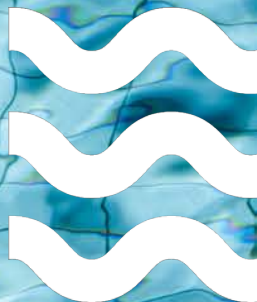


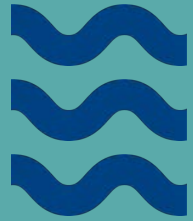


# BRÄNDI & VETOVOIMA

TÄHTISEURAPÄIVÄT

8.10.2022 | Soili Hirvonen

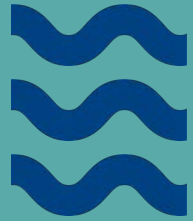




**”Brändi on se, mitä sinusta  
{tai organisaatiostasi}  
puhutaan, kun et ole  
paikalla.”**

*- Jeff Bezos, Amazon*

# BRÄNDI = MIELIKUVA



Brändillä tarkoitetaan yritykseen liitettävää mielikuvaa, joka syntyy **imagon ja maineen** summana.

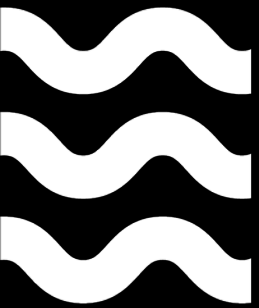
Hyvästä brändistä maksetaan enemmän ja ostopäätös tehdään herkemmin.

Hyvä brändi on haluttu ja sitä kannetaan ylpeydellä.

Eikä sitä silti voi mistään ostaa –

**brändi tulee luoda ja rakentaa.**

Brändi on yrityksen tai yhteisön **arvokkain pääoma.**



**Imagoa rakennetaan**

**VISUAALISUUDELLA**

**ÄÄNENSÄVYLLÄ**

**YDINVIESTEILLÄ**

**LUPAUKSELLA**





**Maine koostuu**

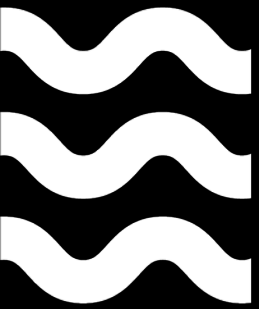
**TEKEMISESTÄ**

**LAADUSTA**

**AINEETTOMASTA**

**PÄÄOMASTA**





## Miten brändi voidaan määritellä?

### **MENESTYS – ”performance”**

- Tulokset, positio

### **STATUS, OSAAMINEN - ”professional”**

- Tieto, kokemus
- Oikeudet

### **LUONNE – ”personal”**

- Arvomaailma, tulevaisuuden suunta





**Miksi uintiurheilu tarvitsee  
brändin?**

## **BRÄNDI**

- Meidät muista erottava tekijä
- Hyvä brändi luo vetovoimaa
  - Kumppanit
  - Vapaaehtoiset
  - Harrastajat
  - Vanhemmat





**"FREAK FACTOR"**

**eli**

**Mikä on AVAINTEKIJÄ tai  
LUPAUS, jolla uintiurheilu  
voi erottua muista?**





