

Tags: Varumärkestango : fem steg för dig, ledningsgruppen & medarbetarna till ett starkt internt varumärke bok pdf svenska; Varumärkestango : fem steg för dig, ledningsgruppen & medarbetarna till ett starkt internt varumärke e-bok apple; Varumärkestango : fem steg för dig, ledningsgruppen & medarbetarna till ett starkt internt varumärke las online bok; Varumärkestango : fem steg för dig, ledningsgruppen & medarbetarna till ett starkt internt varumärke ladda ner pdf e-bok; Varumärkestango : fem steg för dig, ledningsgruppen & medarbetarna till ett starkt internt varumärke MOBI download; Varumärkestango : fem steg för dig, ledningsgruppen & medarbetarna till ett starkt internt varumärke epub books download

Varumärkestango : fem steg för dig, ledningsgruppen & medarbetarna till ett starkt internt varumärke PDF E-BOK

Kaj Runelund



Författare: Kaj Runelund
ISBN-10: 9789197647441
Språk: Svenska
Filstorlek: 2461 KB

BESKRIVNING

VarumärkesTango tar dig fem steg till ett starkt internt varumärke. Konkreta fylla-i-övningar hjälper dig att gå från teori till praktisk nytta. "Tangometoden" innebär att det är ledningsgruppen som för. Men upplägget engagerar och kan användas för att skapa en bredare delaktighet och samsyn i arbetet med ert eget interna varumärke. Titeln utgår från "It Takes two to tango" och övertygelsen att framgångsrika varumärken utvecklas i samspel mellan ledning och personal mellan medarbetare och kunder. I den ordningen. Varumärkestango steg för steg: Kort om varumärke och psykologi Vad är engagemang? 10 argument för ledningsgruppen Vad har vi på bordet? Vilket varumärke har vi? Det ideala varumärket. Hur ska vi leva varumärket? Hur förankrar vi varumärket? Hur håller vi dialogen levande? Metoderna i den här boken har testats i verkligheten. Jag har tillsammans med mina kunder - företag, organisationer, förvaltningar och skolor - provat, förädlat och testat. Och det har fungerat, så vi vet att VarumärkesTango fungerar i praktiken. I boken använder jag begrepp som företag, medarbetare, ledningsgrupp och så vidare. Men om du arbetar i skolans värld, i en organisation eller på en förvaltning kan du använda begrepp som medlemmar, elever, lärare, invånare, brukare eller vad som passar dig. En av de sanningar jag predikar är nämligen att det finns bara en typ av varumärke. Produktvarumärke, tjänsteverumärke, företagsvarumärke, skolvarumärke, organisationsvarumärke, kommunvarumärke eller personligt varumärke, det spelar ingen roll. Om Kaj Runelund "Kaj Runelund är som en kollision mellan Philip Kotler och DR Phil" Kajs varumärkesfilosofi grundas på lika delar marknadsföring och psykologi. I mötet mellan dessa discipliner skapas intressanta möjligheter till kommunikation som i sin tur skapar goda relationer till ett företag. Han har över 30 års erfarenhet av kommunikation, marknadsföring och utbildning, både som VD, entreprenör och projektledare.

VAD SÄGER GOOGLE OM DEN HÄR BOKEN?

Poddar och filmer - arbetsgivarverket.se

Volkswagens manipulering av avgassystem i sina bilar har bidragit till att aktualisera ett ämne som ... för ledningsgruppen. ... av interna medarbetare ...

kajrunelund - VARUMÄRKESEXPERT

... hade du bestämt dig för det ... Fokus på affärsområdena och fram med varumärkena. Se till att de får en struktur så ... "Ytterligare ett starkt ...

PDF Kapstaden & vindistriktet PDF E-BOK

Kedjan har värvat en ny inköpschef och en kreativ chef till ledningsgruppen. "Helt avgörande för ... ett starkt varumärke med ... ett steg närmare ...

Varumärkestango : fem steg för dig, ledningsgruppen & medarbetarna till ett starkt internt varumärke

LÄS MER