

BRÄNDÄYSTÄ

LYHYESTI

Esittelykappale, lisää: www.helsinkibranding.com/kurssit

BRÄNDÄYSTÄ HELPOSTI – KURSSIN SISÄLTÖ

Päivä 1

PERUSTEET

- Mitä kurssi sisältää?
- Mitä on luova ajattelu brändäyksessä?
- Brändi-aakkoset
- Miksi luova ajattelu on tärkeää brändäyksessä?
- Brändimyytit
- Brändin tunnelma
- Starbucks esimerkkinä
- Mielikuvitus-workshop
- Yhteenveto

SUUNNITTELU

- Markkina-analyysi (kilpailijat & kohderyhmä)
- Brändistrategia
- Brändin asemointi
- Brändin runko
- Mielikuvabrändäys (Apple vs. Garnier)
- Tiger vs. Tiimari esimerkkinä
- Aggressiivinen erottautuminen
- Workshop
- Yhteenveto
- Kotitehtävät

Päivä 2

TOTEUTUS

- Luovuus
- Perustietoa designista
- Brändi-identiteetin rakentaminen
- Miksi brändit kaatuvat?
- Laadukas brändi ilman rahaa
- Sinun brändisi – pitkä workshop

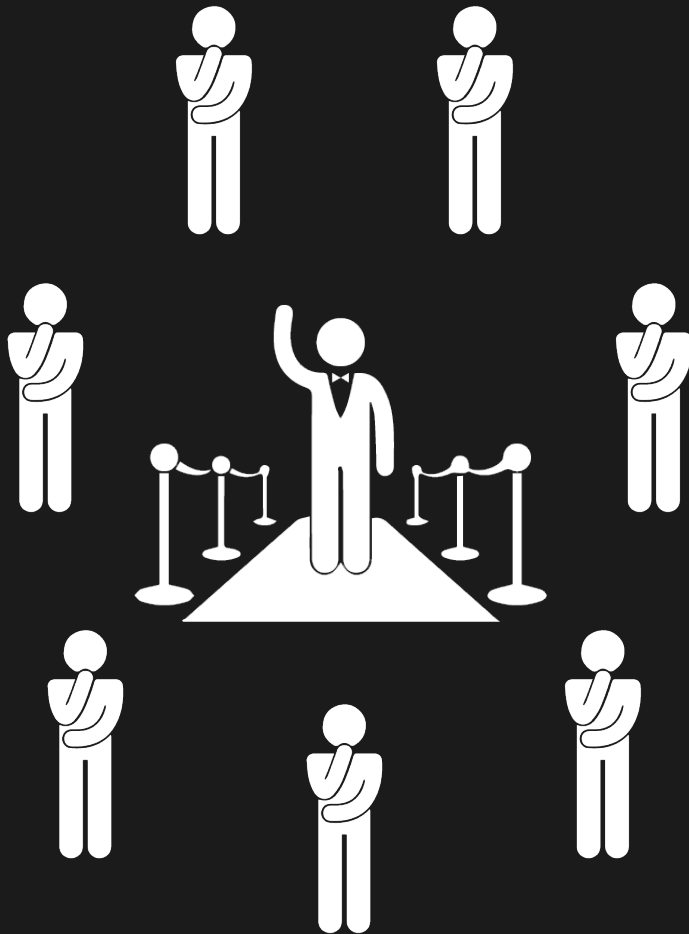
LOPULLINEN YHTEENVETO

- Millaista on luova ajattelu?
- Millainen on toimiva brändäys?
- Workshop
- Kurssin yhteenveto

1.

MIKÄ ON BRÄNDI?

“BRÄNDI ON LUPAUS”



Brändi ei ole yksinään logo tai yrityksen visuaalinen ilme. Brändi on **kokonaisuus**, joka koostuu eri elementeistä, kuten yrityksen strategiasta, arvoista, visuaalisesta ilmeestä, mielikuvasta ja tunteesta, joka kuluttajilla on tuotteesta, palvelusta tai organisaatiosta.

Brändi kertoo, kuka olet, mitä edustat sekä ennen kaikkea mitä lupaat. Nämä asiat vahvistuvat joka kerta, kun ihmiset ovat tekemisissä brändisi kanssa. Vastaatko lupaustasi?

2.

BRÄNDIN RAKENNUS- PALIKAT

“BRÄNDIT TEKEVÄT MYYMISESTÄ HELPOMPAA”

1. KUKA OLEN?
2. MITÄ TEEN?
3. MIKSI SILLÄ ON VÄLIÄ?



Brändiä ei rakenneta päivässä, vaan se rakentuu johdonmukaisella työllä ajan saatossa. Tärkeimpiä brändin perusrakennuspalikoita ovat **visio, analyysi ja strategia.**

Jotta pääset alkuun, on sinun ensin päätettävä, mistä haluat rakentaa brändin. Kun tämä on selvillä, on analysoinnin aika. Miten sinun palvelusi tai tuotteesi erottuu muista ja vastaa kohderyhmäsi tarpeisiin?

Analyysin pohjalta voit alkaa rakentamaan brändistrategiaasi. On tärkeää myös muistaa, että rakentaminen on jatkuva prosessi. Kohderyhmäsi kertoo viime kädessä, millainen brändi sinulla on!

3.

**MITÄ ON
MIELIKUVA-
BRÄNDÄYS?**

“EI HUULIPUNA POSSULLA SAA POSSUA NÄYTTÄMÄÄN PRINSESSALTA! VAI SAAKO?”



Brändäyksen päätarkoitus on saada kohderyhmäsi ostamaan sinulta enemmän palveluita tai tuotteita korkeammilla hinnoilla.

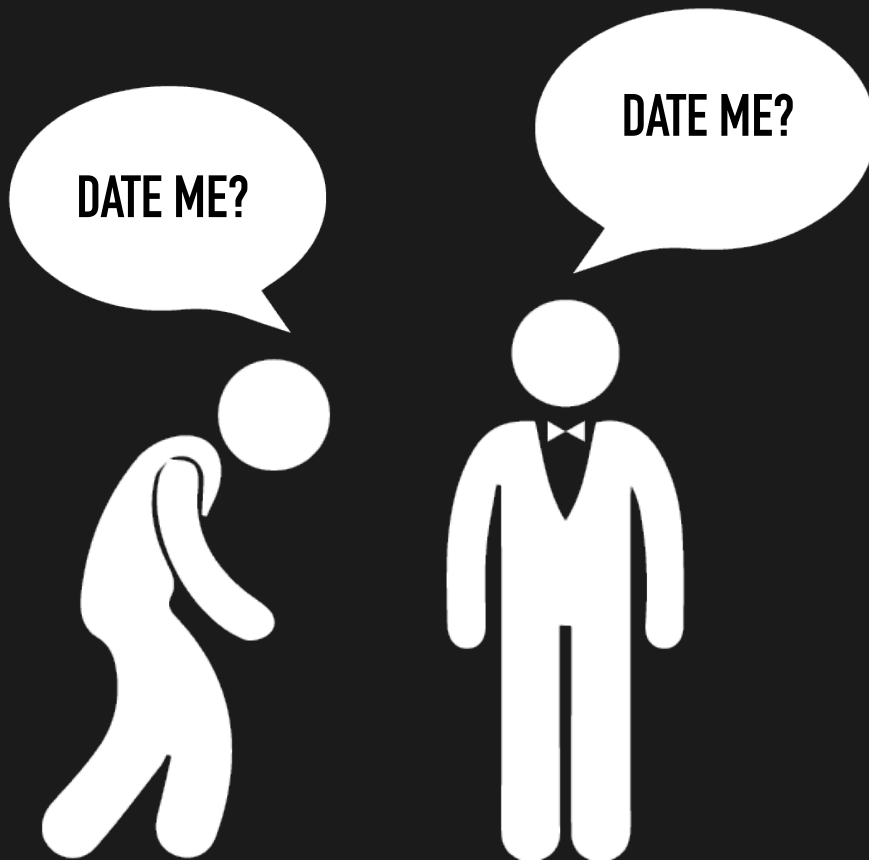
Onnistuneella brändäyksellä kohderyhmäsi mielikuva organisaatiostasi, palvelustasi tai tuotteestasi vastaa kuvaa, jonka haluaisit heillä olevan.

Mielikuvabrändäyksen päätarkoituksena on yrittää **vaikuttaa kuluttajiin psykologisesti** mielikuvilla. Muista kuitenkin, että aidosti toimivan brändin antama mielikuva vastaa sen todellista arvoa.

4.

**TYYLIKÄS
BRÄNDI-
IDENTITEETTI!**

“THE LOOK...of love”



Brändi-identiteetit ovat osa visuaalista kommunikaatiota ja antavat **ensivaikutelman**. Millaisen ensivaikutelman tahdot antaa?

Brändi-identiteetit rakentuvat arvoista, joita haluat edustaa ja niihin kuuluu koko organisaatiosi, tuotteesi tai palvelusi johdonmukainen visuaalinen ilme.

Monet tekevät virheen luottaessaan suunnittelutoimistoihin, joilla on paljon referenssejä. Määrä ei silti merkitse laatua. Tutki alasi parhaimmat kilpailijat ja etsi sitten ammattilaiset.

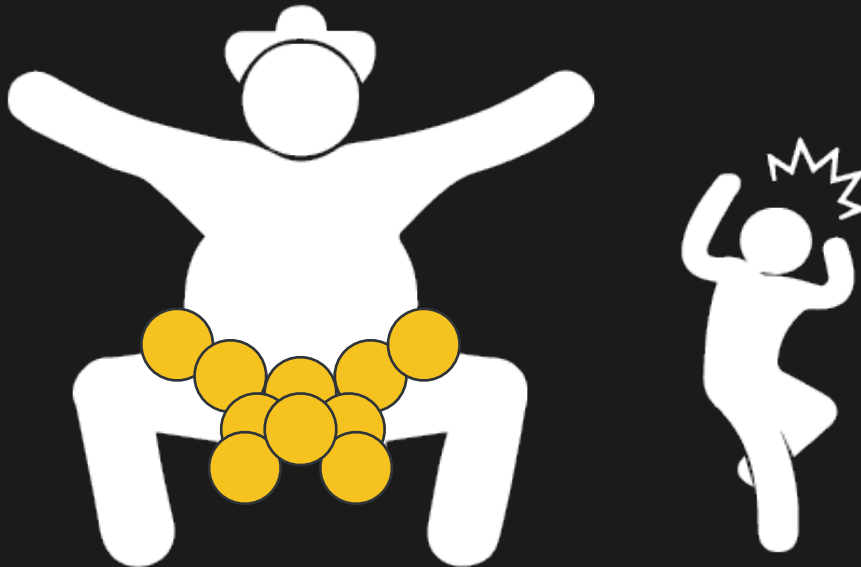
5.

BRÄNDI- STRATEGIA

“HYVIN SUUNNITeltu ON PUOLIKSI TEHTY”

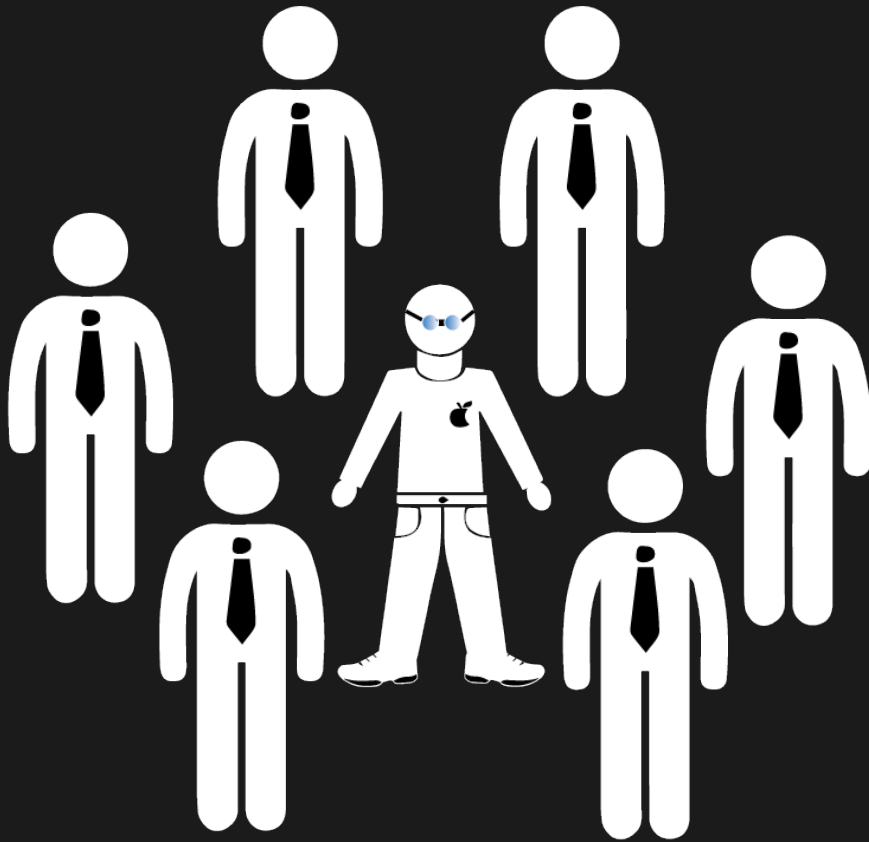
Brändistrategia on **pitkän tähtäimen suunnitelma**, jonka avulla voit saavuttaa tavoitteitasi yrittäessäsi luoda menestyvää brändiä. Mitä kattavampi analyysisi on, sitä paremmin voit rakentaa brändistrategian. Joko tiedät päämääräsi?

Brändistrategia on toisin sanoen “miten teet sen?” ja osa brändäystä. Kun taas brändi on “se” tunne, minkä muut saavat, kun he näkevät “sinut”.



EROTU
JOUKOSTA
-EXTRA-

“THINK DIFFERENT – STEVE JOBS”



Markkinoilla on yrityksiä ja tuotteita pilvin pimein, joten on tärkeää löytää keino, jolla erottautua joukosta. Tänä päivänä avainsana on **luova ajattelu**.

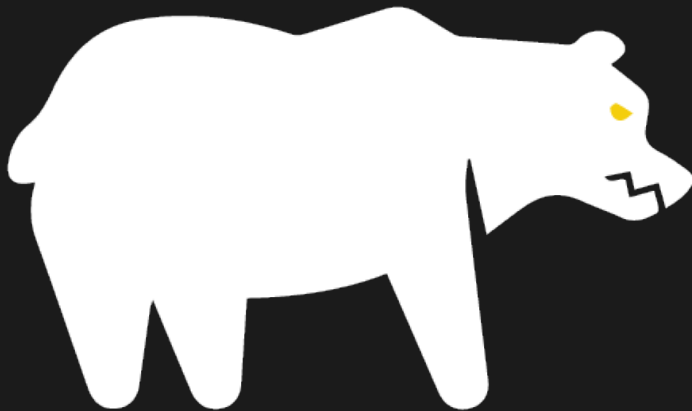
Enää ei riitä, että mainostaa saadakseen näkyvyyttä, vaan on löydettävä luova tapa erottua joukosta kilpailijoita paremmin. Mutta kuinka voit erottautua, jos pelkät olla erilainen?

Tekemällä erilaisia valintoja kuin kilpailijasi ja löytämällä uuden tavan tehdä asioita, pystyt nousemaan edelläkävijäksi. Sen takia täytyy oppia rikkomaan rajoja älykkäästi.

YHTEENVETO

“BRÄNDI = MÖRKÖ! Vai onko?”

- Brändit tekevät myymisestä helpompaa
- Panosta brändi-identiteettiin, sillä se on ensivaikutelmasi
- Erotut joukosta rikkomalla rajoja älykkäästi
- Luovuus on elintärkeää nykypäivänä



KIITOS!

**Haluatko oppia lisää luovasta ajattelusta
brändäyksessä? Tutustu syksyn Brändäystä helposti
-kurssiimme osoitteessa**

www.helsinkibranding.com/kurssit