

Keywords: Varumärkestango : fem steg för dig, ledningsgruppen & medarbetarna till ett starkt internt varumärke PDF pdf bok på svenska, ladda ner Varumärkestango : fem steg för dig, ledningsgruppen & medarbetarna till ett starkt internt varumärke ePUB, Varumärkestango : fem steg för dig, ledningsgruppen & medarbetarna till ett starkt internt varumärke las online, Varumärkestango : fem steg för dig, ledningsgruppen & medarbetarna till ett starkt internt varumärke download

---

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

**Mikael Friberg**



*Det här är bara ett utdrag ur Varumärkestango : fem steg för dig, ledningsgruppen & medarbetarna till ett starkt internt varumärke bok. Du kan hitta hela boken genom att klicka på knappen nedan.*



Författare: Mikael Friberg  
ISBN-10: 9789197647441  
Språk: Svenska  
Filesize: 3410 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?**

Det här gör vi för dig; ... Och att bli bättre på information till medarbetarna. Att hitta ett tydligt ... Ett viktigt steg var att inse vad ...

VarumärkesTango tar dig fem steg till ett starkt internt varumärke, som är förutsättningen för ett starkt externt varumärke. Konkreta fylla-i-övningar ...

**VARUMÄRKESTANGO : FEM STEG FÖR DIG, LEDNINGSGRUPPEN & MEDARBETARNA  
TILL ETT STARKT INTERNT VARUMÄRKE**

[Fortsätt läsa...](#)