

TRUSTBRAND

Testa Trustbrand

Trovärdighets Diagnos – 4 veckor

- Vi gör en första diagnos av ert bolags trovärdighetskapital i de sju sfärerna.
- Inläsning av strategiska dokument. Kvalitativa djupintervjuer med 10 interna nyckelpersoner och några utvalda externa opinionsbildare.
- ½ dag workshop. Resultatet är en diagnos av bolagets image, identitet och trovärdighetskapital. Vilka glapp och förbättringsåtgärder kan vi se?
- Iakttagelser och reflektioner med identifierade strategiska utmaningar diskuteras i lärande samtal.
- Dokumentation med åtgärdsförslag ges inom sju dagar.

Djuplodande Trovärdighets Analys – 7 veckor

- Vi gör en djuplodande analys och genomlysning av ert trovärdighetskapital i de sju sfärerna.
- Inläsning av strategiska dokument.
- Kvalitativa intervjuer med 15-20 nyckelpersoner och externa opinionsbildare.
- Kvalitativ medieanalys
- Resultatet, en djuplodande nulägesanalys av er image, identitet och trovärdighetskapital arbetas igenom i 24 timmars workshop med ledning.
- Hur står sig ert bolags trovärdighetskapital i jämförelse med andra? Hur kan det utvecklas utifrån ert bolags unika förutsättningar?
- Vilka förbättringsåtgärder kan identifieras?
- Dokumentation med åtgärdsförslag och ingredienser till en första strategi inom 14 dagar.

Trustbrand strategi, plattform och utvecklingsplan – 14 veckor

- Grundat i nulägesanalysen utvecklas strategin i fortsatt process genom workshops med ledning.
- Utveckling av strategisk position och tema med konsekvensanalys.
- Sammanställning av bolagets strategiska plattform med vision, löfte, strategi och mission.
- Förädling av strategi: hur tar vi oss från dagens position till morgondagens möjliga? Beskrivning av resan.
- Utvecklingsplan – vad gör vi konkret för att stärka vårt trovärdighetskapital och implementera vår strategi?

Trustbrand kommunicationsplattform med kommunikationsplan - 17 veckor

- Kommunikativ konsekvensanalys av strategin.
- Kärnvärden och värderingar föreslås, alternativt förädlas befintliga.
- Kreativ gestaltning av varumärket med eventuell förädling av befintlig grafisk och visuell profil.
- Kommunikationsplan – konkreta åtgärder för att kommunicera det nya varumärket. Särskiljande events och performance som gestaltar varumärket.