

# Varumärket & The Quickfix

Eller -  
The Quickstart –  
fem steg till  
snabbare  
varumärkes-  
byggande





**Ditt erbjudande  
ger andra nöje, nytta,  
glädje, värde?!?**

Stolt?

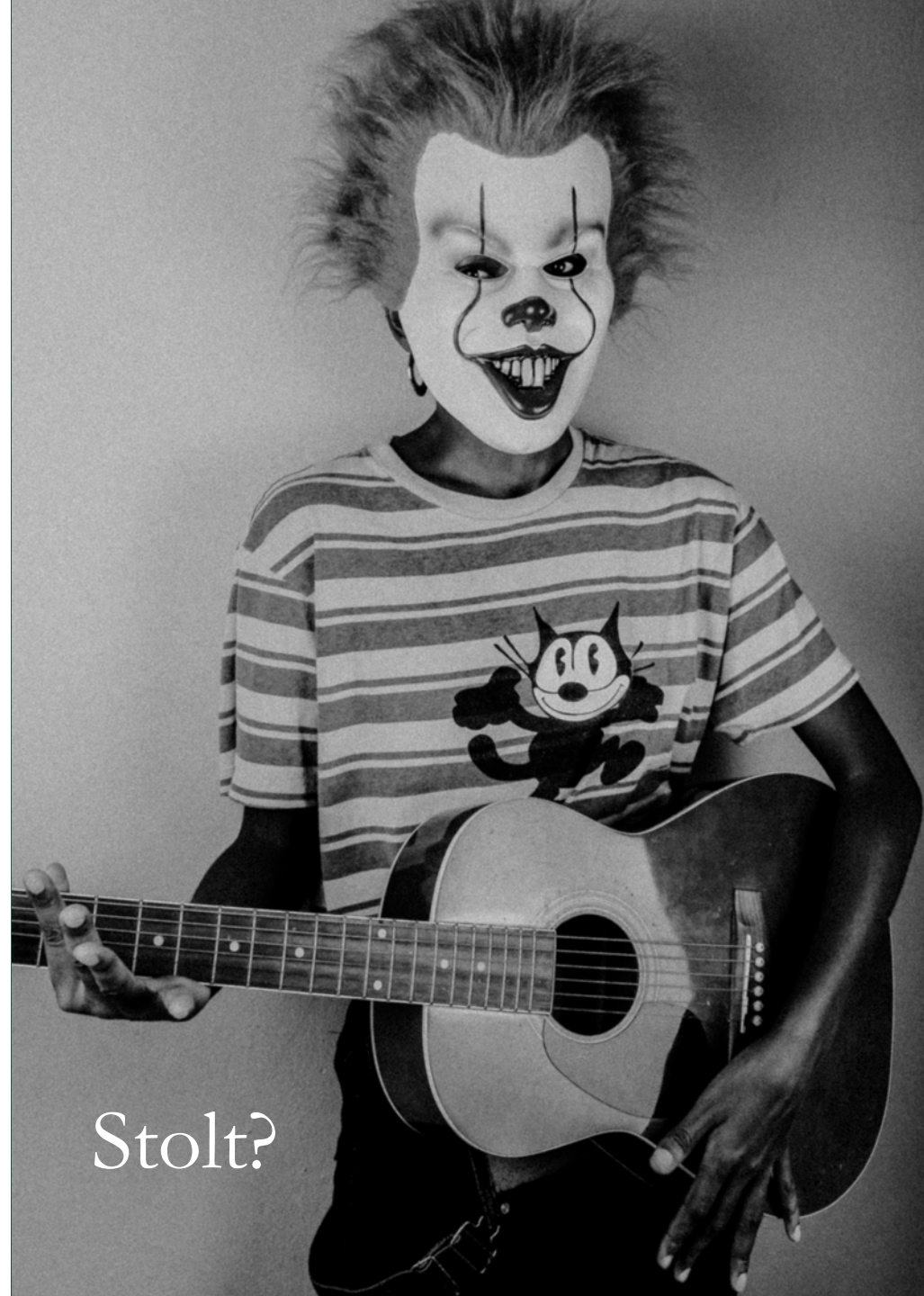


Varför får inte  
fler ut sina budskap?

Stolt?



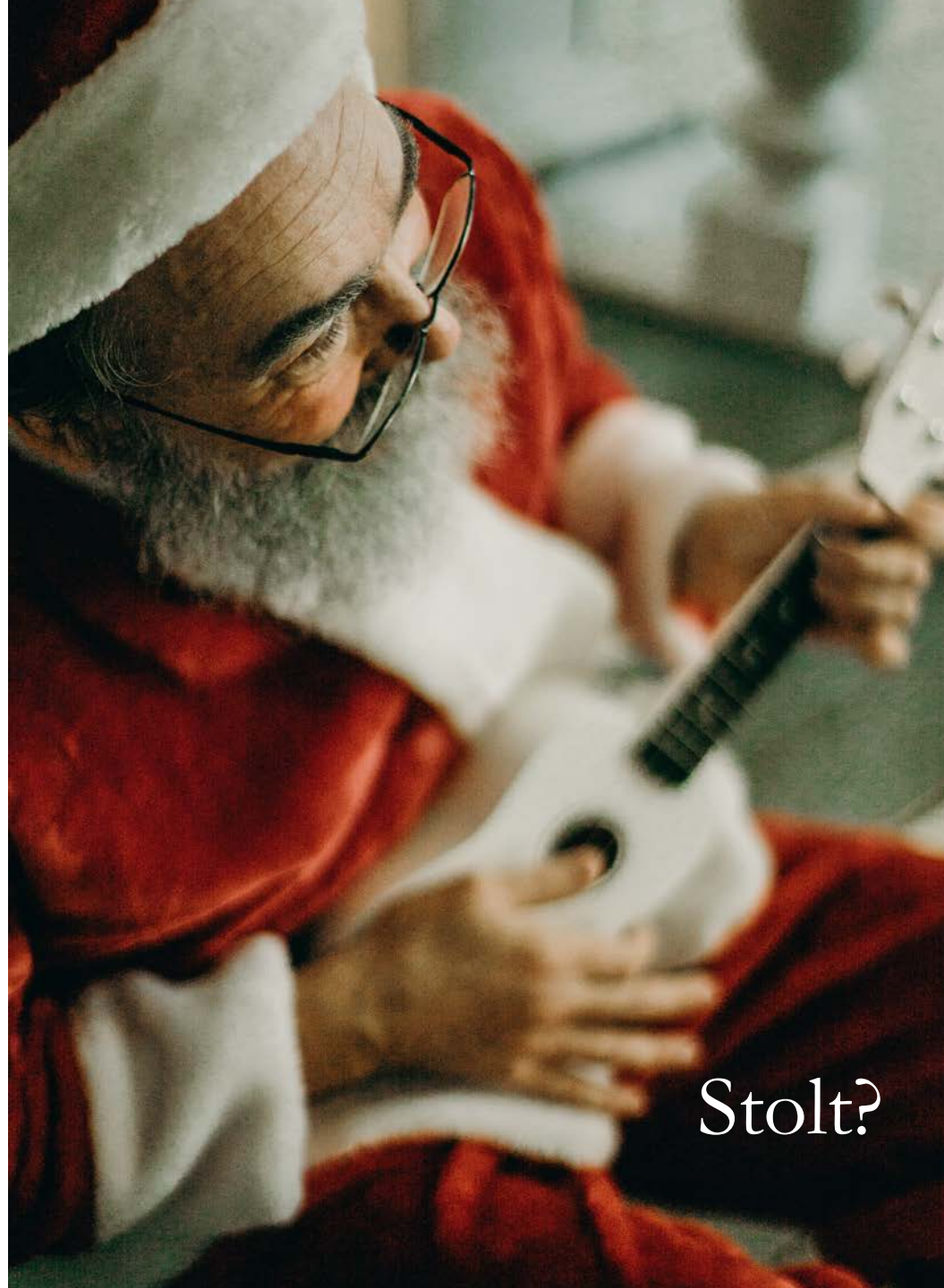
**Du  
är för  
otydlig!**



Stolt?



**Du  
syns för  
sällan!**



Stolt?

**Du är  
inte en  
”bjussig”  
expert.**

Stolt?



**Vi gör affärer med  
de vi tycker om!**



# Steg 1.

## Börja bygga 100-listan. Har du koll på dina målgrupper?

Stolt?







Hittar du drömkunden?

Stolt?



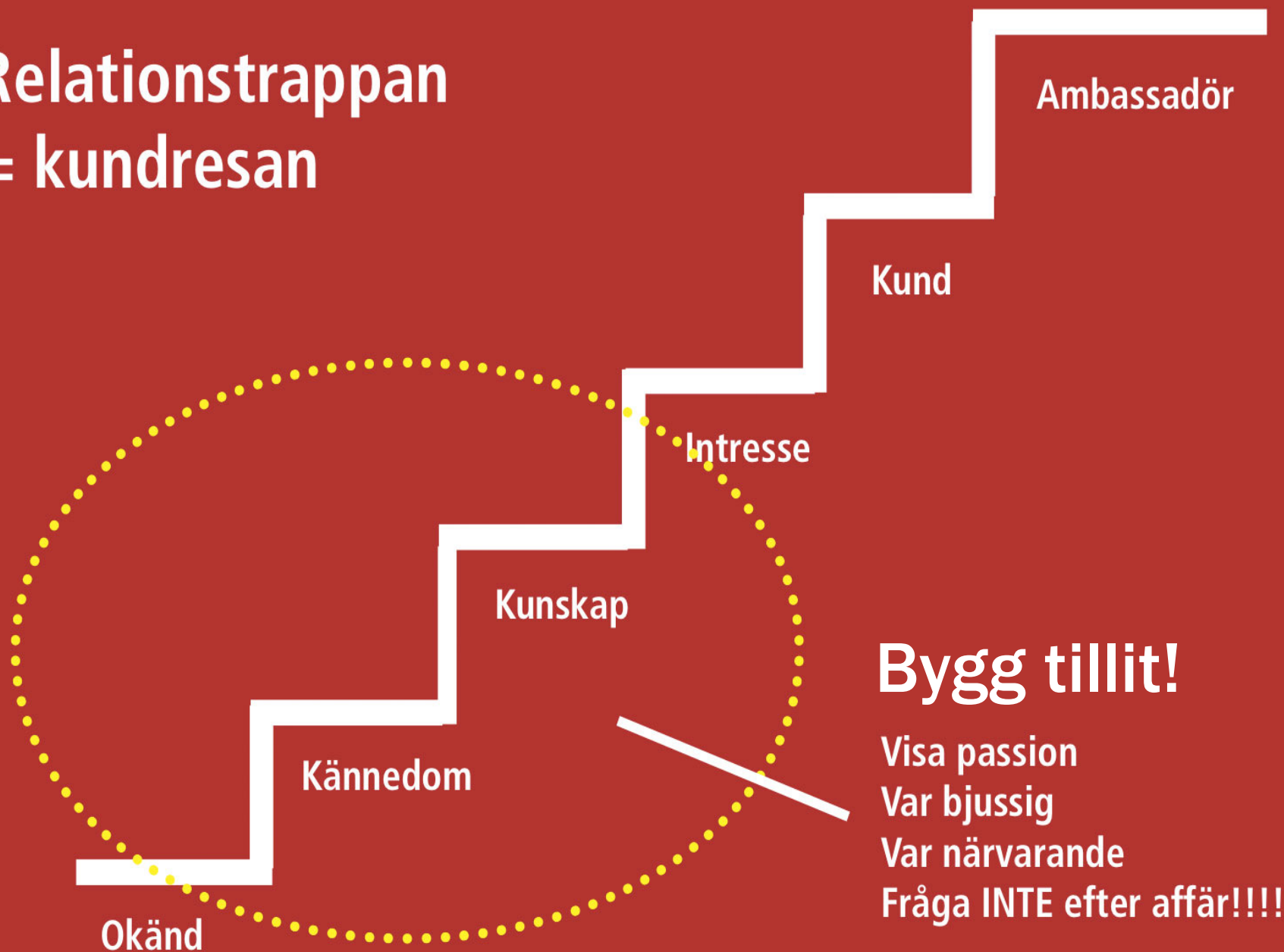
A young child wearing a hat and overalls stands on a wide set of stone steps. The steps are made of large, light-colored stone blocks and lead up to a wall of similar stone blocks. A long, dark shadow is cast across the wall and steps from the left. The child is looking down at the steps.

# Relationsbyggande tar tid!

Stolt?



# Relationstrappan = kundresan



## Bygg tillit!

Visa passion  
Var bjussig  
Var närvarande  
Fråga INTE efter affär!!!!

# Se, höra, göra = äga



Stolt?



**3-5 drömkunder**

**3-10 Ijumba kontakter**

Från intresserad  
till "swiftie"!

Stolt?





# Steg 2. Paketering



Stolt?



Gör det enkelt  
att köpa!





# Se, höra, göra = äga



Stolt?

- 1. Low-hanging-fruit?**
- 2. Small, medium, large?**
- 3. Billigt till många eller dyrt till få?**
- 4. Avtal, prenumeration?**
- 5. Prislista?**





# Konkurrensen ökar!

Stolt?





# Bruset ökar!

Stolt?



# Kraven ökar!

Stolt?





A wedding couple is standing on a wide, stone staircase. The bride is wearing a white, strapless wedding dress with a long veil, and the groom is wearing a dark suit. They are holding hands and looking at each other. The staircase is flanked by green metal railings. In the background, there are lush green trees and a white building with a tower. The scene is bathed in warm, golden light, suggesting late afternoon or early morning.

Varför väljer  
man dig?

Stolt?



A close-up photograph of a person's hands, palms up, holding a large quantity of gold-wrapped chocolate eggs. The hands are positioned in the center of the frame, with the fingers slightly curled to support the weight of the eggs. The background is dark and out of focus, emphasizing the hands and the golden eggs. The lighting is soft, highlighting the texture of the skin and the metallic sheen of the chocolate wrappers. A tattoo is visible on the left wrist.

# Steg 3. The Pitch

Stolt?

# Se, höra, göra = äga



Stolt?



**VARFÖR ska man träffa  
dig ÄVEN om man redan har en  
liknande leverantör?**

# Steg 4.

## Den enda hållbara positionen



Stolt?





Engagerad  
"Bjussig"  
Närvarande  
Expert ...

Stolt?

# Se, höra, göra = äga



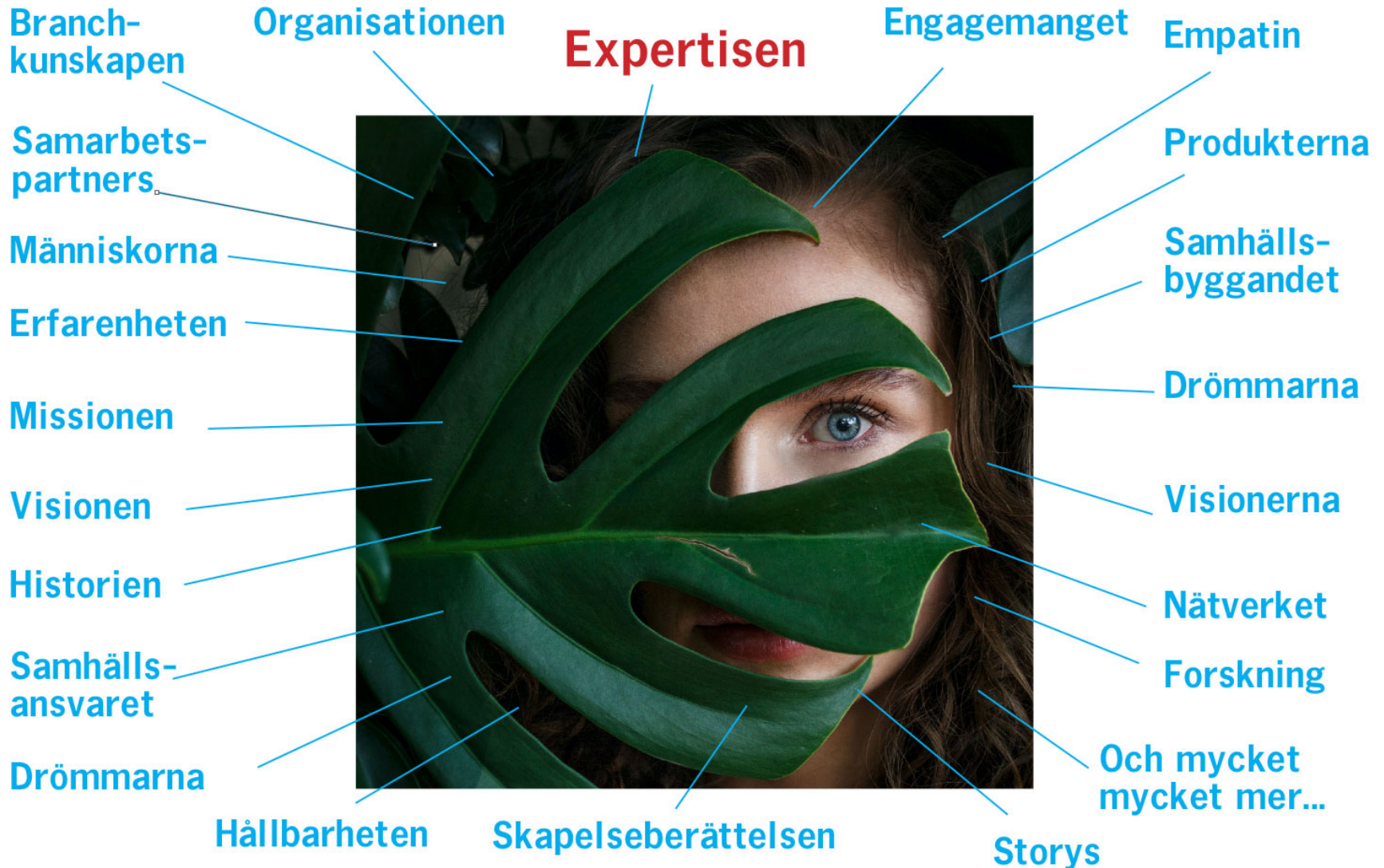
Stolt?



**Vad är ditt löfte?**

**5-10 rubriker till inlägg som  
bevisar att du är en engagerad,  
”bjussig”, närvarande expert**

# Använd guldskatten!





# Steg 5. Syns du i flöden?

Stolt?





# Se, höra, göra = äga



Stolt?



- 1. Personliga möten?**
  - 2. Inlägg i sociala medier?  
Facebook, LinkedIn ...**
  - 3. "Inspirationsbrev", mail?**
  - 4. Tryckt presentationsmaterial?**
- Per vecka? Per månad?**

One  
company.  
One  
voice.

Stolt?





**Vill du gå snabbt, gå ensam.**

**Vill du gå långt, gå tillsammans.**

**Erbjudande:**

**"The BrandGym"**

- Sex möten på Zoom
- En gång/månad
- 1-2 timmar/gång
- Max 10 personer
- Dialog, stöd, energi
- Målfokus

**5000:- + moms**

**(Mer info kommer!)**





**Let´s rock!**

**Tack för att  
du lyssnade!**

**[ulf@stoltkommunikation.se](mailto:ulf@stoltkommunikation.se)**





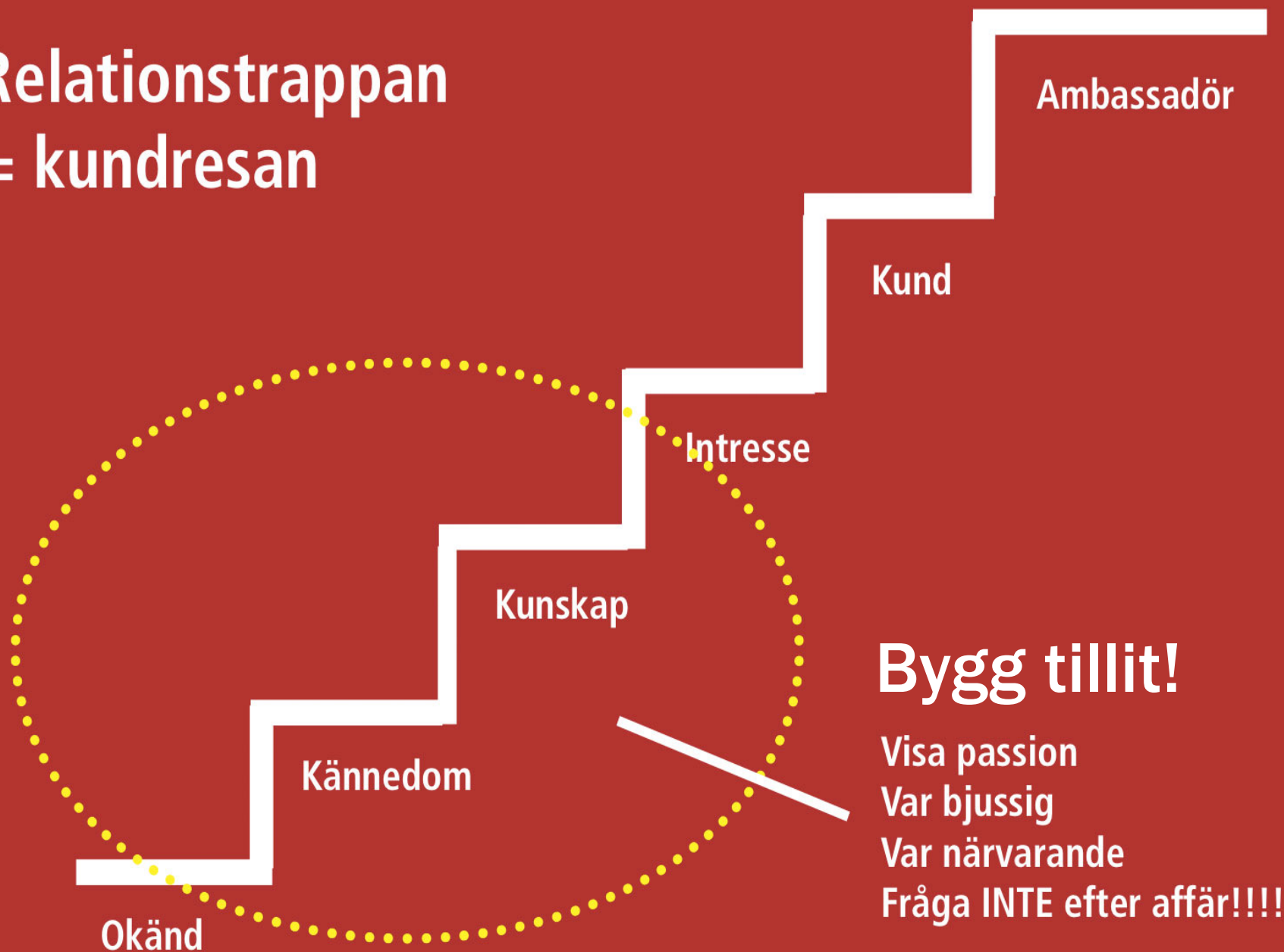


# Bygg tillit, förtroende och attraktion



Stolt?

# Relationstrappan = kundresan





# Lösungen!

A close-up photograph of a person's hands, palms up, holding a large quantity of small, irregular gold nuggets. The hands are fair-skinned, and a tattoo is visible on the left wrist. The background is dark and out of focus. The lighting highlights the texture of the gold and the skin.

Använd tratten/  
din guldgruva,  
och ditt "verktyg"

Stolt?



# Övning 1.

## Vad är ditt löfte?

**Verktyget =  
ditt löfte  
omvandlat  
till ett  
KONCEPT**



Stolt?



**Ett koncept =  
ett bärande  
tema = en  
röd tråd =  
en scen för  
ditt budskap**



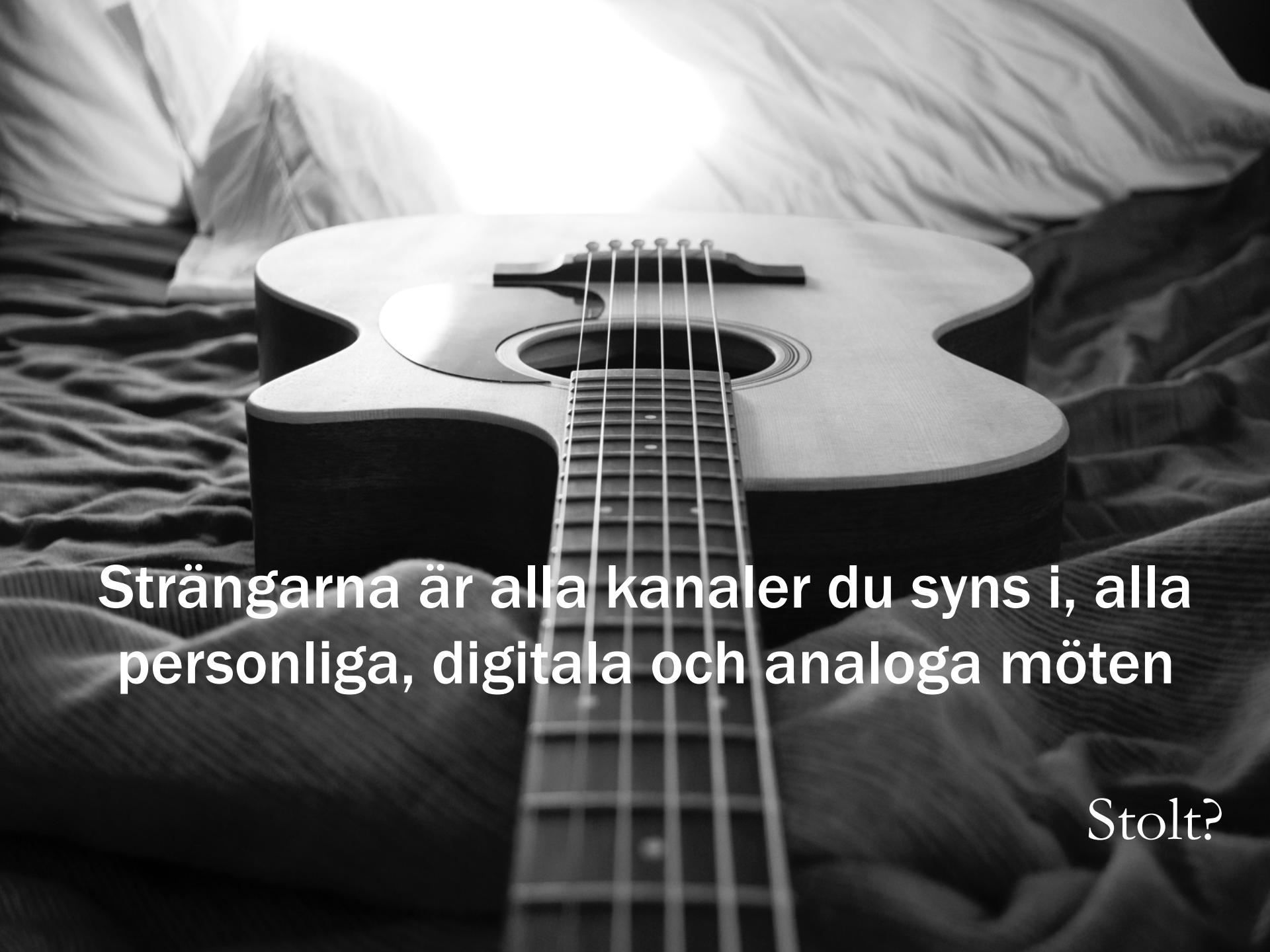
Stolt?

**Ett koncept =  
Spetsen  
på pilen,  
loket på tåget,  
motorn i bilen,  
kroppen som  
bär strängarna  
på gitarren**



Stolt?





Strängarna är alla kanaler du syns i, alla  
personliga, digitala och analoga möten

Stolt?

**Var spelar du?  
När spelar du?  
Hur spelar du?  
För vem spelar du?**



Stolt?



**Starka varumärken är  
starka personligheter!**

**Vem är du?**

**Hur vill  
du låta?**

**Hur vill du  
upplevas?**

**Vad vill du  
utstråla?**



**Stolt?**



# Övning 2.

**Vilken artist är du idag?**  
**Vilken artist vill du vara?**

# Övning 3.

**Vilken bil är du idag?**  
**Vilken bil vill du vara?**



# Övning 4.

**Vilken färg är du idag?**  
**Vilken färg vill du vara?**

Är du en engagerad,  
”bjussig”, närvarande expert?

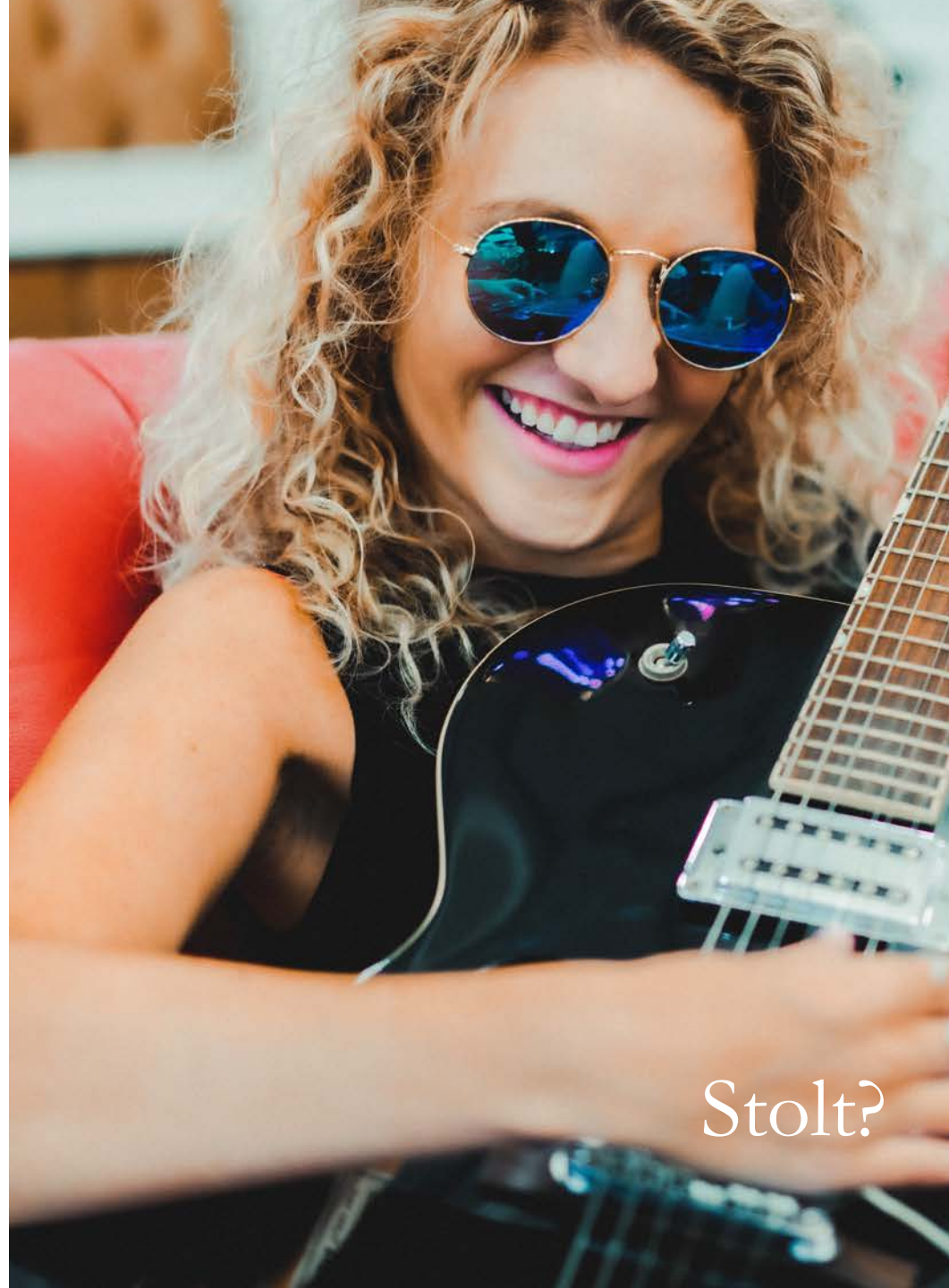


Stolt?



# Exempel på löften/koncept.

1. Nike, "Just do it"
2. Bregott, "Naturligt gott"
3. Nokia,  
"Connecting people"
4. Gevalia, "När du  
får oväntat besök"
5. Stolt Kommunikation  
"Stolthet säljer"



Stolt?

# Övning 5.

Veta?

Tycka?

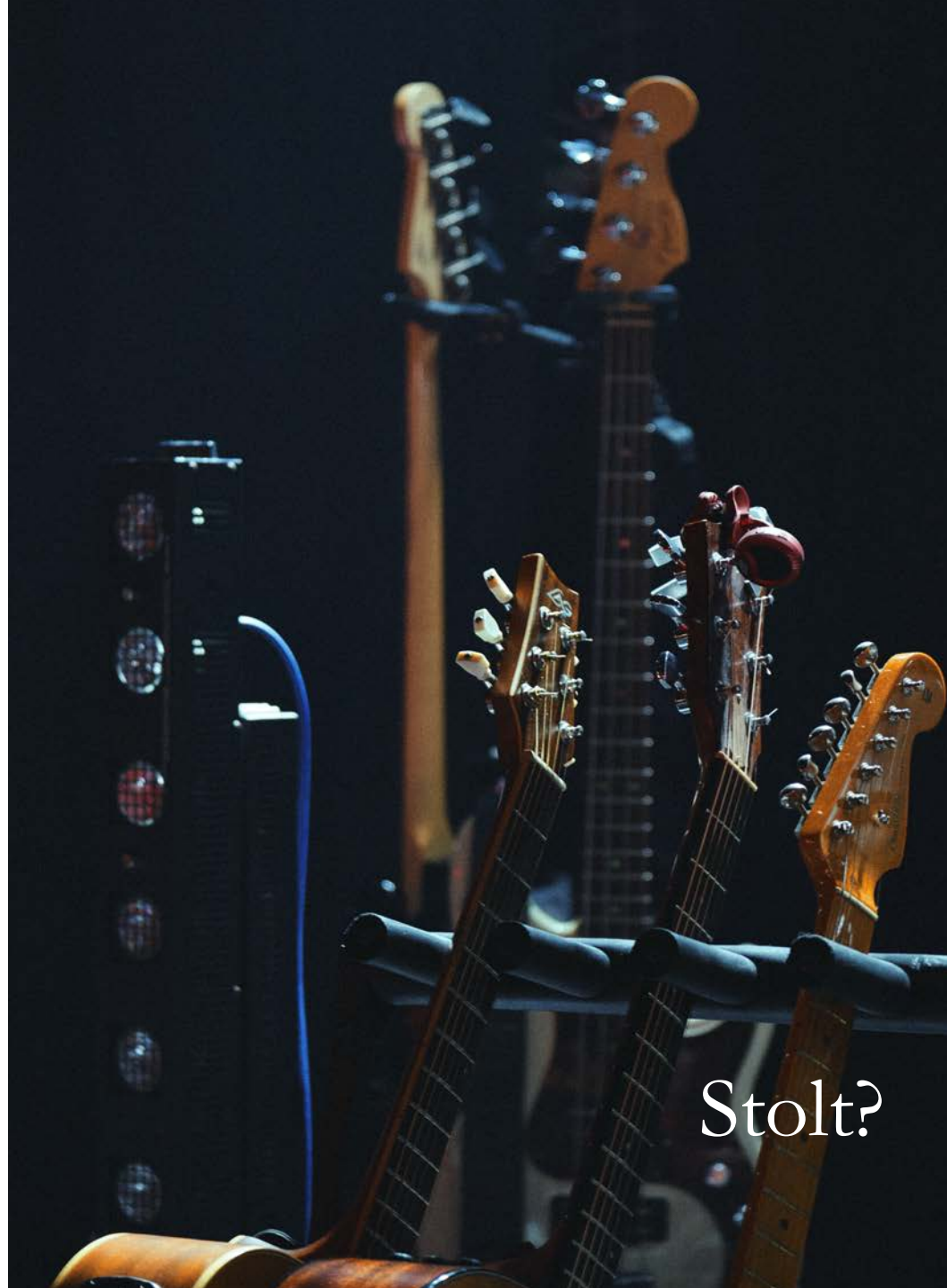
Göra?

Känna?



# Ett bra koncept är:

1. "Evig"
2. Medianetralt
3. Unikt
4. Lever i sin tid

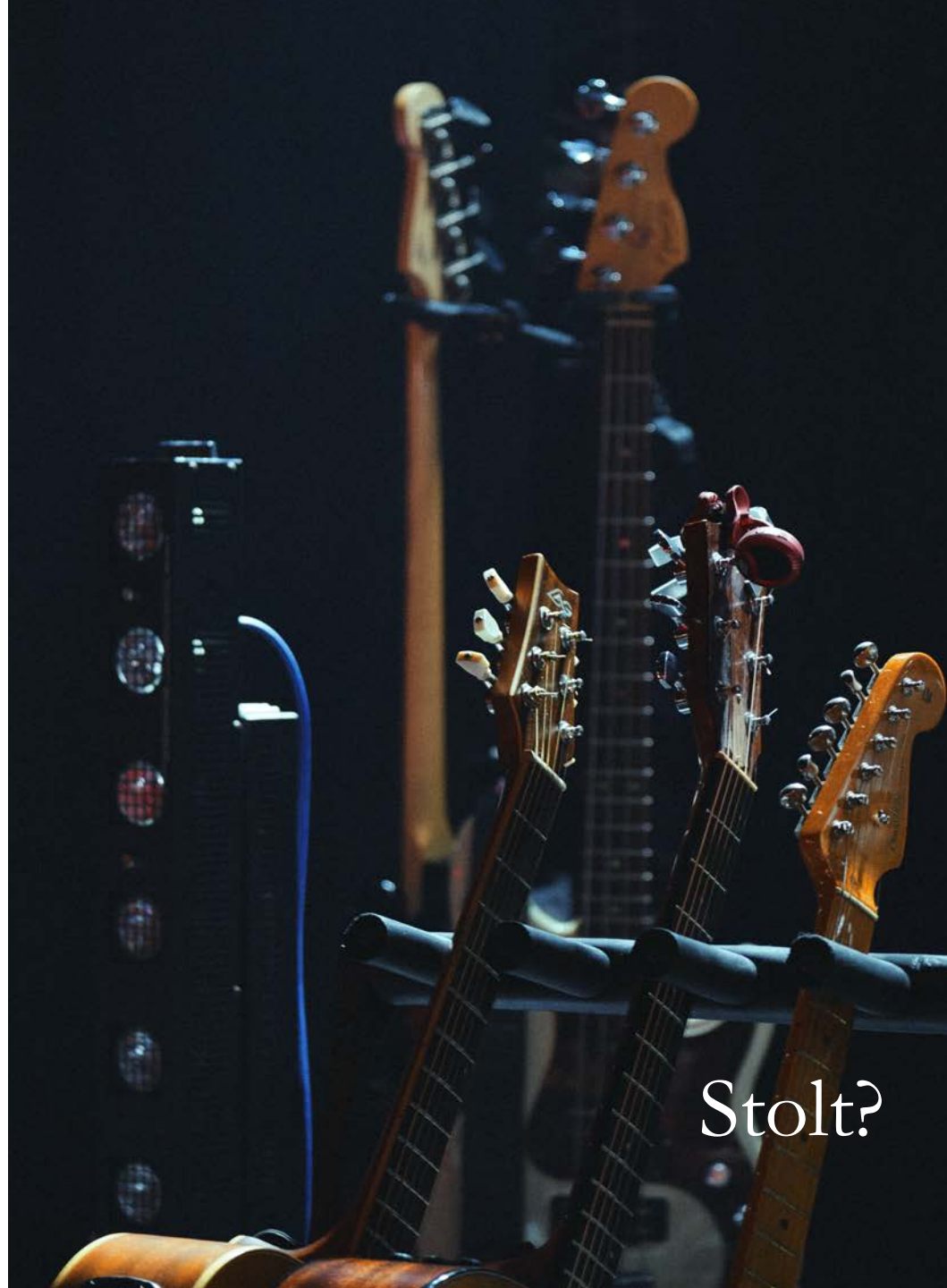


# Ett bra koncept är:

1. "Evigt"
2. Medianetralt
3. Unikt
4. Lever i sin tid

# Ett bra idé är:

1. Överraskande
2. Relevant



Stolt?



# Fem starka och framgångsrika koncept

## 1. ICA-filmerna start 2001





## 2. Nike start 1988



### 3. Bregottfabriken, start 1995





#### 4. Diesel, For Successful Living, start 1991

**DIESEL**  
FOR SUCCESSFUL LIVING

DIESEL, HISTORICAL MODERNITY

**BIRTH OF THE MODERN CONFERENCE, YALTA, 1945**

We are pleased to offer you the perfect environment for a modern and successful conference.

We provide you with all the equipment you need, you may rest assured that everything here is top of the line, not only in terms of design and style, but also in terms of functionality and comfort.

Small text in bottom left corner: Number 11, AN ADVERTISING CAMPAIGN BY DIESEL FOR SUCCESSFUL LIVING.

## 5. Gevalia, Oväntat besök, start 1990



Vilket kaffe skulle du bjuda på om du fick oväntat besök?

**GEVALIA**



**Ditt löfte/koncept är diamanten.  
Facetterna är delarna i erbjudandet**



# Använd guldskatten!

Branch-  
kunskapen

Organisationen

**Expertisen**

Engagemanget

Empatin

Samarbets-  
partners

Människorna

Erfarenheten

Missionen

Visionen

Historien

Samhälls-  
ansvaret

Drömmarna

Produkterna

Samhälls-  
byggandet

Drömmarna

Visionerna

Nätverket

Forskning

Och mycket  
mycket mer...

Hållbarheten

Skapelseberättelsen

Storys





**”Befolka varumärket.  
Verkligheten duger”**

**Matts Heijbel,  
Sveriges Mr Storyteller**

One  
company.  
One  
voice.

Stolt?





**Start with AI.  
Finish with i.**



Stolt?

# Start with AI. Finish with i.

Använd AI som  
copilot, assistent.  
bollplank, research m.m.

Men tappa inte bort  
det personliga.



Stolt?



**Håller du  
dina löften?**



**Stolt?**

**Håller du  
dina löften?**

**Hörs du starkt,  
stolt, tydligt och  
attraktivt i rätt  
kanaler?**



**Stolt?**



Har du en lojal publik?

Stolt?



Vill du öka din lönsamhet,  
bli mer efterfrågad, stark och  
ha det roligare?



Stolt?



**Gör som mer än  
600 andra företagare  
varav 92% är nöjda eller  
mycket nöjda ...**

# **... gå kursen "Lev din dröm, bygg ditt varumärke"**

- 1. 10 steg, ca 25 lektioner**
- 2. Digital kurs, läs i egen takt**
- 3. Individuell coaching av Dr Stolt**
- 4. Kunskap, checklistor, mallar,  
uppgifter, träning, tips och råd**
- 5. Tillgång ett helt år**



# Stina Almroth.

*Fil kand, PhD i internationell  
näringslära och antropologi*

Från boken  
"Fika Made in Sweden"  
till konceptet  
FikaAkademin



# Peppe Ekmark.

*Författare och föreläsare.  
En av Sveriges främsta  
sälj- och ledarskapscoacher*

**"Ditt föredrag och din  
checklista fick mig  
inse vikten av  
varumärkesbyggande"**





# Cecilia Walton.

*Äger och driver Kreativa Kök.*

*Kock, diplomerad kostrådgivare.*

*Utbildar, föreläser, förändringsleder*

**"Utöver den pedagogiska kursen har Ulf varit ett fantastiskt stöd"**



# Vårerbjudande:

## Digitalkursen

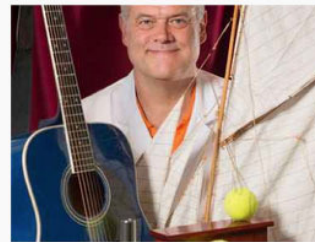
**”Lev din dröm, bygg ditt varumärke”  
till specialpris.**

## Detta ingår:



# 1. 10 steg som fångar helheten i ditt varumärke.

## Ca 25 lektioner



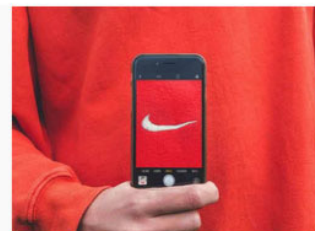
### Stoltmodellen

Här lär du dig Stoltmodellens 10 steg, plus strukturen och pedagogiken bakom kursen.



### Steg 1. Hjärtat

Din passion, ditt erbjudande, din affärsidé och din affärsmodell. Tillväxten kommer inifrån.



### Steg 2. Varumärket

Vad är ett varumärke? Definition, innehåll, potential och användningsområden.



### Steg 3. Vision/mission

Din dröm, ditt vill, ditt varför, ditt meningsfulla existensberättigande



### Steg 4. Dina mål

Dina specificerade, mätbara, attraktiva, realistiska och tidssatta mål. T.ex. lönsamhet.



### Steg 5. Tratten/guldgruvan

Din "guldgruva" och ditt innehåll, din identitet, profil och image. Källan till din kommunikation.

## 2. Digital kurs, du läser i egen takt, när och var du vill



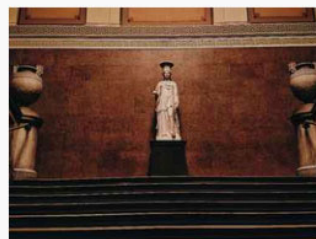
### Steg 6. Skeppet

Här byggs din stolta kultur, din värdegrund, dina löften, dina kärn- och mervärden.



### Steg 7. Ankaret

Vad håller dig tillbaka, vad hindrar din framgång, hur kommer du loss?



### Steg 8. Trappan

Om dina viktigaste målgrupper, deras antal, relation och position på kund-/relationstrappan.



### Steg 9. Hjälparen

Om din roll och position som säljare, relationsbyggare, samarbetspartner och expert.



### Steg 10. Gitarren

Ditt marknads- och säljackord, din handlings- och aktivitetsplan. Action before perfection!

**3. Dr Stolt coachar  
individuellt under  
ett helt år.**

**Zoom, mail,  
telefon eller  
Facebook.**





**Stolt? Stolt. Stolt!**

**92%**

Nöjda eller mycket nöjda kunder!

**StoltMetoden**

**Stolz?**

**UPPGIFT**

Skriv ned din "säljpitch", din mailbar presentation

**UPPGIFT**

Skissa på en fysisk mailbar A4-folder som etos, logos och

**UPPGIFT**

10 saker du behöver utveckla. Välj en du börjar med redan imorgon. Gör tidplan för resten.

**Varumärke**

**5. Du har tillgång  
till kursen och  
Dr Stolt under  
ett helt år**

Stolt?



# Vårerbjudande 1.

1. Individuell coaching av Dr Stolt  
två gånger/månad under ett år
2. 10 steg, ca 25 lektioner
3. Digital kurs, läs i egen takt
4. Kunskap, checklistor, mallar,  
uppgifter, träning, tips och råd
5. Tillgång ett helt år

(Ordinariepris 24.500:- + moms)

**Nupris 19.500:- (5000:- i rabatt)**

Gäller t.o.m. tisdag 2/4 kl 24.00



# Vårerbjudande 2.

1. Individuell coaching av Dr Stolt  
sex gånger under ett år
2. 10 steg, ca 25 lektioner
3. Digital kurs, läs i egen takt
4. Kunskap, checklistor, mallar,  
uppgifter, träning, tips och råd
5. Tillgång ett helt år

(Ordinariepris 14.500:- + moms)

**Nupris 9.500:- (5000:- i rabatt)**

Gäller t.o.m. tisdag 2/4 kl 24.00

# Intresserad?

Jag mailar en länk till mer information och anmälmingsmöjlighet.

# Frågor?

Ta dem här eller maila mig så bokar vi ett möte på Zoom eller telefon

**[ulf@stoltkommunikation.se](mailto:ulf@stoltkommunikation.se)**

# Tack för att du lyssnade!

[ulf@stoltkommunikation.se](mailto:ulf@stoltkommunikation.se)









... syns i flöden?

Stolt?





# Vinsten?

# Löftet?

Stolt?





Vem är du?

Stolt?





Artist?  
Bil?  
Färg?  
Media?  
.....?

Stolt?



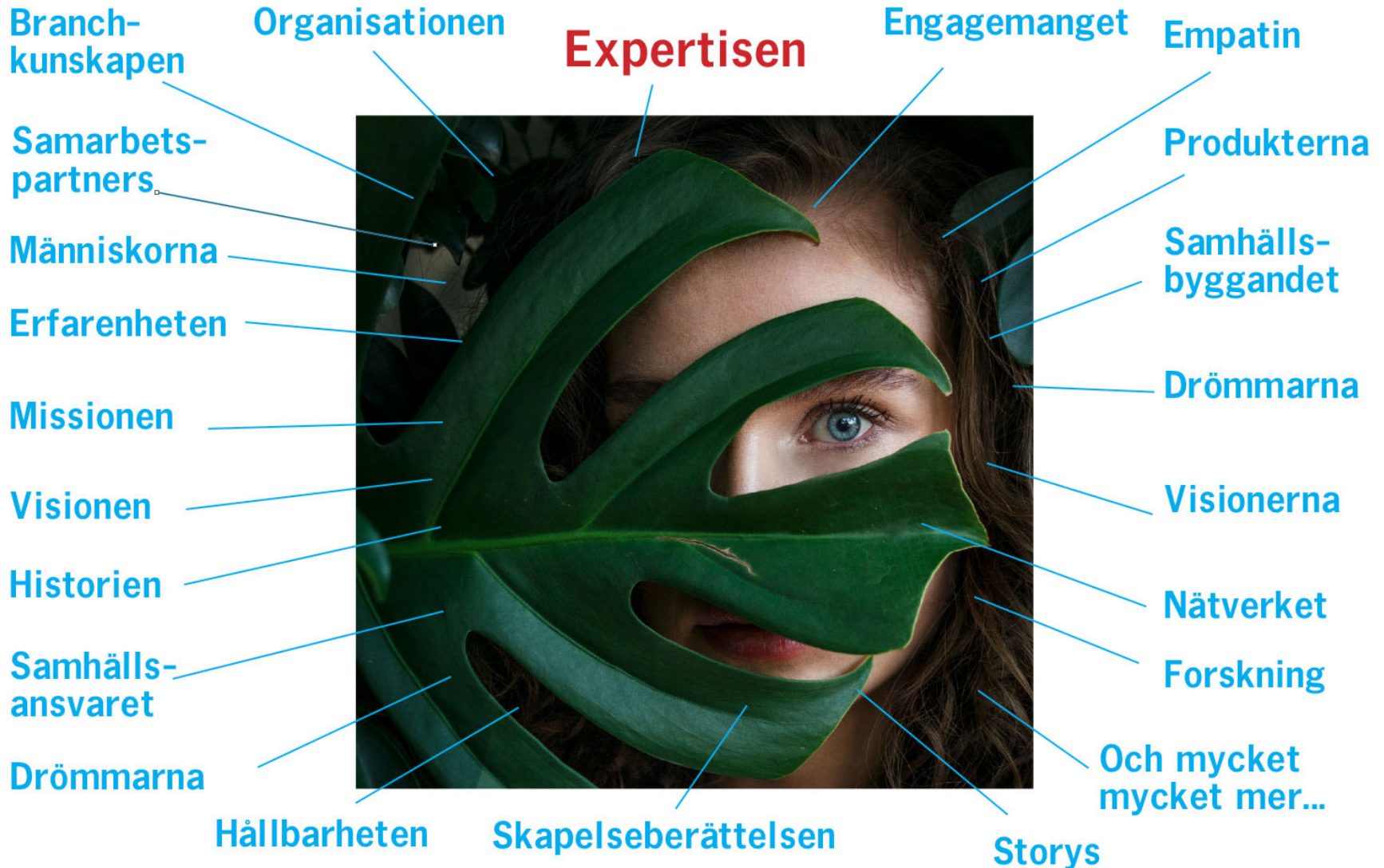


Hur låter du?

Stolt?



# Använd guldskatten!



**3-5 bra referenser**



Stolt?



Stolt?

3-5 exempel på din expertis







## 3-5 framtidstrender

Stolt?



## 3-5 praktiska råd

Stolt?





17 SALAD FORKS SPOONS

3-5 bra storys

Stolt?





# Hot: Bruset ökar!

Stolt?



# Möjlighet: tänk flöden

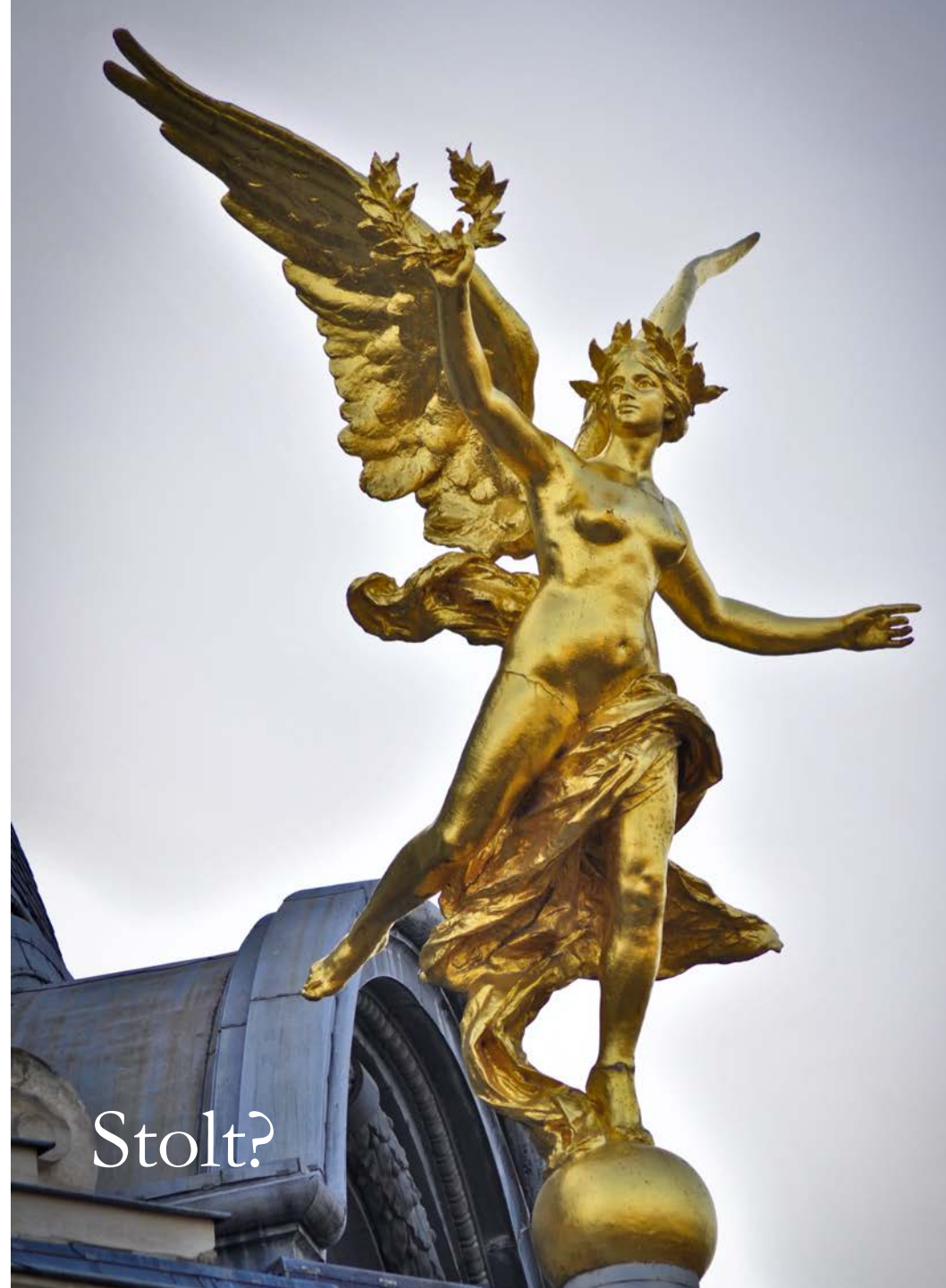


**Berätta kort och ofta!**



# Strukturtips 1: Vinkel? Använd magiska u:n

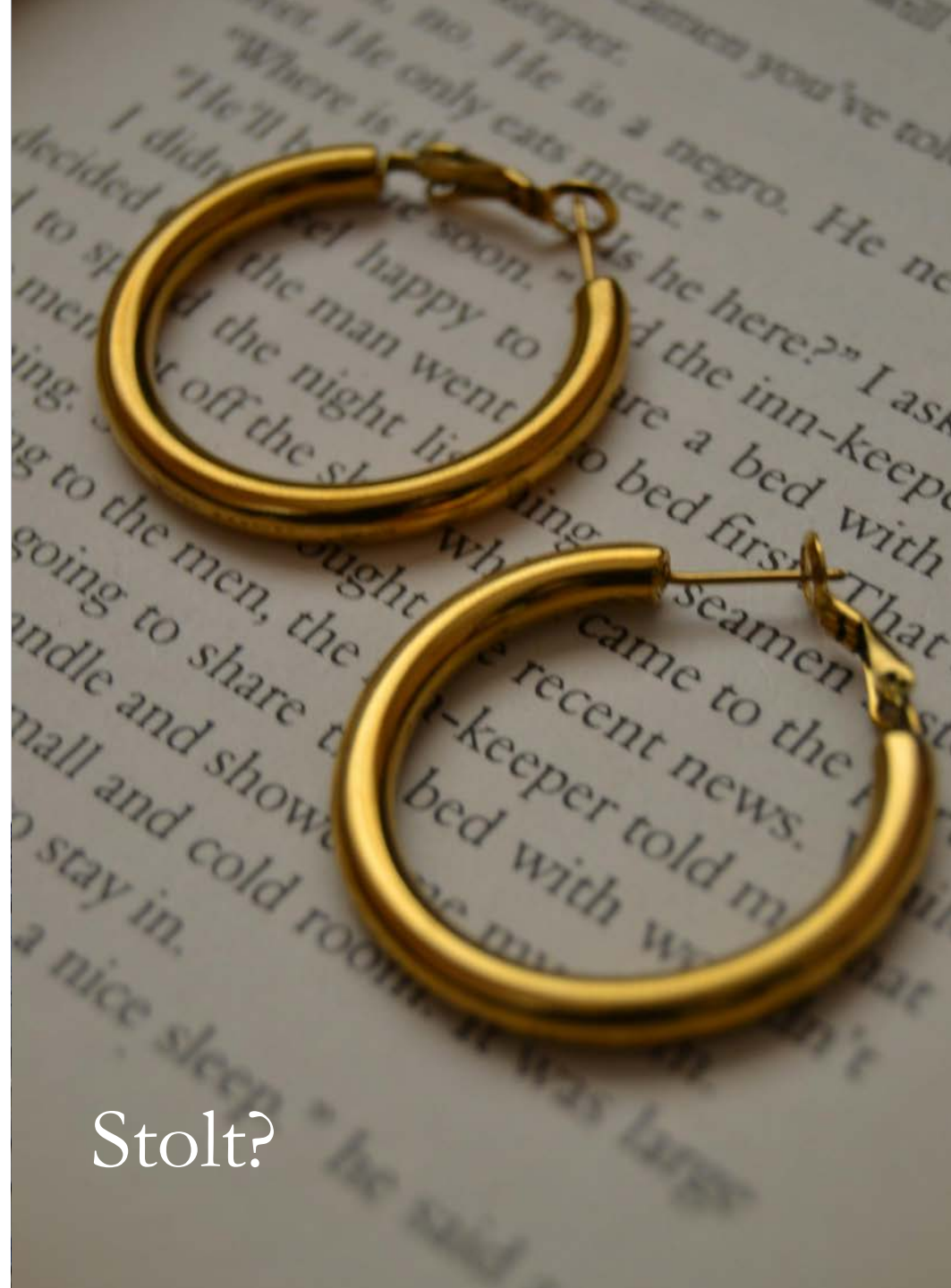
1. Underhållande
2. Utbildande
3. Uppmuntrande
4. Utvecklande
5. Utmanande



## Strukturtips 2: Skriv en bok

1. Skriv en titel
2. Skriv underrubriker
3. Skriv en baksidestext

Stolt?





# HÖGST ENERGI VINNER!



Stolt?



## Summeringen:

1. Nuläget
2. Positionen
3. Löftet
4. Tonläget
5. Relationen
6. Tilliten
7. Guldgruvan/tratten
8. Miniworkshopen
9. Alladinasken
10. Strukturtipsen
11. Summeringen
12. Erbjudandet
13. Frågorna



Stolt?





**"Varumärket &  
Så hittar du  
och använder  
din guldgruva"**



Stolt?





A close-up photograph of the back of a black iPhone, showing the dual-camera system and the Apple logo. The phone is set against a bright yellow background. The text is overlaid on the left side of the phone.

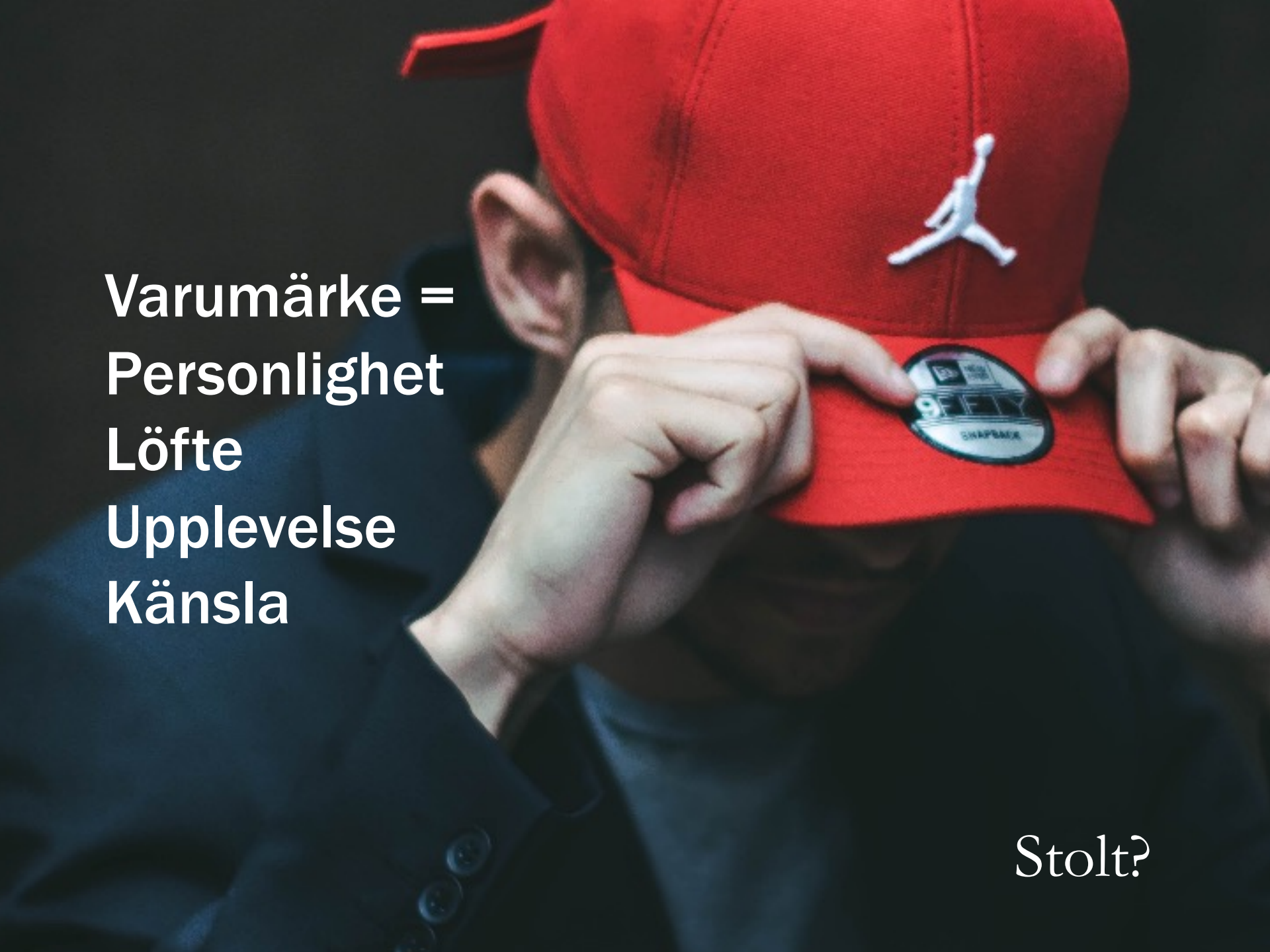
**SANNING!**

**Ett starkt varumärke är  
dubbelt så lönsamt!**



Stolt?



A close-up photograph of a person wearing a red Jordan 6 Snapback cap. The person is holding the brim of the cap with both hands, and their face is partially visible below the brim. The cap features a white Jumpman logo on the front and a circular label on the brim that reads "JORDAN 6 SNAPBACK". The person is wearing a dark blue jacket.

Varumärke =  
Personlighet  
Löfte  
Upplevelse  
Känsla

Stolt?



Du!

Kunder!

Stolt?





Du!

Kunder!

Inflation

Lågkonjunktur

Energipriset

Krig

Räntehöjningar

Stolt?



Du!

Kunder!

Diffus paketering  
Strukturbrist  
Ointresse  
Otydlighet  
Inflation  
Oförståelse  
Brus  
Stress  
Tidsbrist  
Lågkonjunktur  
Krig  
Tillitsbrist  
Brist på uthållighet  
Konkurrenter  
Mediapanik  
Energipriset  
Räntehöjningar  
Sociala medier  
Misstänksamhet

Stolt?



Hur starka är  
dina relationsbroar?



Stolt?

**Hur hållbara är de?**

**Stolt?**





Att bygga relation = att bygga  
varumärke = att bygga företag

Stolt?





**1. Erbjuder du nöje,  
nytta, glädje, värde?**

Stolt?





Du sitter på en guldgruva.  
Använder du den?

Stolt?



A photograph of the Manhattan Bridge, a suspension bridge with two large steel towers and numerous cables. The bridge is viewed from a low angle, showing its massive structure and the city skyline in the distance. The sky is clear and blue.

Bevisar du  
dina löften?

Stolt?





Hur?  
Var?  
När?

Stolt?

**Hemligheten bakom  
alla starka varumärken.  
Tre insikter.**



# 1. Allt kommunicerar



IKEA

Home furnishing

Stolt?

## 2. Ständig närvaro

Stolt?



### 3. Tidsanpassad paketering



Stolt?





Vad krävs?

Stolt?





**DU MÅSTE:**

- bygga tillit**
- bygga  
förtroende**
- skapa  
attraktion**

Stolt?





Stolt?

**DU MÅSTE:**

- Definiera
- Paketera
- Kommunnicera





**DU MÅSTE:**

**Sälja in  
dig själv!**

Stolt?

**2. Hur väl definierad är du?**

**Hur väl paketerad är du?**

**Hur väl kommunicerar du?**



Du!

Kunder!

Brus

Brist på uthållighet

Stress

Konkurrenter

Sociala medier

Misstänksamhet

Diffus paketering

Tidsbrist

Mediapanik

Otydlighet

Lågkonjunktur

Energipriset

Strukturbrist

Inflation

Räntehöjningar

Krig

Oförståelse

Tillitsbrist

Ointresse

Stolt?





Stolt?

**Har du koll på  
målgruppen  
vid brofästet?**



Känner du dem?

Stolt?





A wedding couple is standing on a wide, stone staircase. The bride is wearing a white, strapless wedding dress with a long veil, and the groom is wearing a dark suit. They are holding hands and looking at each other. The staircase is flanked by green metal railings. In the background, there are lush green trees and a white building with a tower. The scene is bathed in warm, golden light, suggesting late afternoon or early morning.

Hur nära  
står de dig?

Stolt?



Har de börjat  
kundresan?



Stolt?

**Kännedom, kunskap,  
intresse, kund,  
ambassadör?**



Stolt?



**3. Har du koll på dina  
målgrupper, deras antal och  
deras relation till dig?**

A long cable-stayed bridge stretches across a body of water towards the horizon. The bridge features a large central pylon with multiple stay cables. The sky is a mix of orange, yellow, and blue, indicating a sunset or sunrise. The water is calm, reflecting the bridge and the sky. The foreground shows a dark, textured surface, possibly a beach or a wet road.

**Vad består delarna  
av i dina relationsbroar?**

Stolt?





Stolt?

A low-angle, close-up shot of a person's legs in dark trousers and black shoes, captured mid-stride on a city sidewalk. The person is wearing a watch on their left wrist and a ring on their left hand. The background is a city street at sunset, with warm orange and yellow light from the setting sun creating a strong silhouette effect. In the distance, there are various city buildings, including a tall, modern glass skyscraper on the right and older brick buildings on the left. Traffic lights and cars are visible on the street, and the overall atmosphere is one of a busy urban environment during the "golden hour" of late afternoon.

Mekaniska  
möten

Personliga  
möten

Stolt?



# Exempel på personliga möten

1. Den stolta strålande  
verksamheten

2. Kundmöten

3. Utvecklingsmöten

4. Framtidsmöten

5. Nykundsmöten

6. Nätverksmöten

7. Ambassadörmöten

8. Samarbetsmöten

9. Cross-sellingmöten

10. Leverantörmöten

Stolt?



- 
11. Utbildningar
  12. Föreläsningar
  13. Mässor
  14. Events
  15. Egna events
  16. Mediakontakter
  17. Kund- och prospectfester
  18. Think-tank-möten
  19. Expertmöten
  20. Referensmöten
  21. ....

Stolt?



**4. Hur många personliga  
möten genomför du per år??**

# Exempel på mekaniska möten

1. Hemsidan
2. Blogg
3. Presentationsmaterial
4. Grafisk profil
5. Nyhetsbrev
6. Produktmaterial
7. Faktamaterial
8. LinkedIn
9. Facebook
10. Instagram
11. “Low-hanging-fruit”
12. Tydlig paketering

Stolt?



- 
13. Case/referensmaterial
  14. Mail
  15. Före-, under-, eftermaterial
  16. Kund- och prospectdatabas
  17. CRM-system
  18. SEO
  19. Annonsering
  20. Kundtidning
  21. Utbildningsmaterial
  22. Bok
  23. Filmer
  24. ....

Stolt?

**5. Hur många mekaniska möten har du per år?**





Den enda  
hållbara  
positionen:

Engagerad

”Bjussig”

Närvarande

Expert ...

Stolt?



... som är närvarande i flöden

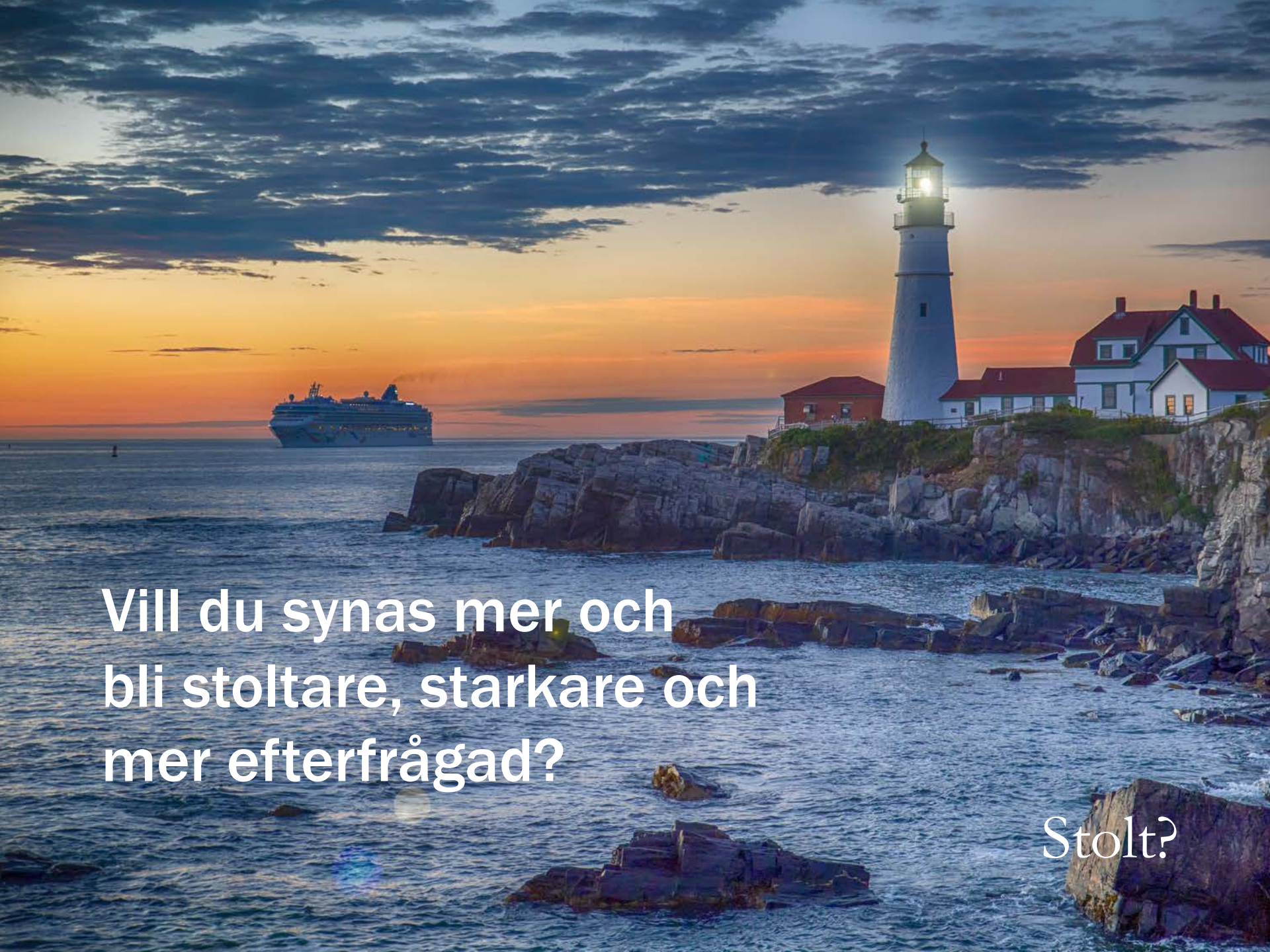
Stolt?



**6. Är du en engagerad,  
bjussig, närvarande expert som  
kommunicerar i flöden?**

**7. Har du en  
handlings- och aktivitetsplan  
som hjälper dig? (= sälj- och  
marknadsföringsackord)**





Vill du synas mer och  
bli stoltare, starkare och  
mer efterfrågad?

Stolt?



A photograph of two young girls in a forest. The girl on the left has long, wavy reddish-blonde hair and is wearing a light blue denim jacket. She is smiling broadly and hugging the girl on the right. The girl on the right has short, blonde hair and is wearing a white, fluffy coat. She is also smiling. The background is a blurred forest with green foliage and fallen yellow leaves on the ground.

Vill du ha många  
kunder och  
ambassadörer?

Stolt?





Vill du ha en  
unik position?

Stolt?



Vill du ha en hållbar struktur  
för din marknadsföring och  
dina säljprocesser?



Stolt?



Vill du öka din lönsamhet  
och ha roligare på jobbet?



Stolt?

**Gör som mer än  
600 andra företagare  
varav 92% är nöjda eller  
mycket nöjda ...**



# ... gå kursen "Lev din dröm, bygg ditt varumärke"

1. 10 steg, ca 25 lektioner
2. Digital kurs, läs i egen takt
3. Kunskap, checklistor, mallar mm
4. Uppgifter, träning, tips och råd
5. Individuell coaching av Dr Stolt  
två gånger i månaden
6. Tillgång ett helt år

**Få en snabbanalys  
av ditt varumärke, kunskap om  
kursen och ett erbjudande.  
(Gäller t.o.m. måndag 4/9)**

**Maila [ulf@stoltkommunikation.se](mailto:ulf@stoltkommunikation.se)  
eller  
ring 070-373 05 81**





**"Framtidens  
vinnare tänker  
Varumärke"**

**Frågor?**

**Stolt?**



# Tack för att du lyssnade!

**"ACTION BEFORE  
PERFECTION!"**



