

Marknadsföring, viktigt för utveckling och ökad lönsamhet.

Vad tänker du på när du hör ordet "Marknadsföring"? Många förknippar det med TV-reklam, annonser och sponsring. Men marknadsföring är så mycket mer än bara det. Marknadsföring är alla de åtgärder du vidtar för att nå dina kunder med budskap som förmår dem att börja handla, handla mer eller handla oftare av dig. Du marknadsför för att öka din försäljning och din lönsamhet.

DET ÄR I huvudsak två frågor du behöver ta ställning till när du funderar på hur du ska marknadsföra dig, när du lägger din marknadsplan.

1. Vilket är mitt budskap? Vad gör mig unik? Formulera dig enkelt och tydligt så dina kunder lätt kan ta till sig ditt budskap, som såklart ska skapa positiva associationer till dig och ditt företag.
2. Vilka kanaler ska jag använda för att nå mina kunder med budskapet? Historiskt har de traditionella kanalerna som stortavlor, annonser i tidningar, annonser på bussar och radioreklam varit mest populära. Men idag är ofta sociala medier en både billigare och långt

effektivare kanal. Det är dock viktigt att du inte glömmer din butik. Den är kanske den viktigaste kanalen för dig. Vilka budskap och vilket intryck ska kunderna mötas av när de kommer till dig?

Vad gör dig unik?

Vi börjar med grunderna. Vad gör ditt företag unikt? Varför går kunderna till dig? Svaren på dessa frågor visar dina konkurrensfördelar.

Genom att fundera över faktorer som din butiks läge och yttre miljö, sortiments-erbjudande, den inre miljön, människorna i din verksamhet och andra värden kan du ta fram din konkurrensmedelsmix.



Morgan Holmström

25 års erfarenhet från ledande befattningar, nationellt och internationellt

Officiell samarbetspartner i affärsutvecklingsfrågor med Sveriges bagare & konditorer, SBK

Läge och yttre miljö:

Nära centrum, lätt att parkera, lummig trädgård, etc.

Verksamheten/Inre miljö:

Inredning, mysig eller trendig miljö, gott om plats för barnvagnar, exponering av bakverk, etc.

Konkurrens-
medelsmix

Sortiment/Erbjudande:

Brett eller smalt sortiment, kvalitet, speciella typer av bakverk, etc.

Människorna i din verksamhet:

Kreativa och duktiga bagare och konditorer, stor produktkunskap, kundbemötande, hög eller unik servicenivå, etc.

Andra värden:

Unika byggnad, historik, varumärke



Utifrån en analys av konkurrensmedlen formulerar du dina budskap och tar fram ditt kundlöfte. Fundera ordentligt över hur du vill att kunderna skall uppfatta dig och hur du ska förmedla dessa budskap till dem.

- VÄLJ UT DE 2 - 3** faktorer som speglar dina bästa sidor och som du tror eller vet uppskattas mest av dina kunder. Dessa ska du fokusera på i din kommunikation. Sätt dig tillsammans med någon eller några som har ett stort engagemang i verksamheten och brainstorma fram svar på tre frågor:
1. Vilka är dina fördelar, dina styrkor?
 2. Vad skiljer dig från dina konkurrenter?
I vilka avseenden är du unik?
 3. Upplever dina kunder detsamma som du?

De svar ni kommer fram till ska du sedan konsekvent kommunicera till dina kunder, i sociala medier, i traditionell marknadsföring samt i din butik.

Bygga varumärke och skapa förutsättningar för ökad försäljning

Huvudsakligen handlar marknadsföring om två saker:

1. Den ena är bygga varumärket för att säkra en långsiktig positiv utveckling av både omsättning och lönsamhet. Genom ditt budskap skapar du positiva associationer kopplat till ditt varumärke. Det är här du skall lyfta fram de egenskaper, din konkurrensmedelsmix, som du vill att dina kunder skall känna och uppleva när de tänker på ditt varumärke.
2. Det andra är att skapa förutsättningar till ökad försäljning och lönsamhet på

kort sikt. Det kan vara ett erbjudande om veckans matbröd, tävlingar eller andra aktiviteter för dina kunder.

DU BÖR ARBETA parallellt med kortsiktiga försäljningsdrivande aktiviteter och mer långsiktigt varumärkesbyggande. För att vara så effektiv som möjligt i din kommunikation är det av stor betydelse att det finns tydliga mål med marknadskommunikationen. Dessa kan vara att skaffa nya kunder, privatkunder eller företagskunder, få fler följare på Instagram eller Facebook, att öka befintliga kunders köp genom lansering av nya bakverk eller andra produkter eller att stärka butikens image.

Håll er konsekvent till de budskap ni tagit fram. Över tid bygger det trygghet i varumärket. Med tryggheten vinner du med tiden mer lojala kunder som kommer att vara mer öppna för dina erbjudanden.

Att lyckas med din marknadsföring

Marknadsföring är avgörande för ett företags möjlighet till utveckling och lönsamhet. Det gäller att veta vilken typ av marknadsföring som är lönsam för att inte kasta pengarna i sjön.

Historiskt har branschen marknadsfört sig genom annonser i dagstidningar, men det ger i dag sämre effekt utifrån kostnad. Sociala medier är mycket mer kostnads-effektivt. Förutom att bygga varumärke och presentera kampanjer och aktiviteter, skapar sociala medier också möjlighet att kommunicera och ha en dialog direkt med kunderna. Men det är också viktigt att vara uppmärksam på vad som händer i dina sociala medier. Negativa kommentarer om din verksamhet kan spridas lika snabbt som

ditt eget budskap.

Sociala medier är en utmärkt kanal att kommunicera med dina kunder, med både text och bild, även rörliga. Du kan visa upp ditt företag och vad som gör dig speciell. Det ger dig möjlighet att skapa band som gör att dina kunder ser det som naturligt att gå till dig när det dags att fika eller att köpa ett bakverk. Det är även en bra kanal att skapa merförsäljning till primärt befintliga kunder.

SVÄRIGHETEN ÄR ATT skapa nya kunder.

Oftast frälser man de redan frälsta. Tänk på att all marknadsföring, inklusive via sociala medier, handlar om att bygga relationer, skapa förtroende och lyssna mer än att prata.

Glöm inte bort att arbeta med sökmotor-optimering för att få er hemsida att komma så högt upp som möjligt på de olika söktjänsterna, som t.ex. Google eller Bing. Gör det så enkelt som möjligt för kunden att hitta er.

Sökoptimera hemsidan enligt det målgruppen söker på, inte det du själv tycker är viktigt. Analysera t.ex. via Google Analytics för att se vilka hemsidor dina (potentiella) kunder använder och vilka sökord de använt för att hitta ditt företag. Fakta ger kunskap så att du har större chans att nå fler kunder i den marknadsföring som du gör via t.ex. din hemsida.

NYCKELN TILL ATT lyckas med din marknadsföring är planering, genomförande och uppföljning:

- Vilket är ditt budskap, vad gör dig unik? Vilka delar av din konkurrentmedelsmix vill du trycka på i din marknadsföring?
- Vad är syftet med din marknadsföring? Vilka är dina mål? Vilka är dina målgrupper? Ju mer specifik du är desto större chans har du att nå uppsatta mål.

- Vilka är dina kommunikationskanaler? Butik, lokal press, Instagram, Facebook? Lägg en plan för med vilken frekvens du ska synas och göra förändringar i dina kanaler.
- Innehållet: Bygga varumärke eller öka försäljningen på kort sikt?
- Hur kan du få potentiella kunder att välja dig? Hur kan vi få kunden att kontinuerligt ta del av kommunikationens innehåll? När du skapar dina budskap tänk på vad som skapar intresse hos din kund. Ska dina budskap vara utbildande, informativa eller underhållande? Tänk igenom vilken typ av budskap du vill förmedla. Kan du skapa ett innehåll som ger tips och råd, är problemlösare och är inspirerande, har du större chanser att nå ut. Med ett bra innehåll i din marknadsföring ökar möjligheterna att kunden sprider dina budskap i sin bekantskapskrets.
- När ska det ske? Timing är alltid viktigt. För Kanelbullens Dag kan det vara viktigt att vara ute tidigare än alla andra mot exempelvis företagskunder.

- Planera så att butikskommunikationen följer övrig marknadsföring. Vilka säljfrämjande åtgärder skall du vidta i butik? Här handlar det om allt från exponeringar till personalens beteende och klädsel som främjar försäljningen.
- Utse en ansvarig för att hemsida och sociala medier är uppdaterade och ser fräscha och tilltalande ut. Ta hjälp av externt företag om du behöver stöd. Ge ansvar till en medarbetare att planera och säkerställa att marknadsföring följer de värdeord ditt varumärke står för.

SVAR PÅ OVANSTÅENDE frågor skapar bättre förutsättningar att du ska lyckas i din marknadsföring. Men tänk på att svaren kan vara olika beroende på vad du vill med din marknadsföring.

Zeelandias och SBK's utbildningsatsning fortsätter i höst, nu i marknadsföring

Under hösten 2018 genomför SBK, Sveriges bagare & konditorer, i samarbete med

Morgan Holmström på MHM Consulting och Zeelandia, utbildningar i marknadsföring på totalt sju olika platser i landet.

Utbildningarna äger rum under en eftermiddag och vänder sig till dig som är ägare eller chef, ansvarig för marknadsföring och försäljning i ett bageri eller konditori, eller till dig som bara vill veta mer om hur du kan utveckla ditt företags marknadsföring, inte minst genom sociala medier.