



**Tekst:** Pål Hjorth Berge, daglig leder i kommunikasjonsbyrået FASETT  
**Illustrasjon:** Trond Fernblad/FASETT

Det er ikke rart at mange spør slik. Vi hører og leser om det hele tiden. Det er over alt. "Merkevaren ditt og merkevaren datt", "vi må bygge en merkevare av Stavanger-regionen" osv. Dette begrepet "Merkevarer" brukes og misbrukes ofte

uten at det fremgår om den som bruker det har noen aning om hva dette begrepet betyr. Når Helge Solum Larsen (lokal venstrepolitiker intervjuet på NRK lokalen nylig) snakker om "trehusbebyggelsen i Stavanger som merkevare" føles det mer som et populistisk frieri til alle som er opptatt av at "vi må merkevarebygge noe" enn noe han vet noe om. Det blir meningsløst for de fleste. Han og mange andre, ikke minst journalistene blant oss, bidrar til å uthule begrepet slik at det

mister faglig styrke og innhold. For kunnskap om merkevarebygging (branding) er faktisk et fag, for eksempel på NHH. Merkevareledelse heter det på fagspråket...

#### KJENNETEGN PÅ EN MERKEVARE

På NHH snakker man slik om merkevarer:

En sterk merkevare kjennetegnes ved å besitte sterke, unike og positive assosiasjoner hos målmarkedene. Merkevare -



# Er alt og alle blitt merkevarer nå?

Er Leif Johan Sevland en merkevare? Stavanger - regionen? Ryfylke? Viking? Aarbakke? Dolly Dimple? Slakter Idsøe? Norwegian og Apple? Er alt merkevarer, og hva er poenget med å definere de som det? Hva er meningen med alt dette merkevarestyret egentlig?

assosiasjoner er noe som lagres i hodene våre og som påvirkes av alle inntrykk vi får om den aktuelle merkevaren direkte og indirekte via ulike kilder. Kilder til assosiasjoner er for eksempel presseomtale, ansatte, produktene, klagebehandling og ikke minst selskapets aktive kommunikasjon gjennom egen identitet og kommunikasjonsvirkemidler. Sterke merkevarer har merkeverdi, det er ofte en skjult reserve i regnskapet. Sterke merker

bidrar til økt inntjening gjennom bedre marginer, mer effektiv markedsføring, mer lojale kunder osv. Det er skrevet tykke bøker og gjort en rekke studier inne området "brands" de siste tiårene, også i Norge.

Det engelske ordet for merkevare er brand og er det samme som vårt norske ord å brennmerke, og det vet vi hva er, eller var. Merkevarer er brennmerket. De er tydelige og identifiserbare. Vi kjenner til dem, og vi vet noe om dem.

Kjennskap og kunnskap, kalles det på fagspråket...

## STERKE MERKEVARER

Det meste kan kalles merkevarer, men det som er interessant er de sterke merkevarene, vinnerne. Leif Johan Sevland kan faktisk kalle seg en sterk merkevare i Stavanger. Fordi han er kjent, fordi alle vet hvem han er og fordi de fleste tenker positivt om ham og mener han er unik på mange måter. Det finnes bare en Leif

Johan Sevland, kan man si. Han differensierer seg fra de andre politikerne, ikke bare ved å være ordfører men mye i kraft av sin person. Han er annerledes, og han er bevisst sitt image. Differensiering kalles det på fagspråket...

Merkevarerbygging er en differensieringsstrategi. Ganske enkelt i teorien men kolossalt krevende i praksis.

#### Å BYGGE ET MERKE TAR TID

Å bygge et merke tar tid - tålmodighet - talent - og ofte mye penger. Men det er ingen lettvinnt suksessformel og det er heller ikke noe et reklamebyrå kan fikse for deg om du hadde slike tanker. De kan hjelpe deg, ja - men du må gjøre mye av jobben selv. Enten du er ordfører i Stavanger eller konsernsjef i StatoilHydro.

Et merke er et løfte - "a brand is a promise" - sier amerikanerne. De kan merkevarer. De har det i blodet kan det virke som. De drar for eksempel en tur til Italia, går på kafe og blir begeistret for

kaffe, drar tilbake til Seattle og vips er Starbucks født. Nå, noen år etter drikker halve kloden italiensk/amerikansk kaffe og får det de blir lovet: en god opplevelse. Think Big sier amerikanerne. Vi blander ikke inn George Bush i denne sammenhengen...

#### ASSOSIASJONER

Assosiasjoner er det mest sentrale i en merkevarer. Makter et merke å utvikle og opprettholde gode, relevante og unike assosiasjoner hos sine kunder, eller mer presist: sitt målmarked, er grunnlaget lagt. Det krever at ledelsen skjønner hva merkevarerbygging er og hvordan verdien av å gjøre dette riktig etter hvert kan leses på både topp og bunnlinje. Merkevarerledelse er mer og mer synonymt med generell ledelse. Framtidens ledere må skjønne og må kunne forholde seg til merkevarerproblematikker enten de vil eller ikke.

Merker betyr mer og mer for alle over hele kloden. Ta en kikk på hva som skjer i

Kina for eksempel. Det bilmerket flest kinesere drømmer om å eie er BMW. Merkevarer krysser grenser og kontinenter raskt. Verden er blitt liten i så henseende. Og nye merker erobrer verden raskt, for eksempel Google!

#### FORENKLER HVERDAGEN

Merkevarer forenkler hverdagen for oss. Vi har allerede for mye å tenke på og for mange valg å ta stilling til. Derfor velger vi oss merker vi stoler på og velger dem, gang etter gang. Det gjør livet enklere og tryggere for mange av oss. Vanskelige valg gjør oss usikre og utilfreds, derfor ligger det verdi i å gjøre sitt valg og være trygg på at man valgte rett. Trust the brand.

Og, en ting til: sterke merker frigjør tid og tanke til andre sysler. - For det finnes vel viktigere ting i livet enn merkevarer?



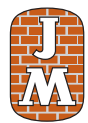
JM Byggholt er en av Norges største boligutviklere. Vi har mer enn 40 års erfaring fra boligutvikling og leverer årlig ca 700 boliger til fornøyde kunder, rundt 100 av disse i Stavanger-regionen. Stavanger-kontoret er i god vekst og målet er doblet omsetning innen 2 år.

Vår policy er 0-feil leveranser i samarbeid med våre leverandører hvor moralen er "vi skal gjøre hverandre gode!".

Vi ber om din tillit som din boligleverandør og vi vil gjøre hva vi kan for at du skal bli en av våre fornøyde kunder!

**JM Byggholt Region Stavanger, Gml. Forusvei 14,  
4033 Stavanger, Sentralbord: 4000 1515**

[www.jmbyggholt.no](http://www.jmbyggholt.no)



**Byggholt**



## Forberedt på det uforutsette?

Før eller siden vil din bedrift oppleve en krise. Stor eller liten. Vi kan hjelpe deg til å bestå testen.



**Falck Nutec**

[www.falcknutec.no](http://www.falcknutec.no)