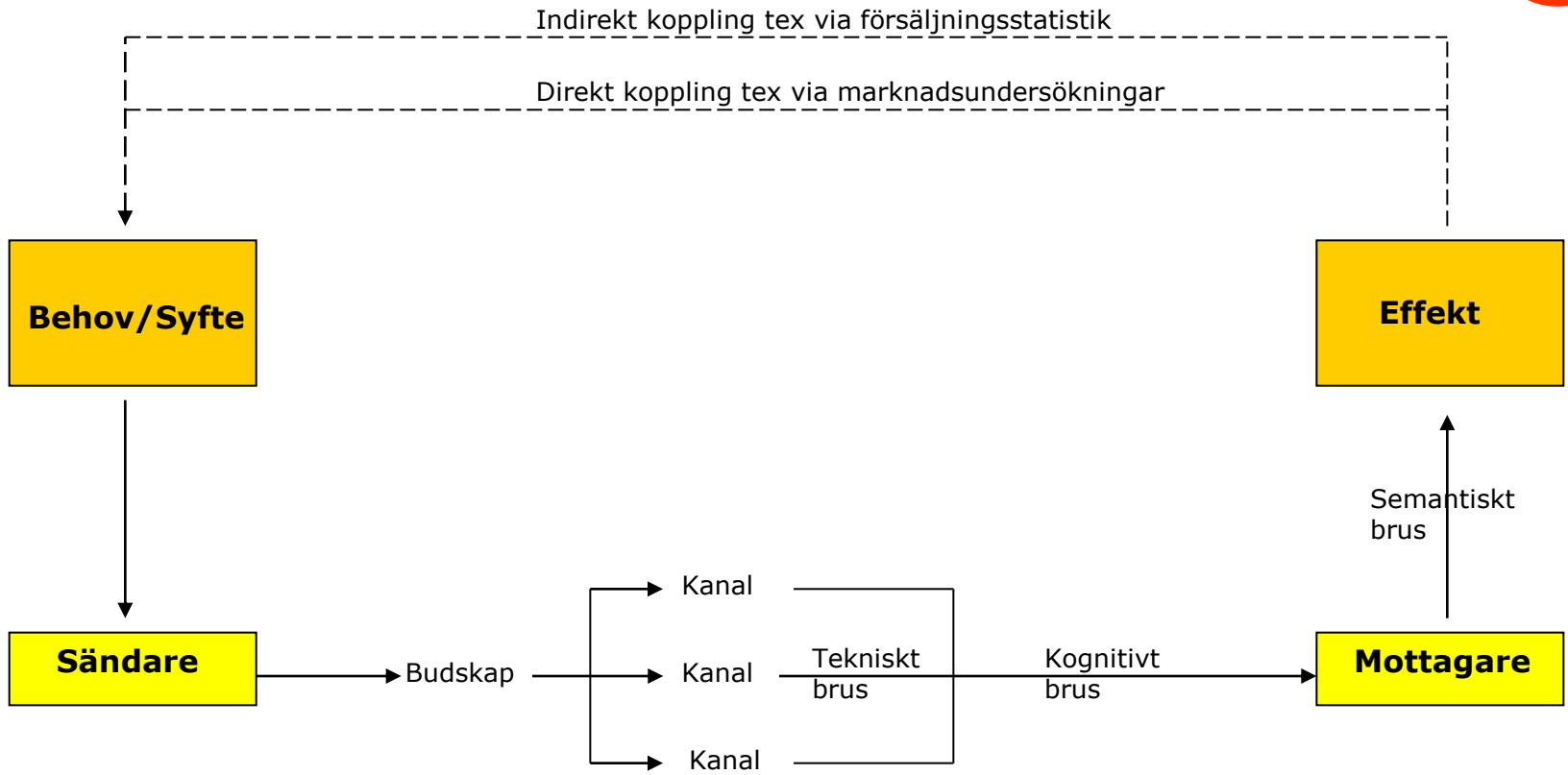
Det mänskliga mötet

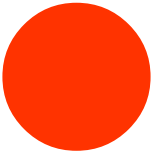
Nätverks karta



A woman with dark hair, wearing a white tank top and red boxing gloves, has her arms raised in a victory pose. She is smiling and looking directly at the camera. The background is a soft, warm glow.

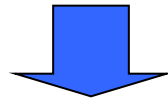
**Försäljning = att
identifiera behov**



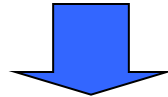


Från hej till möte

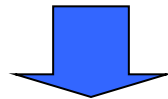
Positiv upplevelse av mötet



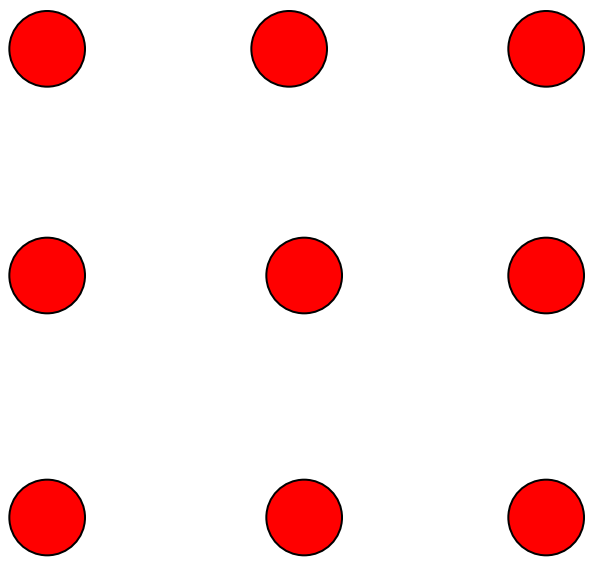
Positivt intryck av dig

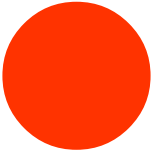


Engagemang i din tjänst/produkt



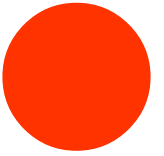
Kontakt/Mötesbokning/Rekommendationer





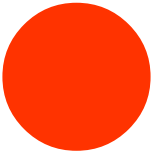
Den som ställer frågorna styr dialogen

- Bygga relation
- Skapa dialog
- Visa intresse
- Få kunden/nätverkspersonen att känna sig sedd
- Underlag för merförsäljning
- Är det rätt person jag talar med
- Hur mycket kunskap har kunden i området
- Underlag för att anpassa språk och information
- För att ringa in kundens behov
- För att få en känsla för kunden
- För att kunna styra samtalet dit man vill och kunna berätta om det man är bra på



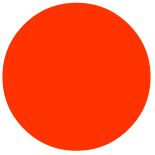
Som man frågar får man svar!

- Öppna frågor – ger oändligt antal svar
- Slutna frågor – leder till ja eller nej
- Ledande frågor – styr mot önskat svar
- Sammanfattande frågor – är slutna frågor som sammanfattar budskapet



Frågor som väcker tankar och ger dig en bild av nuläget

- Hur har du det med.....?
- Är du medveten om.....?
- Har du upplevt.....?
- Har du tänkt på att.....?
- Hur ser du på att.....?
- Vad tycker du om.....?
- Har du hört talas om att.....?
- Känner du till.....?



Frågor som ger dig möjlighet att utveckla behov och för kunden att formulera en önskan om förändring

Har du besvär med.....?

Hur upplever du det att.....?

Har du funderat på vad som.....?

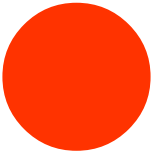
Är det intressant att.....?

Är du beredd på att.....?

Vad kan du vinna/tjäna på att.....?

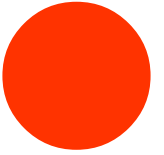
Vore det bra för dig om.....?

Vilka möjligheter ser du i att.....?



Hisspresentation (elevator pitch)

<http://www.youtube.com/watch?v=Tq0tan49rmc>



Hisspresentation

Snabbversionen av berättelsen om dig själv

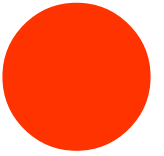
Komprimerad, tydlig, intresseväckande, sann, uppriktigt och skall svara på

- 1) Vem du är och vad du gör
- 2) Varför andra skall lyssna på dig (vad du erbjuder)
- 3) Målgruppens (dvs lyssnarens) behov

Ex: jag arbetar som konsult och hjälper kvinnliga företagare att göra marknadsföring enklare och försäljning roligare.

Avslutning

Reflektion



Tack för mig!

Facebook.com/loredanajelmini
Twitter.com/loredanajelmini
Linkedin/Loredana Jelmini
Instagram/Loredana Jelmini
Pinterest/Loredana Jelmini
Foursquare/Loredana Jelmini
About.me/Loredana Jelmini

loredana@ljk.se

www.ljk.se ●●●●●