

STRATEGISKA BYGGSTENAR



STRATEGIN SKA GE FRAMGÅNG

Strategiska vägval ska leda till framgång. Framgång ser olika ut för olika marknadssatsningar, men är alltid kopplad till insatsens syfte och mål, och innebär alltid ett positivt bidrag till företagets affär.

Strategy Awards definierar de **strategiska byggstenar** som är avgörande för att lyckas. De reflekterar dagligt kommunikationsarbete, från målsättning till framgång, och varje byggsten beskrivs på ett konkret, enkelt och tydligt sätt. Samtidigt ligger de till grund för hur de tävlande kan strukturera och beskriva sitt tävlingsbidrag, liksom hur juryn kan bedöma bidragen.

Senare tids forskning inom beteendekonomi, konsumentbeteende och marknadsföring ger god vägledning till hur byggstenarna kan bestämmas, användas och följas upp. Även Les Binets och Peter Fields studier ger värdefull input. Det vill säga, samma studier som uppenbarar att många traditionella parametrar för uppföljning, som kännedom, budskapsförståelse eller varumärkets image, är opålitliga indikatorer på framgång.



STRATEGISKA BYGGSTENAR

FRAMGÅNG

Beteende



Attityder

LÖSNING

Strategiska vägval



Kreativitet

PÅVERKAN

Känslor, stämningslägen
och/eller tillstånd

MÅL

Övergripande mål/syfte
och mätbara delmål



MÅL

Att formulera vad man ska uppnå är ett avgörande vägval i alla framgångsrika marknadssatsningar. Målen delas in i syfte och mätbara delmål.

Syftet är den utmaning man ska möta, det man siktar på och har för avsikt att uppnå längre fram. Det behöver inte vara mätbart.

Mätbara delmål är stegen på vägen mot syftet och ska, för att fungera, vara konkreta, realistiska, tidsbestämda och kvantifierbara.





LÖSNING

I ett växelvis samspel mellan strategiska vägval och kreativitet skapas en lösning.

De **strategiska vägvalen** lägger grunden för framgång och kan gälla angreppssätt, ämne, budskap målgrupp, kanaler med mera. **Kreativiteten** bidrar med unikitet, nya perspektiv, fantasi och magin i att gestalta det bekanta på nya sätt.

Lösningen kan bli allt inom den vidaste tolkningen av begreppen reklam och marknadsföring, från design och produktutveckling, via traditionell TV- och printreklam till content, event, PR och interna utbildningsprogram.

Medievalet, och exponeringen det leder till, är också en lösning.



FRAMGÅNG

LÖSNING

PÅVERKAN

MÅL

PÅVERKAN

Lösningens uppgift är att påverka människor i det ögonblick som de möter den.

De känslor, stämningslägen och tillstånd som då uppstår gör det möjligt att fatta mycket snabba beslut – som samtidigt är gynnsamma för individen själv.

Det oreflekterade tänkandet “tillhandahåller det intryck som omvandlas till övertygelser och är källan till de impulser som ofta blir till dina val och handlingar.” Det är skäl till att påverkan sällan bygger på rationella och logiska argument.

Citatet är hämtat ur Tänka, snabbt och långsamt av Daniel Kahneman



FRAMGÅNG

LÖSNING

PÅVERKAN

MÅL

FRAMGÅNG

Positiv **attityd** hos målgruppen förväntas omsättas till önskat beteende. Även det omvända gäller, det vill säga att **beteende** som ger en positiv upplevelse leder till eller förstärker en positiv attityd. Beteende och attityder är därför ovillkorligt sammanlänkade och är lika viktiga för framgång.

Framgången är alltid kopplad till arbetets syfte och mål.

Det finns sju oavvisliga **framgångsindikatorer** enligt den forskning och praktik som för närvarande erkänns.



SJU FRAMGÅNGSINDIKATORER

- 1 RELEVANTA ASSOCIATIONER** Bevisar att varumärket eller organisationen är väl positionerat; uppfattas som bäst på något betydelsefullt. *Sharp, Evidence m fl.*
- 2 GILLANDE** Bevisar att fler attraheras till varumärket. Starkaste “drivern”. *Cialdini.*
- 3 BETALNINGSVILJA** Bevisar att företaget får mer betalt än konkurrenterna. *Binet&Field.*
- 4 PRÖVAT** Bevisar att människor lockas att prova tjänsten eller produkten. *Binet&Field*
- 5 KÖP** Bevisar att företaget har kraft att växa. *Binet&Field.*
- 6 ÅTERKÖP** Bevisar att produkten eller företaget väljs om och om igen. *Binet&Field .*
- 7 MARKNADSANDEL** Bevisar att företaget eller produkten kontinuerligt väljs framför konkurrenterna. *Binet&Field.*





STRATEGY
AWARDS
SWEDEN

**BELÖNAR STRATEGISKA VÄGVAL
BAKOM LÖSNINGAR SOM GETT FRAMGÅNG**