

Employer branding

03. juuni 2016 / Pärnu

©2016 Brand Manual. All information contained in this document is protected by copyright laws, and may not be reproduced, republished, distributed, transmitted, displayed, broadcast or otherwise exploited in any manner without the express prior written permission of Brand Manual. You may use the information only within the limits of the NDA and Cooperation Agreement signed between Brand Manual and your company, without altering or removing any trademark, copyright or other notice from any material.

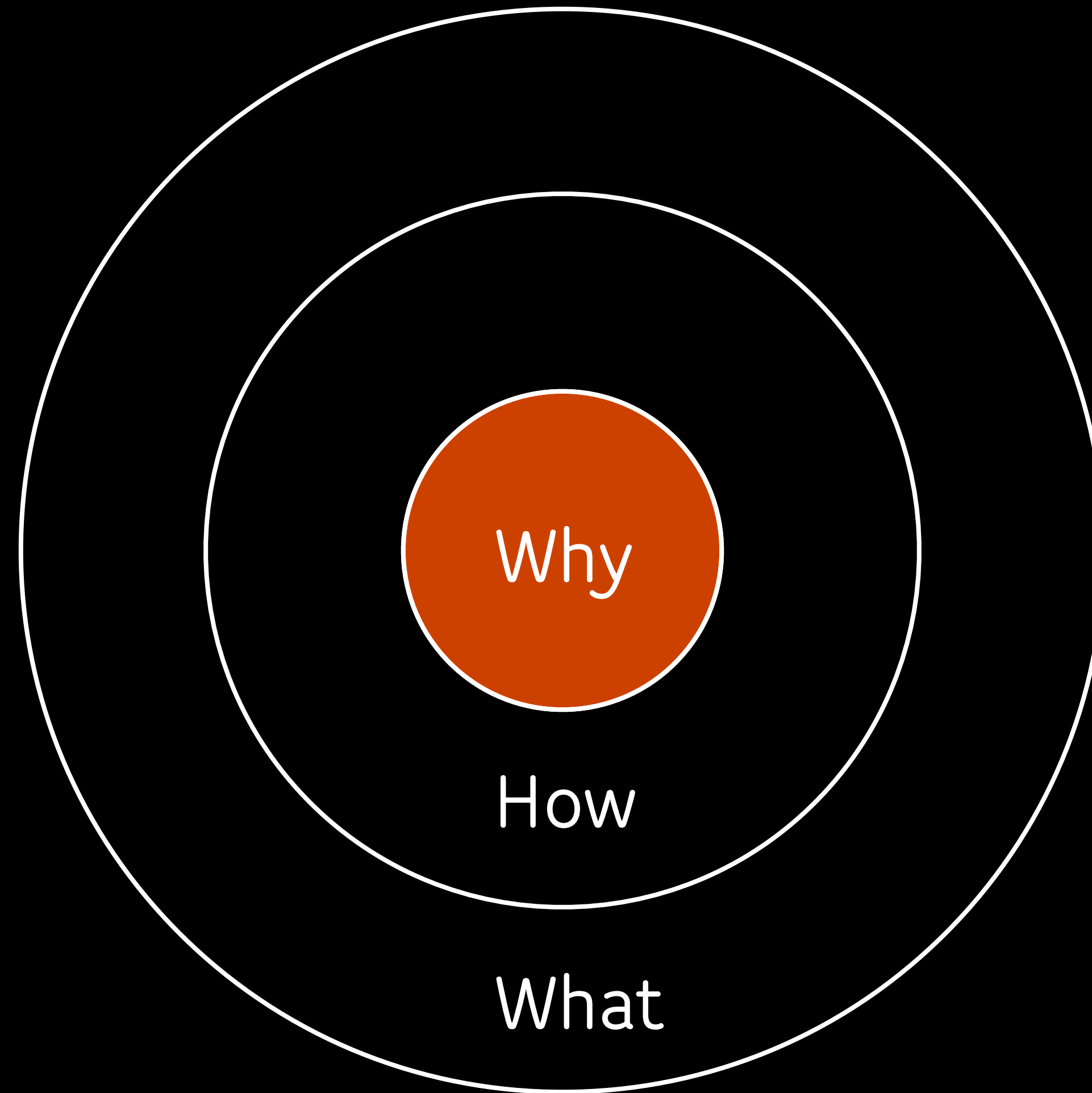
brand manual

WE MAKE THEM TALK ABOUT YOU

Sinu vajadus müüa
ei pane kedagi ostma

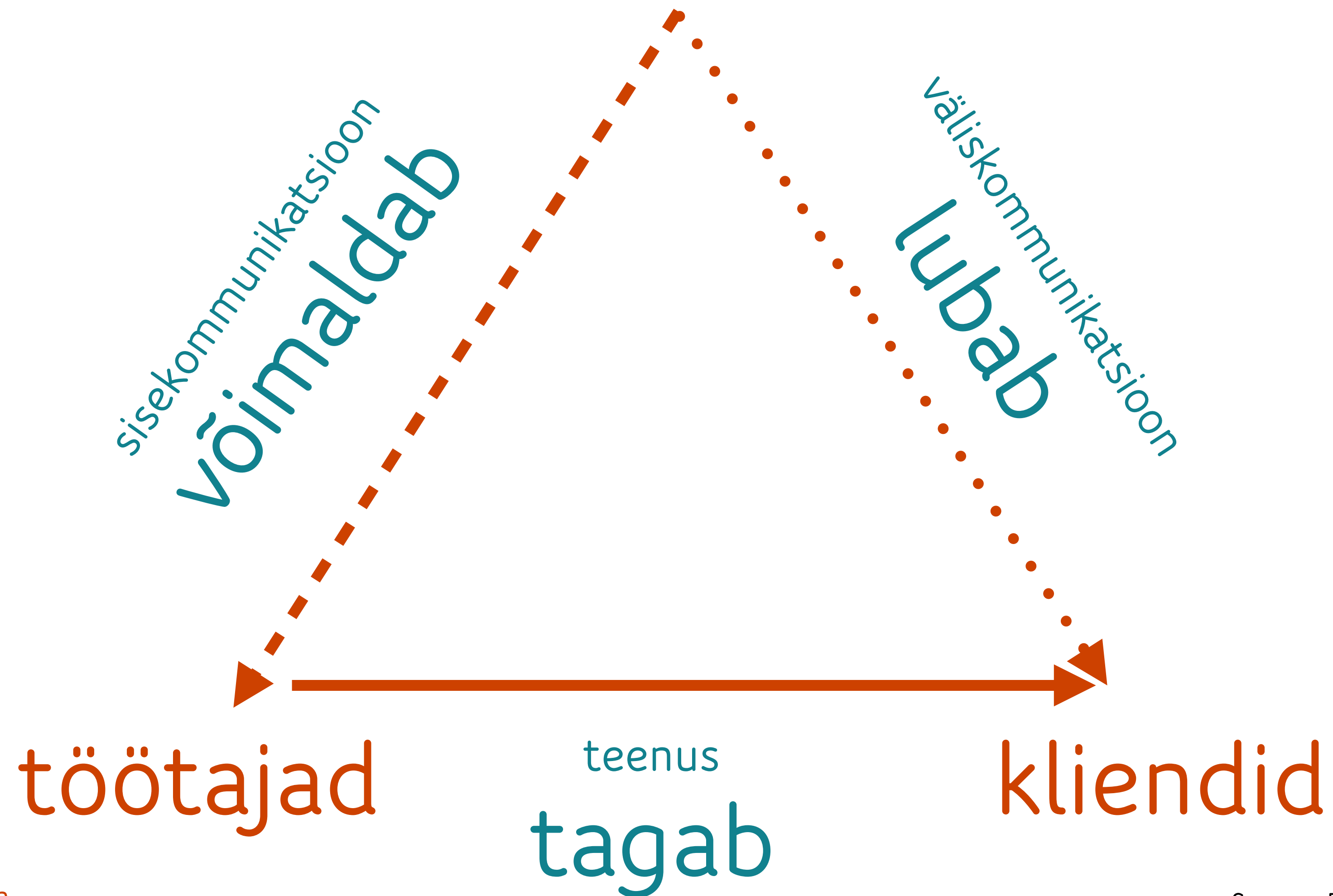


Branding an employer e.
kuidas ehitada oma brändi sissepoole.



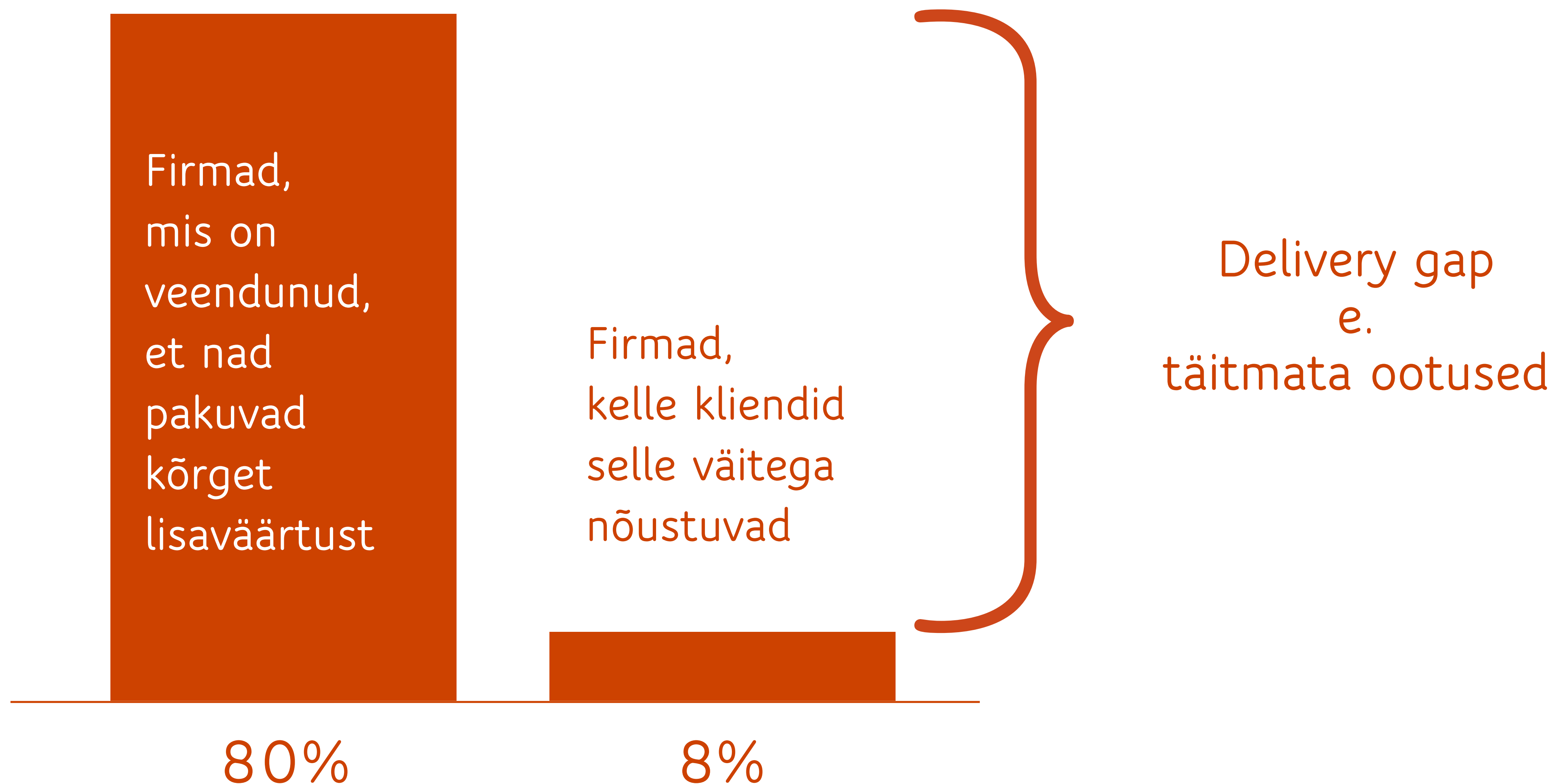
Miks me sellest täna üldse räägime?

juhtkond paneb paika
strateegia



Ainult 5% töötajatest mõistab oma ettevõtte strateegiat.

*- Robert Kaplan and David Norton,
the founders of the Balanced Scorecard*



Source: Bain Customer-Led Growth diagnostic questionnaire;
Satmetrix Net Promoter database

Kui see firma oleks jalkameeskond...



Ainult 4 liiget
teaksid, milline on
nende värav



Ainult 2 liikmele
läheks see korda



Ainult 2 teaksid, mis
positsioonil nad
mägivad ja mida
tegema peavad



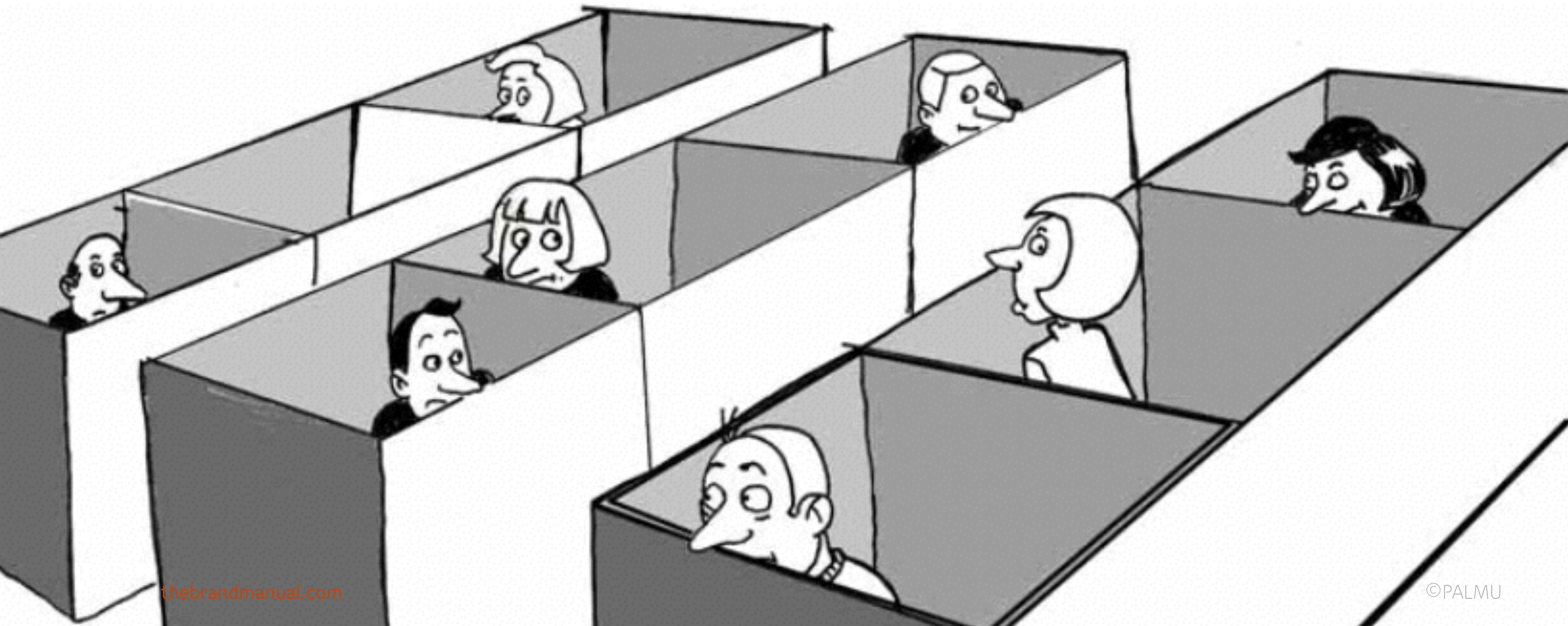
Kõik peale 2 liikme
võitlevad omaenda
meeskonna vastu



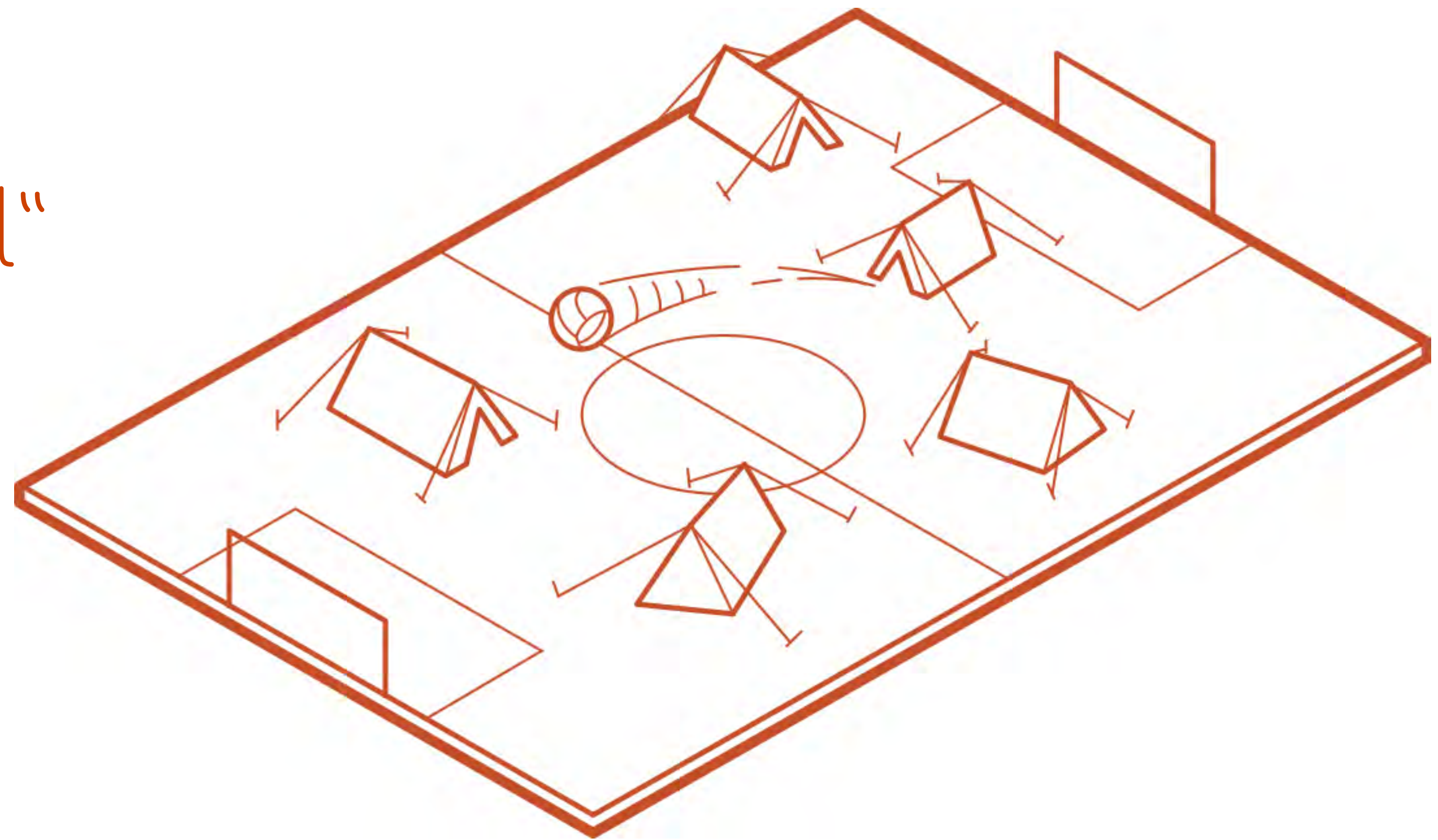
Ainult 2 järgivad
treeneri soovitusi

Kui te pole eesmärki ISEENDALE ja kõigile
OMA INIMESTELE selgeks teinud,
pole mõtet oma aega ja raha raisata, et
sellest VÄLJAPOOLE rääkida e. turundada.

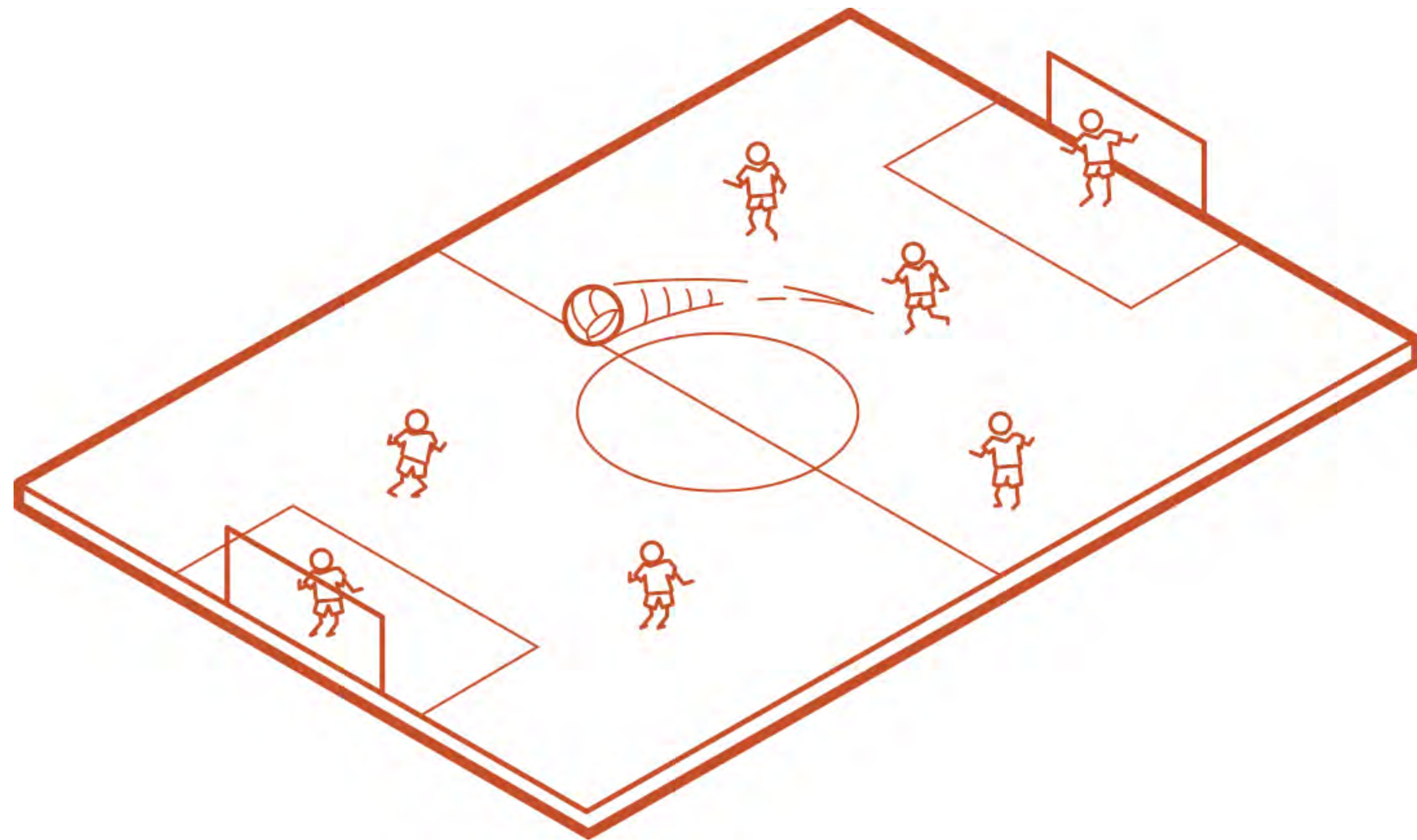
Kõik üksused peavad tegema
koostööd, mitte koos tööd.



„Kuum kartul“



„Eesmärk“



Kui töötajad saavad aru
eesmärgist ja on ettevõtte
fännid, täidavad nad kõik
turundusosakonna rolli.

Kas sa ise tarbid oma toodet?



A waiter in a white shirt and black tie is standing in front of a wine rack. He is holding a wine glass in his right hand and a napkin in his left hand. The wine rack is filled with various bottles of wine and glasses. The text "Kas teadmised tootest on õpitud või kogetud?" is overlaid on the image.

Kas teadmised tootest on õpitud või kogetud?

Nike ei tee turu-uuringuid.
Nike's töötavad fännid,
kes ise tooteid tarbivad.



Kliendi valu:
kaup on otsas!





LAVAZZA
ITALY'S FAVOURITE COFFEE

jura®



Ja ära ürita
olla keegi muu...



Räägi ja ma unustan.

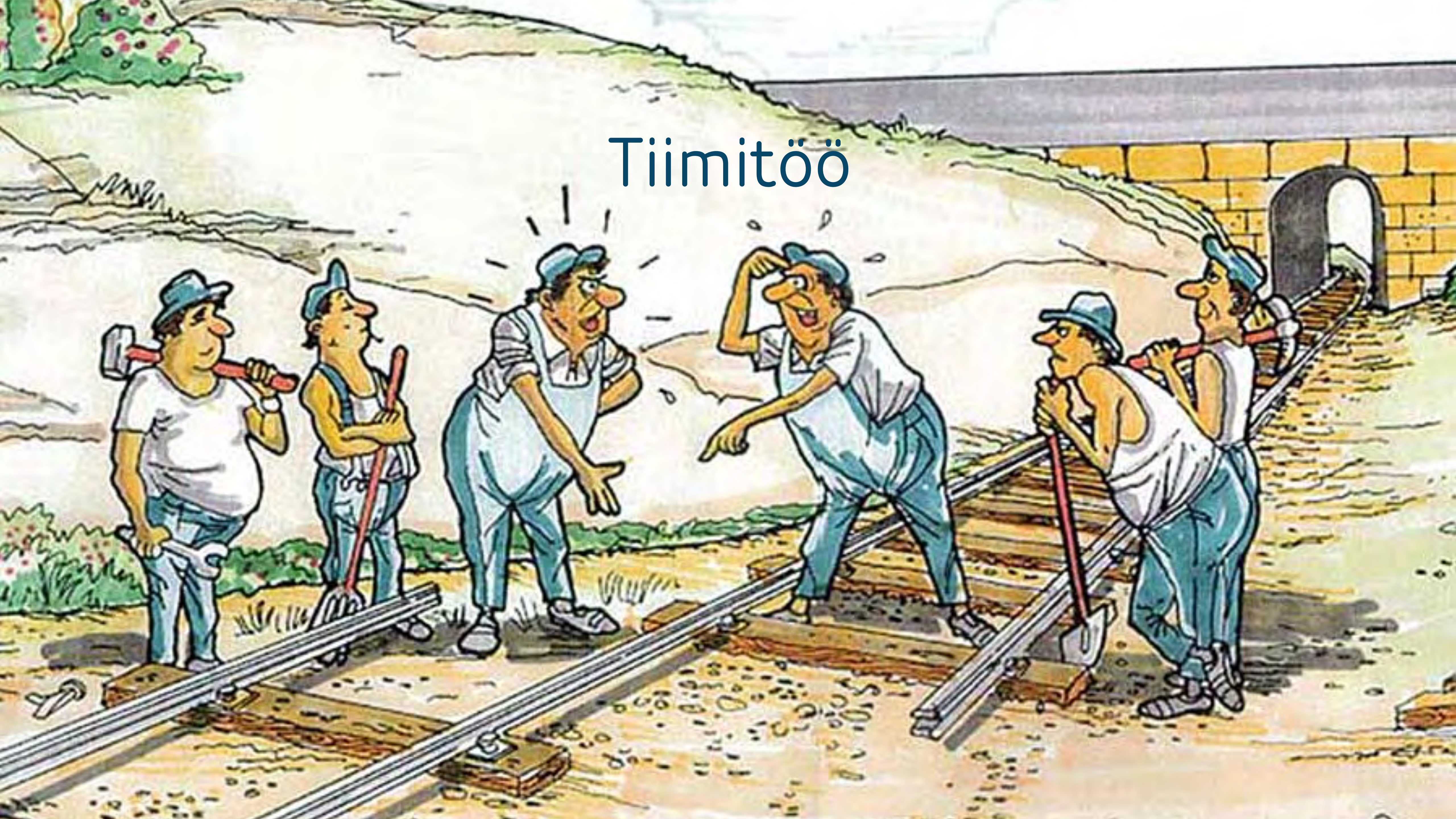
Näita ja võibolla mul jääb meelde.

Kaasa mind ja ma saan aru.

Think of a HOUSE



Tiimitöö





Kuhu me jõudma peame?



Eesmärk, visioon ja missioon

“Meie missioon on suurendada
ettevõtte kasumlikkust”

Mingi Aktsiaselts

“Meie eesmärk on saada rahvusvaheliseks liidriks kosmosetööstuses, keskendudes maksimaalselt meeskonnapõhisele innovatsioonile ja strateegilistele aeronautika tegevustele.”

El öelnud J.F.Kennedy 1961. aastal

A full-page background image of an astronaut in a white spacesuit standing on the moon's surface. The astronaut is facing the camera, and the American flag is visible on the suit's sleeve. The lunar surface is dark and rocky, with a bright light source creating a strong shadow.

“Meie eesmärk on viia inimene kuu
peale enne selle kümnendi lõppu.”

John F. Kennedy, 1961

A man in a military uniform is cleaning a public restroom. He is using a mop to clean the tiled floor. In the background, there is a white sink and a toilet. A bucket of cleaning solution is on the floor. The scene is dimly lit, and the overall tone is somber.

“Hr. President, me saadame inimest kuu peale”

Suudad püüda?



Aga neid?





Tee eesmärk kaasahaaravaks!

Bränd on ettevõtte iga töötaja
lubadus tarbijale.

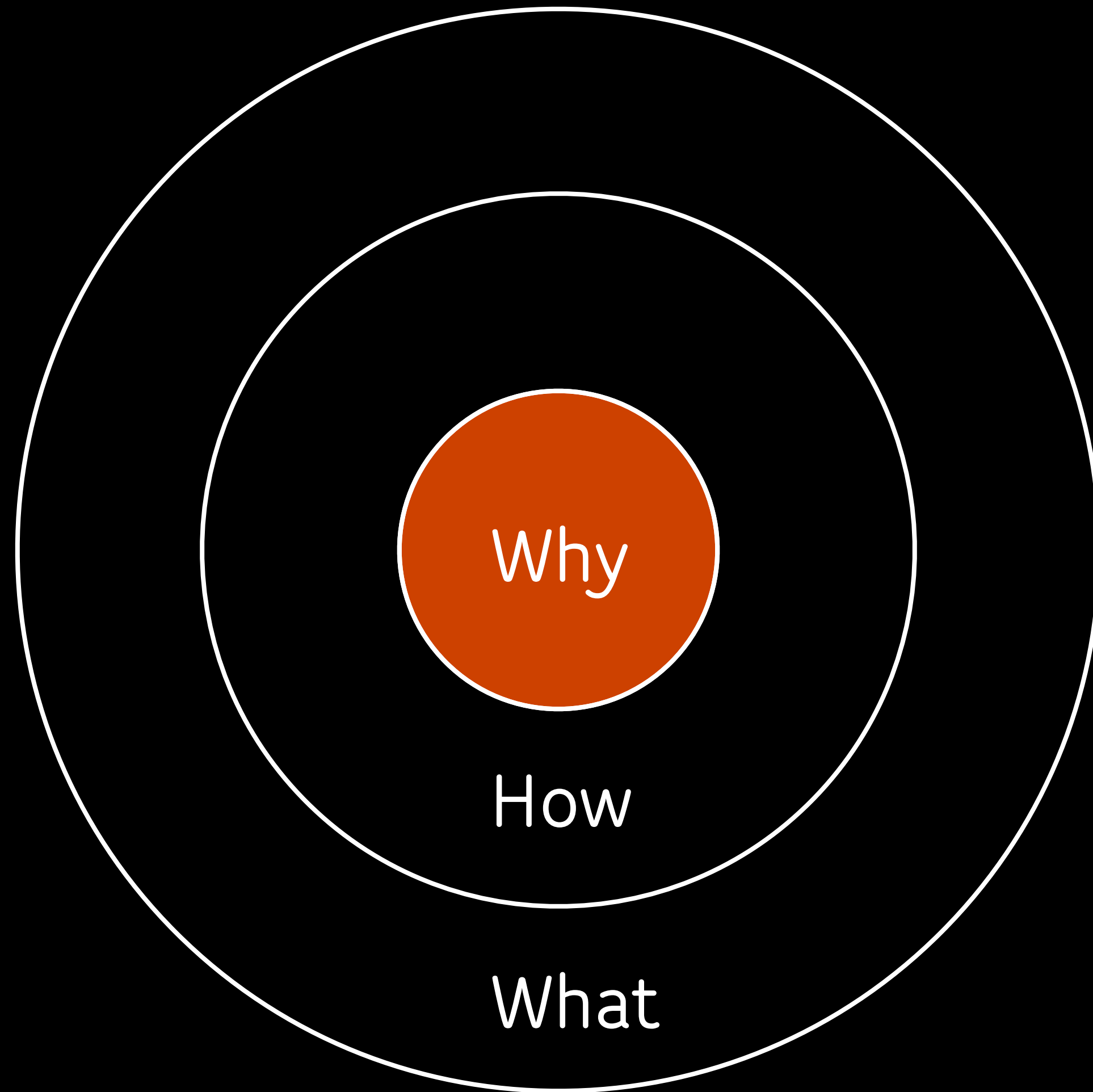
Lubadus, et tagame kindla tulemuse,
elamuse või käitume teatud moel.

Lubadus, mis jõuab inimeseni läbi kõige,
mida ta meie kohta näeb, kuuleb,
katsub, kogeb, maitseb või haistab.



Ära ütle mulle MIDA teha.
Pane mind tahtma seda
teha läbi mõistmise – kellele
ja miks see vajalik on.





Brändi platvorm

Sinu bränd,
äri või ettevõte

Põhialused

Väärtused

Eesmärk

Visioon

Missioon

Eristumine

Sihtgrupp

Konkurents

Eristumine

Positsioneerimine

Väärtus-
pakkumine

Võtmesõnumid

Brändi lubadus

Brändi selgitus

Tunnuslause

Identiteet

Brändi iseloom

Legend

Hääletoon

Visuaalne keel

Identiteet

Kokkuvõtted

Raport
juhtkonnale

Brändi- ja
stiiliraamat

Töötajate
käsiraamat

Väärtused

Need on sinu DNA ja vundament, mille peale kõike muud ehitada.

Eesmärk

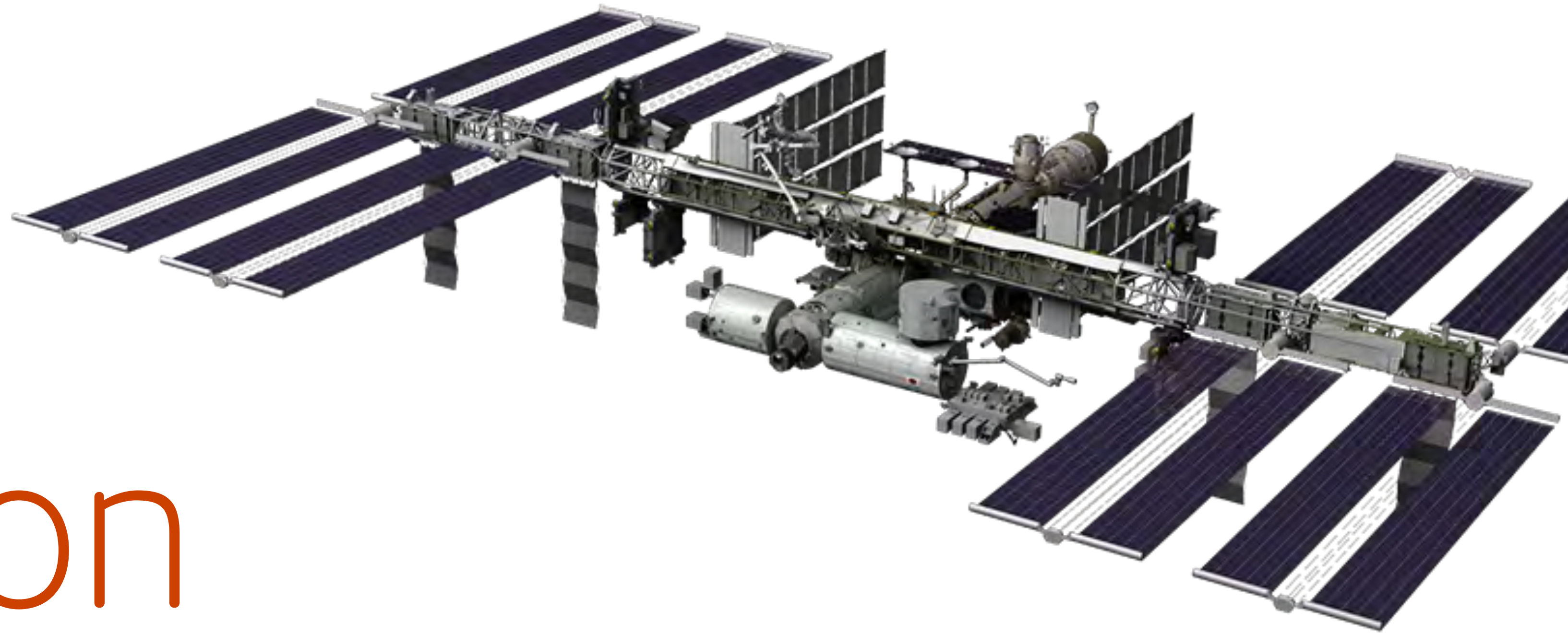
The WHY e. MIKS me seda üldse teeme



Vision

The WHAT e. MIDA me tahame saavutada





Mission

The HOW e. KUIDAS me seda saavutada plaanime

Sihttrühm

Klient vs. Ostja vs. Kasutaja vs. Kasusaaja

Konkurents

Vahetu ja kaudne, vorst vs juust vs šokolaadibatoon

Eristuvus

Sinu trumbid ja müügiargumendid

Positioneering

Mis liivakastis, kellega ja mis mängu mängid?

Väärtuspakkumine

Mis see on, mille eest ma peaksin sulle raha välja käima?

Brändi lubadus

Söö oma müts ära.

Brändi selgitus

Brand Statement. Sinu elevator pitch.

Tunnuslause

Tagline vs Slogan.

Brändi iseloom

Mis tunne on?

Legend

Kes sa oled ja kust sa tuled?

Hääletoon

Mitte mida, vaid KUIDAS sa ütled.

Visuaalne keel

Ära hakka kujundama, mängi.

Logo & reeglid

Identiteet on firma ambitsiooni väljendus. Küsimus pole meeldivuses ja maitses, vaid toimivuses.

Raport

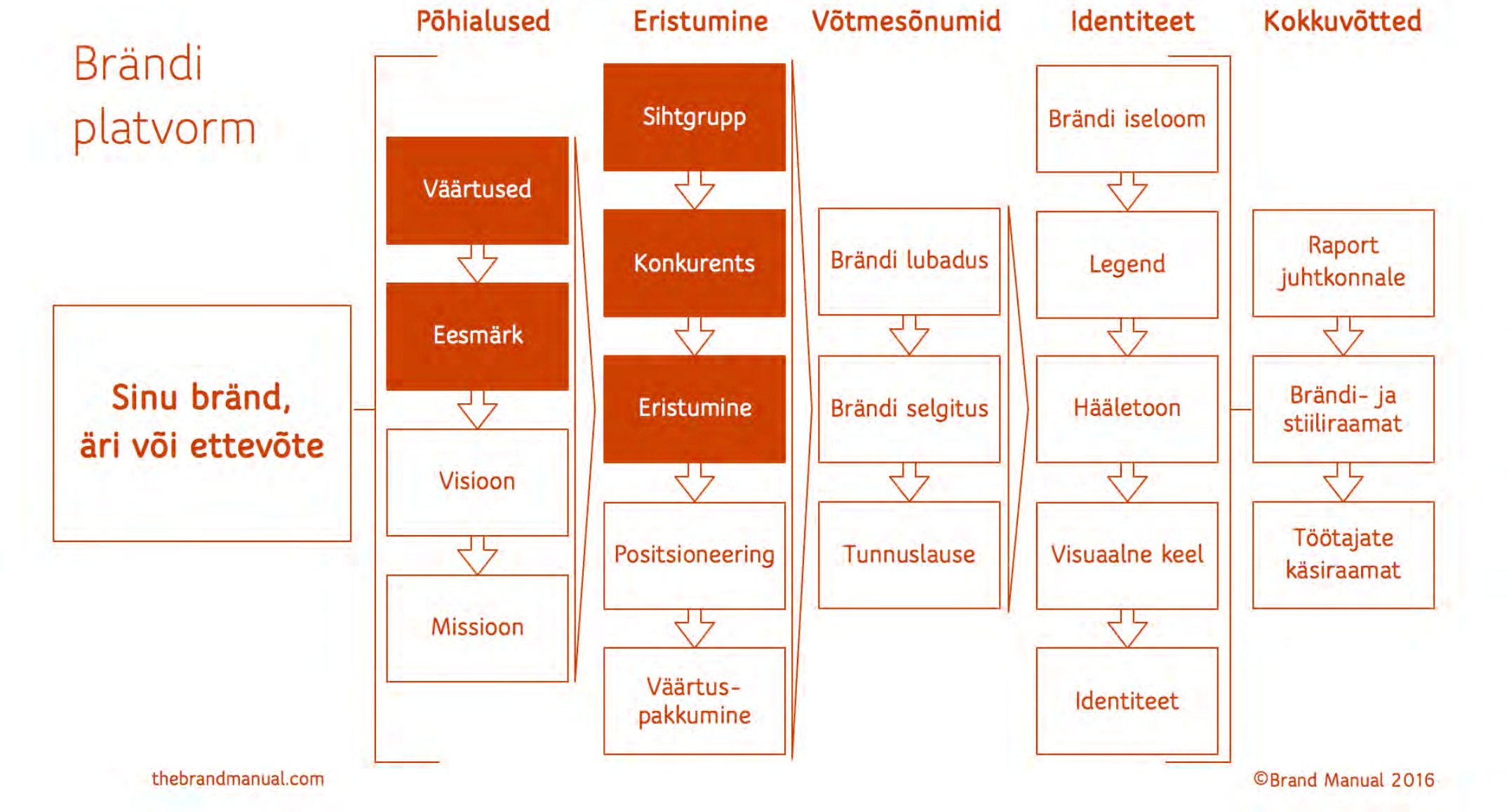
Kui seda pole kirja pandud, siis seda pole olemas.

Brandbook

Corporate Visual Identity.

Kasutusjuhend

Inimestele, inimeste keeles.



Käed valgeks!

1. Moodustage 5 gruppi
2. Kehastuge ühe Eesti jaebrändi juhtrühmaks
3. Arutage omavahel läbi ja sõnastage selle brändi viis komponenti
4. Saatke üks inimene kõrvalgruppi endale uut töötajat värbama, st müüge talle maha mõte tulla konkurendi juurde tööle SAMA palga peale. Kasutage kirjapandud spikri argumente.
5. Esitage (ka ebamugavaid) küsimusi teie lauda tulnud värbajale, vastandage ja võrrelge oma jaebrändi märksõnadega.

Väärtused

Eesmärk (WHY)

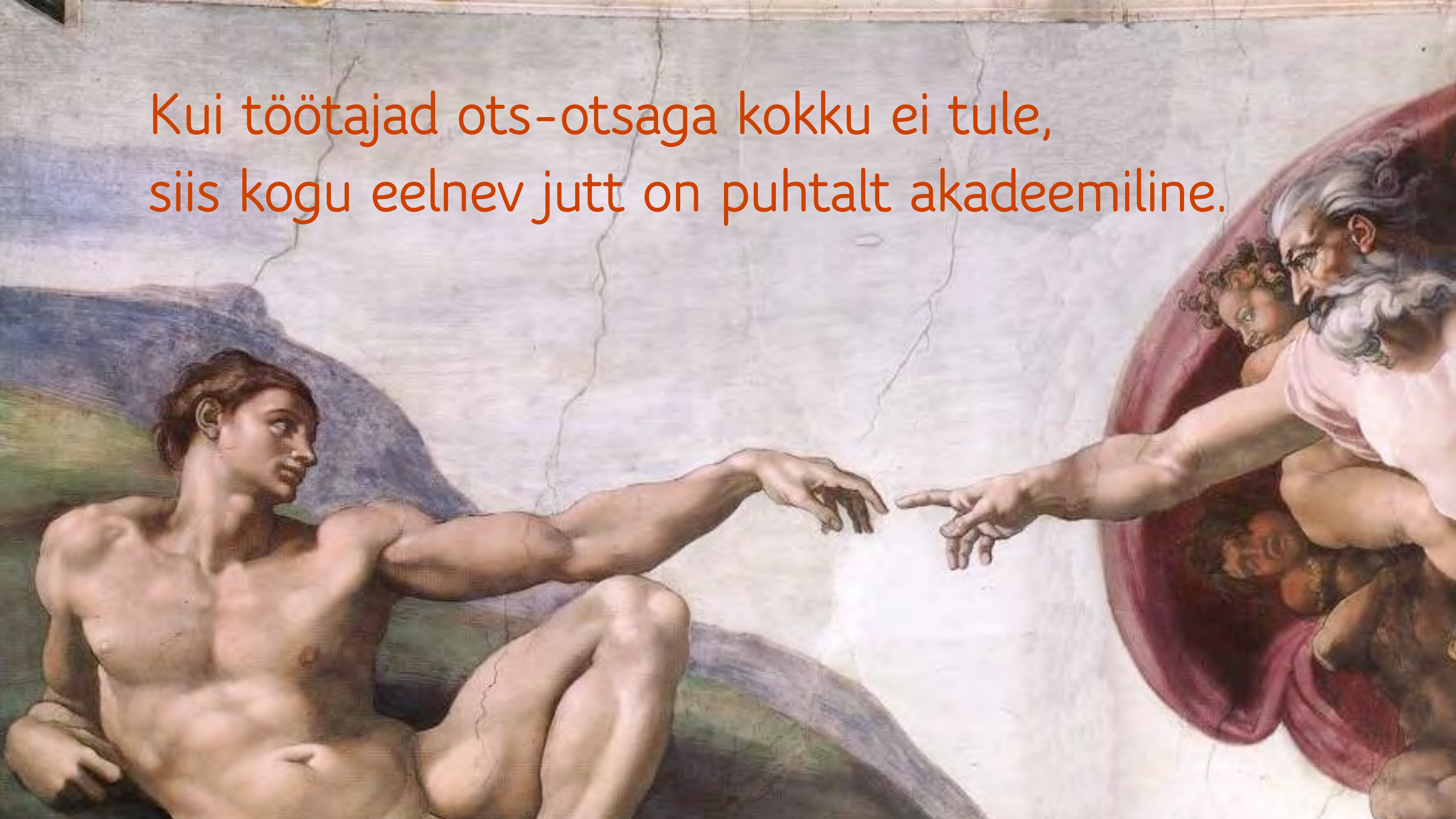
Sihtgrupp

Konkurents

Eristumine

Kui midagi muud meelde ei jäänud, siis...

Kui töötajad ots-otsaga kokku ei tule,
siis kogu eelnev jutt on puhtalt akadeemiline.

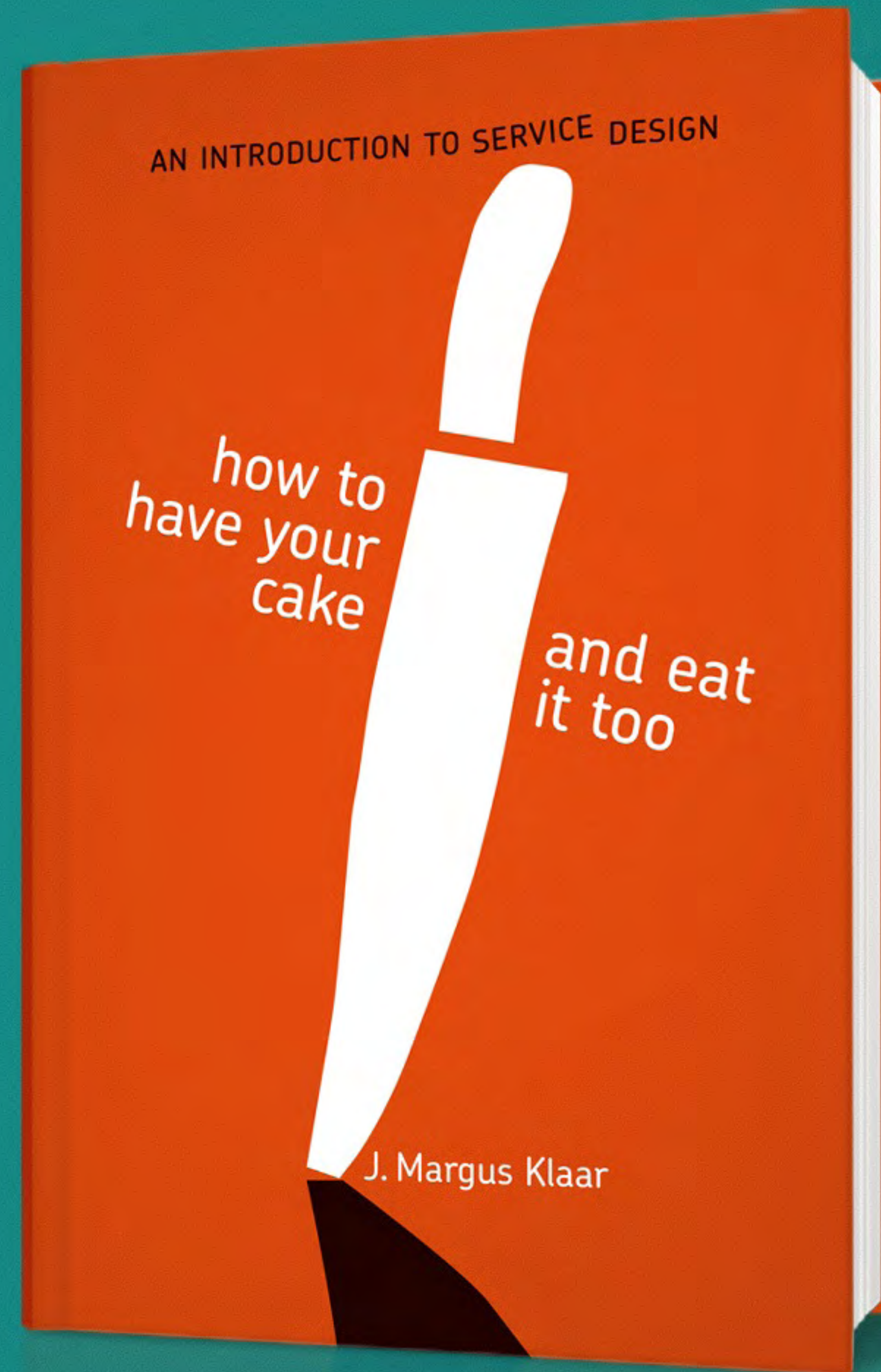


Veidi pikemat lugemist
neil teemadel meie
raamatus.

ENG: amzn.com/9063693818



amazon



EST: bit.ly/1sBIMew



APOLLO

Kaarel Mikkin

kaarel@thebrandmanual.com

+372 5116555

@kaarelmikkin @brandmanual

Liitu uudiskirjaga "Brand Manual Bulletin"
meie kodulehel www.thebrandmanual.com

brand manual

WE MAKE THEM TALK ABOUT YOU

