

Definiera ditt varumärke

Ditt varumärke på två sidor, med dina egna ord. Sida 1 fyller du i under steg 1 (grunden), sida 2 under steg 2 (brieffen). Fyll i med blyerts först, låt vila en vecka, stryk allt som låter som någon annans ord. Det här är ditt facit för allt utåt – och det du skickar till en varumärkesdesigner.

Steg 1 · Den gyllene cirkeln

Tre frågor, inifrån och ut. Kort och ärligt.

Vårt varför

Den verkliga anledningen till att ni finns. Inte pengar – övertygelsen.

Vårt hur

Det som gör er speciella: metoder, val, det som skiljer er från andra.

Vårt vad

Det konkreta ni säljer.

Extrauppgift · Och så: vem?

Ett varumärke blir verkligt först när det landar hos någon som känner "det här är för mig". När cirkeln är ifylld: sätt ord på vem ni finns för. Gör gärna kundsegment-övningen i Marknadsföring steg 1.

Vår viktigaste kund

Vem är den? Vad värderar den mest? Varför ska den välja just oss?

TIPS

Exempel – ett litet bageri. Vad: surdegsbröd och kanelbullar. Hur: långjäst, på lokalt mjöl, bakat för hand varje morgon. Varför: riktig mat tar tid, och vår by förtjänar ett bageri värt att stanna till vid. Vem: barnfamiljen på lördagsutflykt som vill unna sig något äkta.

Steg 2 · Varumärkesbrieven

Nu blir grunden en brief: kärnvärden, berättelse, ton och visuell riktning — med era egna ord.

Kärnvärdena

3–4 ord som beskriver hur ni vill uppfattas. De ska hålla i årtal.

Våra kärnvärden

Berättelsen

Er historia i högst fem meningar: platsen, händerna, varför ni började.

Vår berättelse

Tonen

Hur ni låter — i text, i butiken, i kommentarsfältet.

Så låter vi (t.ex. varm, rak, lite humor)

Visuell inspiration

Ingen design här — bara riktning. Lika viktigt: vad ni INTE vill vara.

Gillar (och varför)

3 varumärken ni gillar, färger och stilar som känns rätt, bilder som känns som er.

Vill inte vara

t.ex. "inte lantligt-gulligt", "inte kliniskt", "inte skrikigt".

Det praktiska

Namnet — och är domänen ledig? · Produktnamn (om några)

TIPS

Testet: läs brieven högt och byt ut ert namn mot närmaste konkurrentens. Funkar texten fortfarande? Då är den för allmän — vässa tills den bara kan handla om er.