

MEANINGFUL BRANDS

Findings fra seminaret:

Hvad skal der til for at blive et mere meningsfuldt brand?

Flemming Møldrup - MÄRK

Generation Y er de mest kritiske forbrugere og krævende medarbejdere. De føler sig ansvarlige for at gøre verden til et bedre sted, og derfor vil de kun investere i meningsfulde produkter og ydelser. Generation Y'ere vil arbejde for virksomheder, de finder meningsfulde. Opskriften på succes er at gøre forbrugerne til fans frem for kunder. At kigge indad i virksomheden og opfinde en mere meningsfuld form for produktudvikling og identitet.

Barbara Marx - Havas Meaningful Brands

I Danmark er der generelt en lavere tillid til brands end i resten af verden, så der er grund til handling. En virksomheds meningsfuldhed bedømmes ud fra tre dimensioner:

1. Produktværdier på markedet, som f.eks. kvalitet og funktion
2. Personlige fordele, som f.eks. at produktet gør dig glad eller hjælper dig
3. Kollektive fordele, som f.eks. miljøfordele

Alle virksomheder kan booste deres KPI'er ved at sætte fokus på meningsfuldhed gennem de tre dimensioner.

Hanne Lindblad - MÄRK

Det er en ledelsesopgave at sørge for at disrupte virksomheden og træde ud af rammerne. Energien er centreret omkring aktiviteter, relationer og kontekst, og det er her, man skal arbejde for at finde fundamentet for at udvikle virksomhedens personlighed. Ledelsens opgave er indefra ledt at blive mere bevidste om nuet, medarbejderne og verden omkring, så virksomheden kan gå mere meningsfulde veje.

Malene Brandt - Dansk Røde Kors og Helle Andersen - COOP

Danskerne gider ikke donere til en fælles bunke, men de vil gerne donere til konkrete projekter og ud fra konkrete budskaber. Partnerskaber, der skaber værdi 2.0 for forbrugerne, fokuserer på logik, formål, iscenesættelse og sammensætning af det rette team, der kan få tingene til at lykkes. Tænk ud over det traditionelle, gå ind i samarbejdet med åbenhed og anerkend hinandens styrker.

Vil du høre mere om Meaningful Brands, er du meget velkommen til at kontakte Mads Grove på meaningfulbrands@havasmedia.dk