

Muutoksen kesyittäjä - hanke

Brändi ja brändääminen 3

www.hamk.fi



Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020



HAMK
HÄMEEN AMMATTIKORKEAKOULU
HÄME UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Tällä kurssilla opitaan:

- Brändi-ilmeen kirkastamisen perusteita
- Mitä sisältömarkkinointi tarkoittaa?
- Sisältömarkkinoinnin merkitys



Brändi-ilmeen kirkastaminen

Herättääkö brändi asiakkaissa kiinnostusta?

Visuaalisen ilmeen uudistaminen: viestin oltava sama kaikissa kanavissa, kaikkialla viestinnässä johdonmukaisesti typografiaa myöten. Lisäksi vahva viesti ja lupaus siitä, että laatu ei muutu vaikka visuaalisuus muuttuu

Se vaatii kuitenkin myös strategiaa, ei pelkästään ulkokuoren kiillotusta.

Asiakkaat odottavat hyvältä brändiltä puhtaan tuotehyödyn ylittävää arvoa. Tyhjä lupaus esimerkiksi vastuullisuudesta eivät enää vakuuta valveutuneita kuluttajia (viherpesu)

Siksi yritys, joka pystyy ohjaamaan toimintaansa ja ihmisiään aidosti yhtenäisen arvomaailman ja tavoitteiden kautta ja lunastamaan lupauksensa, herättää luottamusta.

Älä sotke visuaalisen ilmeen muuttamista ja brändin kirkastamista toisiinsa: Jos on kyse vain visuaalisesta muuttamisesta, sen voi tehdä pikkujiljaa

Yes Sir-valkoisen miehen savuke

Joka sekunti syttyy 22 puhtaampaa savuketta

Yes Sir — juuri nytkin, yötä päivää, kaikkialla sytytetään Boston, Suomen suurin "amerikkalainen". Maailmankuulu Boston-menetelmä on tuonut polttamiseen puhtaamman maun ja puhtaamman nautinnon. Siksi tänäänkin hyvän tupakan ystävät sytyttävät yli puoleista miljoonaa Bostonia.

BOSTON

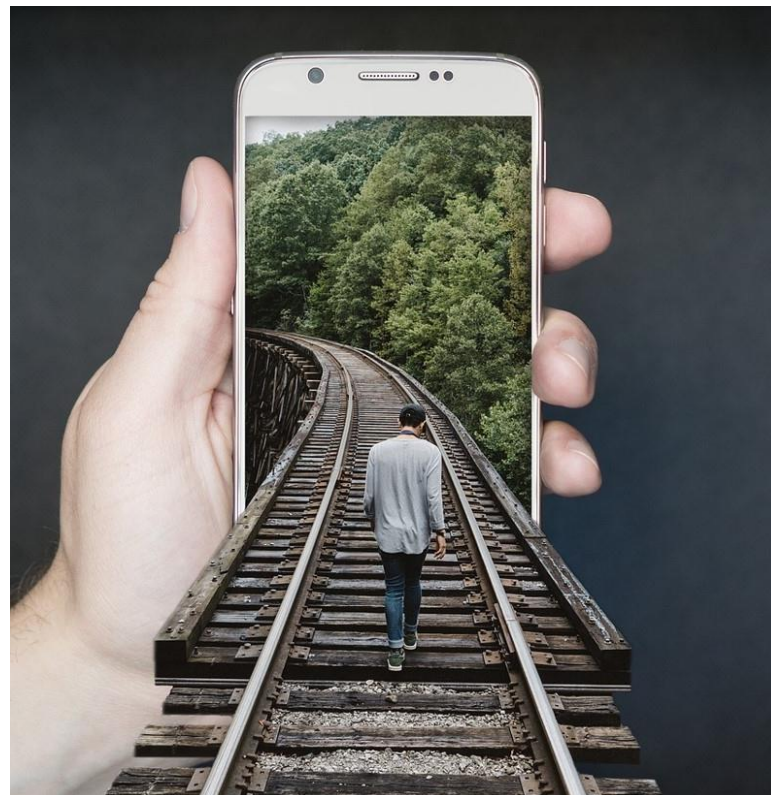
Yes Sir, siirry Sinäkin

— SEK —

AMMOTTIOPPIA P.

Muutos vaatii sitoutumista – teot ratkaisevat

- Älä unohda työntekijöitä:
- saattavat kokea perinteikkään ilmeen muutoksen loukkaavana.
- Ilmeen muutoksesta on kerrottava ensin sisäisesti ja vasta sitten ulkoisille sidosryhmille.
- ohjeista henkilökuntaa visuaalisesta identiteetistä ja sen käytöstä kaikessa
- → jatkossa esim. laajempi tuote- tai palveluvalikoimaa
- → yrityskauppaa, uusi kumppanuus tai muut konkreettinen teko



Sisältömarkkinointi (Content Marketing)

Sisältömarkkinointi on kohdennettua markkinointiviestintää. Sitä tarvitaan tavoittaakseen digitaalisessa viestintäympäristössä olevia asiakkaita.

Huomiota ei saa enää pelkästään maksamalla mainosnäytöistä. Mikäli haluaa nousta digialustojen algoritmien avustuksella asiakkaiden sisältösyötteisiin, tulee tehdä pitkäjänteistä ja aktiivista sisältömarkkinointia

Sisältöä tuotetaan tärkeimmille kohderyhmille ja sitä jaetaan aktiivisesti digitaalisissa jakelukanavissa

Sisältömarkkinoinnilla luodaan lisäarvoa kohderyhmälle erilaisten vinkkien, neuvojen, opastamisen tai viihdyttämisen kautta. Tarkoituksena on saada asiakkaalle luotua tarve ostaa palvelu tai tuote

Sisältömarkkinointi tukee yrityksen liiketoimintaa (saavutetaan esim. tunnettavuutta, myyntiä jne.)



Sisältömarkkinointi ja brändi

Hyvä sisältömarkkinointi, joka vaikuttaa (vaikuttajamarkkinointia)

—> luodaan kohderyhmille yleisöä aidosti kiinnostavia tarinoita, ammattimaisesti tuotettuja laadukasta sisältöä

Hyvin toteutettu sisältö saa brändin näyttämään hyvältä ja brändi saa tätä kautta näkyvyyttä

Aktiivinen verkkoläsnaolo (Ihmiset kiinnostuvat brändistä)

Tämä erityisen tärkeää henkilö- ja asiantuntijabrändissä



Verkkolähteet:

[Asiantuntijan henkilöbrändäys » Arctic Ideas Consulting](#)

[Henkilöbrändäyksen perusteet - Kati Koivunen](#)

<https://seoseon.fi/maailman-arvokkaimmat-brandit/>

<http://markkuup.blogspot.com/2018/09/brandiarkkitehtuurin-rooli-yrityksen.html>

[Kantar BrandZ™ Most Valuable Global Brands 2022](#)

<https://www.valio.fi/yritys/media/uutiset/suomen-vastuullisin-brandi--tunnustus-valiolle-seitsemannen-kerran-kotimaisuus-elainten-hyvinvointi-ja-ymparistoasiat-tarkeita-ihmisille>

[Strategia – SEK](#)

[BrandZ Top 100 Most Valuable Global Brands - 2022 \(Kantar\) | Ranking The Brands](#)

<https://myanimals.com/fi/yleinen/brandien-maskotit-ja-elaimet-markkinoinnissa/>

<https://www.sll.fi/mita-me-teemme/saimaannorppa/>

<https://www.markkinointiuutiset.fi/artikkelit/>

[suomen-arvokkaimmat-brandit-listattu-nokian-selva-johtoasema-pysyy-nesteella-vahvaa-nousua](#)

<https://www.taloustutkimus.fi/ajankohtaista/uutisia/top10-suomen-arvostetuimmat-brandit-2022.html>

<https://www.koneviesti.fi/yritykset-ja-tapahtumat/8c847e75-fa48-55ff-a5ad-cc02b73150fa>

https://www.marimekko.com/fi_fi/marimekon-maailma/marimekko-journal/kuluttajat-arvioivat-marimekon-suomen-vastuullisimmaksi-muotibra

<https://kauppakamari.fi/tiedote/ensimmainen-vuoden-brandi-palkinto-marimekolle/>
<https://kotiliesi.fi/i ihmiset-ja-ilmiot/ilmiot/makkosen-pojat-kyosti-sumu-sireeni-ja-muut-tunnetko-jo-somen-suosituimmat-elaimet/?shared=165880-e712be0e-1>
https://mbe.fi/opas/opas-brandi-ilmeen-uudistamiseen/?gclid=CjwKCAjwvdajBhBEEiwAeMh1U8X5L-LH_sbclXyEZC3ITLRtTpT2EzJfAE4oUEZTn8FKVYfrUV8p2xoCusYQAvD_BwE
http://epub.lib.aalto.fi/en/ethesis/pdf/12593/hse_ethesis_12593.pdf
http://epub.lib.aalto.fi/en/ethesis/pdf/12593/hse_ethesis_12593.pdf
<https://blogit.utu.fi/liike/tekevalle-sattuu-brandayksessakin/>
<https://www.businesstoday.in/latest/corporate/story/coca-cola-temporarily-suspends-production-at-bottling-plant-in-uttar-pradesh-heres-why-380258-2023-05-06>
<https://www.metsagroup.com/fi/tietoa-metsa-groupista/koe-metsa/brand-tool/graafinen-ohjeisto/typografia/>
<https://www.sothebys.com/en/articles/louis-vuitton-pochette-accessoires-the-chicest-mini-shoulder-bag-on-the-market>
<https://pmllehti.fi/artikkelipoinninnat/ikoninen-savy/>

Kuvalähde: [Jam on display at Boston Public Market](#) | [Boston Public Marke...](#) | Flickr

Kirjallisuuslähteet:

Apunen, A., Parantainen, J. Tuotteistaminen 2. Tuotteistajan 10 psykologista vipua. Helsinki 2011

Rummukainen, M. Hiila, I. Hakola, I. Sisältömarkkinoinnin työkalut. E-Kirja 2019