

# IDENTITET

## *HVA ER IDENTITET?*

En bedrifts identitet kan betegnes som bedriftens egenart, og kan beskrives gjennom fire sentrale, langsiktige og grunnleggende begreper: visjon, misjon, verdi, mål og strategi.

### *Visjon*

er et langsiktig, inspirerende mål som en aldri helt når – våre overordnede ambisjoner.

### *Misjon*

beskriver kort hva slags virksomhet det er, «hva» slags produkter og/eller tjenester den leverer. Den sier hvordan du i kjernen skal levere på visjonen

### *Verdier*

Verdier styrer atferd, De bygger ønsket kultur og atferd både internt og eksternt.

### *Strategi*

Strategien skal svare på «hvordan» du skal nå visjonen og betyr i sin enkleste form en plan. En plan for hvordan du skal nå visjonen, et delmål/mål

### *Mål*

Et mål kan være alt fra selve visjonen til et omsetningstall, kundetilfredshet, lønnsomhet eller produktutvikling. Et mål kan også knyttes til personlig utvikling.

## *Hvorfor skape en identitet?*

- Viktig for kommunikasjonen
- Hvem er vi i bedriften og hvordan kommuniserer vi det ut til kunden?
- Å ha felles verdier og mål skaper stolthet, engasjement og tilhørighet.

## **Oppgave:**

Hvilke verdier har dere i bedriften?

Hvordan jobber du/dere for å sikre at dette blir en del av teamet og kulturen hos dere?

# PROFIL

En bedriftsprofil består av firmaets navn, produkt, ansatte, kundene og de sporenebedriften etterlater seg i miljøet og samfunnet.

Å lykkes med en bedriftsprofil handler om å være tydelig i profileringen.

Kundene skal vite hva du selger og hvordan de kan kjøpe det. Valg av profil er et ledelsesansvar, og må være basert på hva kundene ønsker.

Hvorfor er det viktig?

Hva og hvordan ansatte, kunder og andre bedrifter tenker om bedriftens profilering er avgjørende for hvordan den skal lykkes i et krevende marked hvor avgjørelser, kjøp og salg skjer i høyt tempo.

Det tar lang tid å bygge opp en god profil, men det kan ta kort tid å rive den ned.

Hva påvirker kvaliteten på profilen?

Personalet og deres kunnskap, kompetanse og ferdigheter

Produktet, kvalitet og service

Prisen på produktet

Lokane og plasseringen til bedriften

Ytre og indre salgsmiljø

Bedriftens markedsføring

Bedriftens tilstedeværelse i sosiale medier

Bedriftens omtale på sosial medier

Bedriftens hensyn til miljø og samfunnet

Her er

[Link til Power Point lærefilmer](#)

## Oppgave:

Hvordan kan jeg/vi påvirke bedriftens profil?

Hva gjør en om en opplever at oppfatningen av bedriftens profil ikke stemmer overens med det som var tiltenkt profilen?

# PROFIL

Bedriften som salgarena

Bedriften kan fremme profileringen og salget gjennom å gjøre tiltak i sitt indre og ytre salgsmiljø. Det fysiske indre og ytre salgsmiljøet er det miljøet som kunden møter.

Det ytre salgsmiljøet:

Det ytre salgsmiljøet har som oppgave å få kundene til komme inn i lokalet, mens det indre salgsmiljøet har som oppgave å få de kundene vi har fått på besøk, til å kjøpe varene våre.

**Beliggenhet | Fasade | Inngangsparti | Utstillingsvinduer**

Det indre salgsmiljø

Fargebruk og profilering påvirker i stor grad hvordan kundenes oppfatning av lokalet er. Det vil være feil om fasaden gir inntrykk av at butikken er svært eksklusiv, mens det indre miljøet gir et billig inntrykk.

**Innredning | Belysning | Personale | Renhold og orden |  
Vareplassering**

**Mal til butikkbesøk finnes på  
kurs - siden**

## Notater/Oppgave:

Hvor viktig er salgarenaen?

Hvordan kan vi jobbe med å optimalisere salgarenaen?

Ta bilder av deres salgarena  
Gode eksponeringer vi liker  
Noen vi vil gjøre endringer på

# PROFIL

Bedriftsbesøk:

Utenfor

Vindu

Skilting og plakatering

Lys i fasade og vindu

Bruk av farger

Profilering av kampanjer/ menyer

Rent og ryddig

Beliggenhet

Profilering, online/ offline, markedsføring, reklame

Myke verdier

Ansatte: Bekledning, uniformering, gjestemøtet, atmosfæren

Tilgjengelig produktinformasjon

Sjekkliste/ arbeidsliste

Omsetningsmål

Inne

Oversiktlig

skilting

Inngangspartiet – stoppeffekt?

Lys og lyssetting

Ryddighet og renhold

Prissetting, menyer

Taket

Plakatering

Vareplassering, varegrupper

Eksposering og sameksponering

mersalgprodukter eksponert?

Disken/ kasseområdet (ryddig)

Bakgrunnsmusikk?

Overfalter rene og støvfrie

Speil, bilder o.l uten fingermerker - rene

**Notater/Oppgave:**