

FRE IT OCH TELEKOM LÖR HEM, HÄLSA & PRIVATEKONOMI

35

**JOHAN UNUNGER, SALTÅ KVARNS VD:**

”Reklam är bortkastade pengar. När jag säger det tycker många att jag är knäpp i huvudet. Men vi vill öppna varumärket och göra folk delaktiga. Det går inte med traditionell reklam.”

Till Veckans Brief

70

procent

■ Så stor andel av de små och medelstora företagen presenterar sina produkter online. Det framgår av Boston Consulting Groups rapport om den svenska internetekonomin. (Di)

**Bokfokus vill nå män**

■ Förlaget Natur & Kultur spinner på det ökade intresset för psykologi och startar bokklubben Bokfokus med en egen sajt och även ett magasin. Bokfokus vill bryta mark genom att få vanliga män intresserade för ämnet via en direktreklamkampanj som kostar runt 2 miljoner. (Di)

Viktigt vårda varumärket

Nu är det snart högsäsong för bolagsstämmor. Och valberedningarna letar kvinnor att blanda upp sina herrklubbar med. Utmärkt.

Men det är minst lika angeläget att de letar efter varumärkeskompetens. För där är bristerna skrämmande stora. Inte minst i börsbolagen. Styrelser befolkas mest av tekniker, jurister eller administrativa ekonomer.

De kan räkna p/e-tal, bonusar och substansvärden. Men det blir knepigare när de ska räkna ut hur substansen skapas.

Därför kan marknadsavdelningen bli lite av lekstuga för dem som för tillfället råkar arbeta där. Lösryck-

ta kampanjer avlöser varandra och företagets olika avdelningar jobbar på, var och en för sig, utan synbart släktskap.

Företagets profil och kommunikation blir otydlig och spretig, effekterna av marknadsinvesteringarna svårtolkade och lönsamheten svagare än nödvändigt.

Nog är det bra märkligt, att det fortfarande är så 2011. I en tid när kunderna är mer kritiska och kunniga än någonsin och transparens är nödvändig. Samtidigt som konkurrensen blir allt hårdare, mellan produktkategorier, från handelns egna varumärken och från nya, hungriga konkurrentländer.

De som ska växa sig starka



Carin Fredlund
carin@notabene.se 08-573 650 00

”Lösryckta kampanjer avlöser varandra”

i den verkligheten måste förstå att ett starkt varumärke är företagets främsta tillgång.

Och att ett starkt varumärke inte är detsamma som en juridiskt skyddad logotyp, utan det produktlöfte; den tydliga, positiva signal som den där logotypen sänder till marknaden.

Det borde inte vara så svårt att förstå. Det handlar inte om kärnfysik direkt.

Det finns klara besked. Forskningsprojektet Brand Orientation Index kunde redan för sex år sedan visa på det tydliga sambandet mellan varumärkesorientering och lönsamhet.

Undersökningen bland landets 500 största företag visade att de icke varu-

märkesorienterade företagen fick nöja sig med en genomsnittlig lönsamhet på 8 procent. Medan de varumärkesorienterade nådde 14 procent.

Men undersökningen visade också att börsbolagen var underrepresenterade bland de varumärkesorienterade företagen. Och att styrelserna sällan är involverade i varumärkesfrågor.

Kanske ska man inte bli alltför förvånad. När jag för ett par år sedan gick igenom Styrelseakademiens grundutbildning ”Rätt fokus i styrelsearbetet”, slog det mig att namnet i högsta grad var missvisande.

Det var förvisso en både intressant och givande utbildning. Men varumärket nämndes över huvud taget aldrig.

Det borde dock självklart vara en central uppgift i styrelsens arbete. Styrelsen ska besluta om ramarna för varumärkesarbetet. Den ska slå fast den varumärkesplattform som sedan ska ligga som grund för företagets vidare arbete.

Vd-instruktionen ska vara glasklar och ge vd:n det operativa ansvaret för att hela företaget förstår och arbetar i enlighet med denna varumärkesplattform och lever efter de kärnvärden som gäller. Marknads- och informationscheferna ska sedan rätta sig efter detta och se till att det kommuniceras på bästa sätt.

Då har styrelsen rätt fokus i arbetet.

HEM- & FÖRETAGSTJÄNSTER



Svårt att få tiden att räcka till?

Vi hjälper dig med städning, flyttstäd, fönsterputs och hemservice.

Hos oss kan du som privatperson nyttja RUT-avdraget för att subventionera din städning.

Vi erbjuder både företag och privatpersoner gratis kostnadsförslag för städning och tjänster.

Välkommen till ett renare liv!

Visste du att...

...vi städar ca 35 000 kvadratmeter per månad!

Adlersons.se

– ETT RENT SERVICEFÖRETAG

Öppet 8-16 | Tel: 08-18 99 33 | E-post: info@adlersons.se | www.adlersons.se