



Brandløftet





Skap ditt merkevareløfte

Et løfte er en forpliktelse og en avtale. Ditt merkevareløfte forteller markedet ditt at de kan stole på at du leverer en gjennomgående opplevelse uavhengig av det programmet du markedsfører, uavhengig av produktene dine og uavhengig av den aktuelle begivenheten.

Ditt merkevareløfte er *spesifikt, emosjonelt* og inneholder som regel beskrivelsen av din RIKTIGE kunde.

Eksempler på merkevareløfte:

“Jeg bruker personlige farger og tekstiler til å provosere kvinnelige gründere til å si JA til seg selv, samme hva!”

“Jeg skaper om ledere til coacher så det blir harmoni på arbeidsplassen.”

“Jeg inspirerer actionorienterte coacher og eksperter til å bli synlige og få autoritet i markedet så de kan tiltrekke seg de RIKTIGE kundene (og skape en business de elsker og lykkes med)” (Jamies)

“Jeg inspirerer kvinnelige gründere til å skape et solid brand og markedsføre sin business basert på sine styrker og ønsker.” (Jamies gamle)

“Vi bruker teateropplevelsens magi til å jobbe med autistiske barn så de får suksess i liv og arbeid!” (tidligere kunde som drev teater for autistiske barn)

(Noen eksempler på engelsk på neste side)

Din tur: Hva er ditt merkevareløfte?







Eksempler på noen amerikanske merkevareløfter

1. Coca-Cola: To inspire moments of optimism and uplift.
2. BMW: Den ultimate kjøreopplevelsen
3. Nike: Inspirasjon og innovasjon til alle atleter I verden.
4. Apple: Think different.
5. H&M: Flere motevalg som er bra for folk, for planeten og for lommeboka di.
6. Starbucks: To inspire and nurture the human spirit – one person, one cup and one neighborhood at a time.

