

Stærkt brandsamarbejde

Apple med et stærkt motherbrand

Apple har været enormt dygtig til at skabe et fantastisk stærkt Mother Brand gennem sine Product Brands, der vel at mærke er skåret over en meget konsistent skabelon. Om det er en mp3 afspiller, en bærbar computer, en telefon eller noget helt fjerde. Det, de også er gode til, er at holde budskabet og produktet meget enkelt. Der findes én model af Apple iPhone.

Noget andet, Apple har gjort godt, er, at de har tilført denne ekstra værdi, som målgruppen efterspørger. De har givet iTunes gratis til alle interesserede, og dette er blevet en katalysator for hele deres business (ikke kun salg af mp3-filer) og er meget mere værd end et traditionelt stykke kommunikation. De har altså skabt en platform, der ikke er drevet af klassisk Image- eller produktannoncering, men af selve produktet og Apples helt unikke Brand Evangelists, som rekrutterer nye medlemmer hele tiden.

Her er virkelig tale om et meget stærkt Image og et Mother Brand, der er skabt igennem Brand Evangelism og endnu stærkere Product Brands, som iPhone, iPod, iMac, iTunes, etc.



Nike+++ Branded Utility

Nike er den ukronede konge af såkaldte Branded Utilities. Dvs. software eller ydelser, der er tilknyttet et Product Brand, men som ofte er gratis, og som skaber helt konkret værdi for brugerne, når anvendt i forbindelse med produktet.

Nike lancerede for nogle år siden Nike+ i samarbejde med Apple. Denne applikation er en måde for løbere at tracke deres løb. Udover dette ret basale værktøj får man et website, hvor der er mulighed for samle og få overblik over løbedata, at sætte personlige mål, udfordre venner og tilsvine fjender. Nike+ websitet har sat standarden for Branded Utilities og moderne kommunikation generelt.

Fra bladet "Market" ■

Mere eller mindre ubrugelige informationer

Hvis du skriger konstant i 8 år, 7 måneder og 6 dage, vil du have genereret nok energi til at opvarme en kop kaffe (- og er det så dét værd?)

På den anden side:

Hvis du prutter konstant i 6 år og 9 måneder, vil du producere sprængenergi til en atombombe.

Du vil bruge 150 kalorier i timen ved kontinuerligt at knalde panden imod en mur.

Mennesker og delfiner er de eneste to arter, der udøver sex for sjov (er det derfor, Flipper altid smiler? Hvorfor er grise ikke med på denne liste?)

Sommerfugle smager... med fødderne.

Mennesker er i snit mere bange for edderkopper end for at dø.

Kroppens stærkeste muskel er tungen (hmmmmmm.....)

Isbjørne er venstrehådede (hvis du skulle rende på én, behøver du altså ikke være bange for en lige højre).

En loppe kan hoppe 350 gange dens kropslængde. For mennesker ville det betyde en fodboldbane!

En kakerlak kan overleve i 9 dage uden sit hoved - før den dør af sult.

Og endelig:

HUSK! Hvis nogen irriterer dig, tager det 42 ansigtsmuskler at se sur ud - men kun 4 at lange en uppercut. ■

Direkte e-mail og telefon-numre

Kasper: 63 10 13 30 kasper@hovmark.com
Lars: 63 10 13 31 lars@hovmark.com
Danny: 63 10 13 32 danny@hovmark.com

Anne: 63 10 13 33 anne@hovmark.com
Rikke: 63 10 13 34 rikke@hovmark.com
Kirsten: 63 10 13 34 kirsten@hovmark.com



Vi bruger den indvendige side

friske
BONNER

Nyhedsbrev nr. 8 fra Hovmark Reklamebureau



Der er gode grunde til at opstille mål... - for virksomhedens kommunikation og dig selv.

Målene for virksomhedens kommunikation må ikke stå alene. Det er vigtigt, at mål og kommunikation hænger tæt sammen med virksomhedens andre mål og indsatser.

Det er en god ide at gøre kommunikation til mere end ad hoc-opgaver, der skal løses henad vejen og fra gang til gang. Der kan være store fordele ved at tænke fremad og planlægge kommunikationen lidt mere langsigtet:

Det giver ofte mere sammenhæng i budskaberne, hvilket styrker profilen. Det giver større overblik over, hvilke medier og materialer der er brug for - og dermed mulighed for at få mere ud af kommunikations-budgettet. Og det giver de medarbejdere, der arbejder med virksomhedens synlighed et godt grundlag at arbejde på. De opstillede mål er pejlemærker, der kan styres efter og som giver mulighed for løbende at revidere/justere indsatsen.

Realistiske - brugbare

Skal målene være brugbare, skal de være realistiske. De bedste mål formuleres samtidig på grundlag af erfaringer - også de erfaringer som et stærkt netværk af tætte samarbejdspartnere kan bidrage med. Vi bruger gerne disse og vores egne erfaringer til at sætte realistiske og brugbare mål for vores kunders kommunikation.

Konkrete mål er lettere at opfylde

Effekten af generelle, meget overordnede og vagt formulerede mål lader sig vanskeligt måle. Det er vores erfaring, at man står stærkere, hvis de opstillede mål er både målbare og konkrete. Målbare resultater og synlig opfyldelse af målene har både en intern og ekstern signalværdi. Erfaringen viser, at klare mål både motiverer og skaber ejerskab.

Er der tale om egentlige kampagner, er det vigtigt at sætte sig et mål for, hvad der ønskes af effekt og foretage en vurdering på omkostninger i forhold til mål. Det gælder i øvrigt for alle aktiviteter og medier.

Med målstyring opnår man på sigt et mere effektivt kommunikationsarbejde, fordi erfaringerne omkring sammenhængen mellem aktivitet og effekt tages med over i nye aktiviteter.

Selv mål, der ikke nås, har stadig en værdi, fordi de måske er viden om, hvordan det kan gøres bedre og mere effektivt næste gang.

Præcis det samme gælder, når den fysiske form skal bygges op. Sæt nogle personlige, realistiske og brugbare mål - og lær af dem, uanset om de opfyldes eller ej.



Læs også om:

Danny Lund · Tilgængeligt og billigt CMS system
Kort om pressemeddelelser · Nye løsninger
Stærkt brandsamarbejde · Ubrugelig information



Danny Lund – kontaktchef

Jeg har arbejdet med masser af god grafik - som andre har lavet...

Et par og tyve år i den grafiske branche har ikke bare givet mange, gode oplevelser.

Det har også givet en stor viden om...:

- de forskellige, grafiske processer
- hvad der er det optimale forløb for kunden fra idé og første møde til færdig tryksag
- hvordan kunden får mest udbytte af sit budget

En god historik med mange kunder. Jeg har igennem årene været med til at bygge flere grafiske virksomheder op – og altid været tæt på kontaktdelen og kunderne i disse virksomheder.

Siden min entré i branchen i 1986 har jeg oplevet, at tillid og lange forhold til kunder virker for begge parter. Derfor har jeg en del kunder, som jeg har serviceret helt tilbage fra 1986.

Hos Hovmark...

Hos Hovmark Reklamebureau glæder jeg mig til at omsætte mine mange års erfaring fra den grafiske branche i en effektiv projektledelse for en række af bureauets kunder.

Jeg har i mit arbejde fokus på:

- et godt flow i opgaveløsningen
- målrettede briefinger og klare aftaler
- gennemskuelige budgetter
- og ikke mindst en personlig dialog om opgaver og løsninger

Markedsføringsportaler

Jeg har igennem de sidste mange år arbejdet med online markedsføringsportaler og de mange muligheder, der er for rationalitet og besparelse i arbejdsgange i den daglige håndtering af din markedsføring.

Systemerne er typisk modulbaserede på en eller flere af følgende elementer:

- mønstring
- billedebank
- briefingsystem
- produktionssystem
- skabelonbygger

Læs meget mere om emnet i næste nummer af vores nyhedsbrev. ■



Alle har en god historie at fortælle...

- og husk, den historie du har at fortælle, skal være god.

Der er ingen grund til at være presesky eller beskedent, når det gælder historier om din virksomhed. For alle har en god historie at fortælle til en relevant målgruppe og "deres medier". Det kan være i dagblade, ugeblade, fagblade, webmedier osv. Alle de steder, hvor lige netop din målgruppe/kundegruppe får sine informationer og historier fra.

Send for eksempel materiale og historier til medier, der får folk til at tænke "Det kunne være mig", "Det kunne jeg godt tænke mig" eller "Det er godt, det ikke er mig".

Kort om pressemeddelelser:

- Tal sandt
- Vær konkret
- Vær informativ
- Gør det menneskeligt
- Gør det kort

Lave en opbygning af pressemeddelelsen, hvor du får rundet alle hv'erne - hvad, hvor, hvornår, hvem og hvordan...

HUSK - der kan skrives både om fortid, nutid og fremtid.

Du er selvfølgelig altid velkommen til at kontakte os for udarbejdelse af pressepakker – og eventuelt også hele håndteringen, når presse materialet skal distribueres. ■

Hovmark er medudvikler af nyt CMS-system... - med fokus på søgemaskineoptimering

Da markedet stadig efterspørger en nemt tilgængeligt og brugervenligt CMS-system, har vi i samarbejde med Olesen IT valgt at udvikle et system, hvor der er fokus på brugervenligheden.

Systemet udvikles i opensource admin3, der giver en stor uafhængighed og billig adgang til moduler. Vi har valgt at fokusere på søgemaskineoptimering som en naturlig del af systemet. Det er elementer, der typisk skal tilkøbes i andre systemer. Og det kan være en dyr oplevelse.

Udover admin3 kan vi hjælpe med at opbygge og servicere flere forskellige opensource-systemer.

Vores indgangsvinkel er stadig designet og brugervenligheden i designet... Også i den administrative del skal der være en høj grad af brugervenlighed.

Vi udvikler og sælger desuden stadig onlineupdate og Zitemann-løsninger. ■

Brand din hjemmeside med personlige videosekvenser

Hovmark er blevet forhandler af Flausias produkt med personlige videosekvenser.

Oplev, hvordan personer kan gå ind over dine billeder og tekst og præsentere budskaber på din hjemmeside...

Bliv din egen personlige videovært på hjemmesiden, og kom på forkant med den nyeste teknologi, når det gælder videopræsentationer...

Du får ikke flash integreret i din hjemmeside...

Du belaster ikke dine servere...

Alt kører fra Flausias servere - sikker og stabilt...

Der laves et teknisk loop, og præsentationen placeres henover din hjemmeside...



Se eksempler på www.flausia.dk

Nye løsninger



TV-kampagne for Mucolysin, håndkøbsmedicin fra Zandos.



Salgs- og informationsmateriale for sourcing og produktion i Kina. B2B Link China er en dansk-kiniesk virksomhed.



Buhs Jagtrejser, inspirations- og salgskatalog på 60 sider.

Information og salgskampagne for en af H.J.Hansens afdelinger.



Navn og logo samt salgs- og informationsmateriale på flere sprog. Propex bag in box solutions - Svendborg.

