

Goodwill 1
företagsekonomi



Bo Egerwall
Eva Blomkvist

sanoma utbildning

Varumärken

Lektionstips ur Goodwill Företagsekonomi 1

Vad är ett varumärke?

Ett varumärke är ett kännetecken som utmärker din specifika vara eller tjänst och skiljer den från andras. Det skapar igenkänning hos dina kunder.

Du känner säkert till många varumärken som du köper själv just för att du känner igen dem.

Källa: www.prv.se/sv/varumärke/

Figurmärke/logotyp eller annat märke

Det är inte bara en logotyp som går att registrera som varumärke – det finns många olika märken och du kan till och med registrera ljudmärken, rörelsemärken, multimediamärken eller hologram.

Källa: www.prv.se/sv/varumärke/

Ett ljudmärke som många känner igen är Hemglassbilens signaturljud.





Produktens varumärke är viktigt för många köpare. Vi kan till och med vara beredda att betala extra för ett visst märke.

Företag måste tydligt visa vad varumärket står för – man talar om att företaget laddar sitt varumärke.

Haglöfs har exempelvis medvetet i sin reklam informerat oss om hur bra anpassade företagets kläder är för uteliv och tuffa förhållanden, och fått oss att förknippa varumärket med funktionella kläder för uteliv i skog, mark och fjäll.

12:5 Varumärke, men för vad?

Vet du vilket varumärke som döljer sig bakom nedanstående symboler?



a) _____



b) _____



c) _____



d) _____



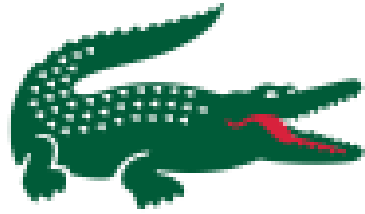
e) _____



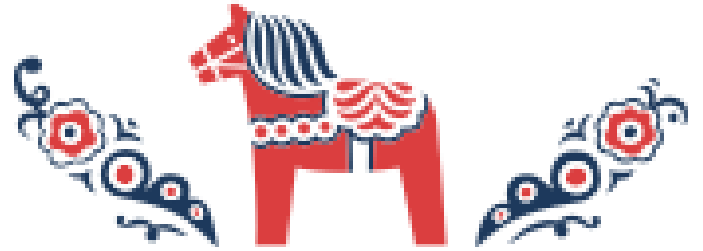
f) _____



g) _____



h) _____



i) _____

12:5 Varumärke, men för vad?

a) McDonalds

b) Microsoft

c) Toyota

d) Apple

e) LG

f) Adidas

g) Kungsörnen

h) Lacoste

i) Leksands knäckebröd

Gör ditt eget varumärkesquiz

- Använd Google och leta efter logotyper till andra varumärken som du känner igen.
- Kopiera och klistra in dem i ett dokument på ungefär samma sätt som i den övning du precis gjort. Gör ett eget facit.
- Dela ditt quiz med en eller flera klasskamrater och se vem som får flest rätta svar!
- Ni kan också göra ett gemensamt digitalt quiz på kahoot.com.

Det är okey att kopiera logotyperna från internet på det här sättet om ni bara delar dem med varandra i klassen

Läs mer i Goodwill Företagsekonomi 2



Varumärkeskännedom

När det gäller varumärken och deras styrka finns det en del frågor att fundera över.

Är ett varumärke starkt och värdefullt bara för att det är välkänt?

Nej, inte nödvändigtvis. Kunder måste både känna till och vara positivt inställda till ett varumärke för att det ska vara värdefullt.

Går det att mäta hur starkt ett varumärke är?

Det går att undersöka hur stor andel av allmänheten eller målgruppen som känner till varumärket och vilka känslor eller åsikter som det framkallar. Om ett varumärke är välkänt och dessutom uppfattas som positivt är det starkt, enligt en utbredd definition.

Räcker det att ett varumärke är känt och omtyckt för att företaget eller produkten ska bli lönsamma?

Nej, varumärket är bara en del av konkurrensmedlet produkt. Produkt är i sin tur en del av marknadsmixen och det krävs en optimal marknadsmix som grundar sig i en genomtänkt affärsidé för att ett företag ska bli framgångsrikt.

Vilka de mest kända och starka varumärkena i Sverige är, görs det olika undersökningar på med jämna mellanrum. Några varumärken som brukar placera sig högt är Ikea, Ica och Volvo.