

Veier til synlighet

Bygge et godt omdømme

Jon G. Olsen, daglig leder Akershus musikkråd
utdrag fra foredrag av Gunnar Husan – Frivillighet Norge



Definisjon omdømme

- Kortversjon:
Inntrykket omverden har av musikkrådet
- Summen av de oppfatningene omverden har
- Litt mer omfattende/presist:
Summen av oppfatninger om musikkrådet som er skapt hos ulike interessenter gjennom interaksjon (samhandling, samvirke, kjøp, service etc) med virksomheten i musikkrådet
- Kortest: Musikkrådets rykte



Merkevaren «musikkrådet»

- Branding ikke likt omdømme
- Kan ha et sterkt «brand», men dårlig omdømme
- Merkevaren «musikkråd» kjent i noen smale målgrupper. Påstand: få av norgesbefolkning vet hva et «musikkråd» er - hos noen er musikkråd godt kjent.
- Hvorfor skal man vite om musikkrådet?



Betyr omdømmet noe?

- Overfor media. Har du dårlig rykte, er det vanskeligere å bli positivt omtalt. Dine feiltrinn vil følge deg på nett og i faktabokser.
- Har du godt omdømme blir du lettere hørt av media, og av «alle».
- Innvirker på våre valg. Velger du ut fra pris eller omdømme? (kulturfordel)



Hva bygger omdømmet

- Vi forteller selv hvem vi er, hva er vår rolle, vår oppgave. Hvilke rammebetingelser har vi?
- Hva er vår store historie, grunnfortellingen om virksomheten. (Hva er den?) Gi næring til den store historien. Dette er fortellingen du vil andre skal fortelle om deg/ditt. Hvordan presenterer du deg i ulike settinger?
- Men mer enn ord trengs, ikke bare snakk som teller. Hva gjør vi? Atferd. Kvalitet. Etikk.



Ikke bare snakk, oppfatningene kan formes av en rekke forhold

1. Produktkvalitet
2. Kompetanse
3. Ledelse og ansatte
4. Bedriftskultur
5. Servicegrad
6. Kundeorientering
7. Kommunikasjon og profilering, mailer, telefoner, møter..
8. Distribusjon og salg



Topplederne svarer på : hva påvirker omdømmet

Topp-5:

1. Produkter og tjenester
2. Ekstern kommunikasjon
3. Ledelsen
4. Kundebehandling
5. Ærlighet

Kilde: B-Msglobale topplederundersøkelse, 2005



Forventninger

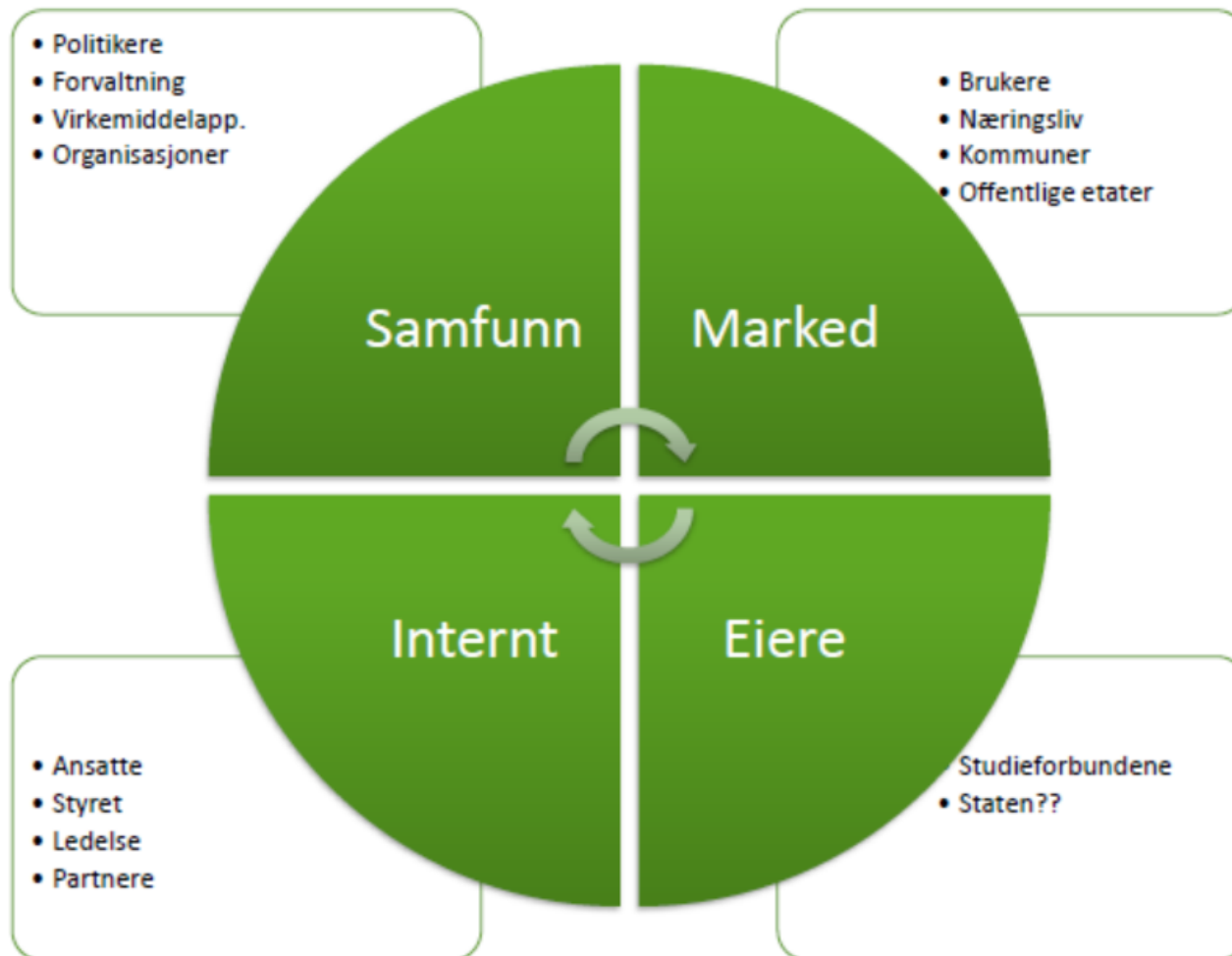
- Hvilke forventninger sier vi at vi skal innfri? Hva selger vi til brukerne?
- Vi skal levere og helst overgå forventningene interessentene har til oss.



Hvem skal vi henvende oss til?

Nøkkelhullet (målgruppeanalyse)

Det man ser gjennom et nøkkelhull vil ofte være i fokus. Nøkkelhullet er et verktøy for å identifisere og diskutere de viktigste målgruppene.





Hvordan kommunisere den store fortellingen?

- Historien må ha relevans
- Troverdig.
Tro på det du sier. Presisjon i alle ledd.
- Inspirerende.
Lyst til å fortelle historien. By på deg selv.
- Unik. Hva er annerledes med det du har.
Verdt å lytte til.
- Lønnsom. Økonomisk effekt.
- Samfunnsnyttig



Fire pilarer

En av modellene for merkevareindeks har 4 måle-komponenter,

Diffensiering

Relevans

Anseelse

Kjennskap

Differensiering, skiller seg ut

Relevans, angår mine behov

Anseelse. Ansett i markedet, godt likt, godt rykte, hvordan mottatt
(Esteem)

Kjennskap. Er varene godt kjent, ikke bare i navnet men også i
gavnet



Hvordan kommunisere merkevaren?

- Tydelig
 - målgruppene må forstå hva vi sier og leverer, hva vi står for
- Relevant
 - målgruppene må oppleve at vi leverer noe brukerne, organisasjonen og omverden trenger
- Unik
 - målgruppene må oppleve at vi tilbyr noe som de andre ikke har/kan



Hvordan kommunisere merkevaren?

- Attraktiv
 - målgruppene må oppleve at vi tilbyr noe de gjerne vil bli identifisert med.
- Det er mange som ønsker å bli en del av en aktør som er innovativ og moderne, -og empatisk og fellesskapsorientert



Omdømmemålinger er relative?

- Omdømmet er et relativt begrep (og som måles på ulike måter), men er et slags rykte.
- Et dårlig rykte kan være vanskelig å drive tilbake, men det kan endres. En kan gjøre noe med det. Krever hardt arbeid, gode budskap og god håndtering
- Omdømmet gir et bilde av sterke og svake sider av oss i omgivelsene.
- Det kan være et galt bilde av oss rent objektivt, men det er et riktig bilde/omdømme sett med målgruppens øyne !!



Hva er god kommunikasjon?

- God kommunikasjon er... **følelser**
- God kommunikasjon er... **muntlig**
- God kommunikasjon er... **visuell**
- God kommunikasjon er... **personlig**
- God kommunikasjon er... **konkret**
- God kommunikasjon er... **kortfattet**