

Greppa Neringen

- Varumärkesplattform september 2009

Inledning

Varumärken

Alla varumärken är upplevelser, dvs. de upplevs i människors sinnen.

Ett varumärke är också en garant - ett löfte till alla målgrupper. Att leva upp till ett löfte handlar inte bara om att vara en attraktiv produkt, erbjudande eller plats. Det handlar även om att tillgodose målgruppens behov i form av olika upplevelser. Ett varumärke behöver vårdas och utvecklas och tar tid att bygga upp, men går snabbt att rasera. Varumärkets uppgift är att vara särskiljande gentemot andra konkurrerande varumärken.

Varumärkesplattform

Varumärkesplattformen för Greppa Näringen har som syfte att tydliggöra de värderingar, attityder och känslomässiga uppfattningar som verksamheten ska stå för i människors medvetande.

Varumärkesplattformens funktion är att vara strategiskt styrmedel (påverkar allt) under hela projektets gång och ligga till grund för all kommunikation.

Löfte

Särskiljande

Upplevelser

Basförutsättningar:

*”Vetenskapligt
underbyggd kunskap
Effektiva verktyg och
lättillgänglig information
Kompetenta och
engagerade rådgivare
Långsiktig och bred
satsning”*

Basförutsättningar

Basförutsättningar beskriver faktorer i projektet som utgör grunden för att projektet ska upplevas som en trovärdig aktör.

Basförutsättningar:

”Vetenskapligt underbyggd kunskap, effektiva verktyg och lättillgänglig information, kompetenta och engagerade rådgivare, långsiktig och bred satsning”.

Greppa Näringen är ett informations- och rådgivningsprojekt som erbjuder lantbrukare kunskap och verktyg för att kunna genomföra kostnadseffektiva miljö- och klimatåtgärder.

En systematisk och fortlöpande analys av vilken forskning som är mest relevant för målgrupperna ligger till grund för att utveckla effektiva verktyg för omvärldsanalys, prognoser och beräkningar och ta fram lättillgänglig information för den individuella rådgivning som genomförs.

Den vetenskapligt underbyggda kunskap som finns inom Greppa Näringen förs vidare till lantbrukare genom kompetenta och engagerade rådgivare. Kunskapsutbyte mellan rådgivare och lantbrukare är en ständigt pågående process och dialog.

Greppa näringen är en långsiktig och bred satsning. Jordbruksverket, Länsstyrelserna, LRF och EU står bakom projektet och samarbetar effektivt.

Rationell Nytta:

”Miljönytta och lönsamhet

Konkreta råd och tillförlitliga beslutsunderlag

Stöd att uppfylla samhällets och konsumenternas krav och förväntningar”

Rationell Nytta

Rationell nytta beskriver kundnyttan, dvs. vilken rationell nytta som målgrupperna har av projektet

Rationell nytta:

”Miljönytta och lönsamhet, konkreta råd och tillförlitliga beslutsunderlag, stöd att uppfylla samhällets och konsumenternas krav och förväntningar”

Via Greppa Näringen får lantbrukarna information, verktyg och konkreta råd för att kunna minska miljö- och klimatpåverkan. Detta bidrar till att stärka lantbrukarens verksamhet och konkurrenskraft och därigenom uppnå en långsiktigt hållbar lönsamhet.

Lantbrukarna och rådgivarna ska enkelt och snabbt få tillgång till tillförlitliga beslutsunderlag. Genom dialog under rådgivningsbesök får lantbrukarna individuell och verksamhetsanpassad information.

Lantbrukarna får stöd att genomföra åtgärder för att uppfylla samhällets och konsumenternas krav och förväntningar. Greppa Näringen uppmuntrar och inspirerar till att genomföra förändringar utöver lagkrav för att svenskt lantbruk ska sträva efter att bli mer resurseffektivt, miljövänligt, attraktivt och lönsamt,

Emotionell nytta

Emotionell nytta beskriver hur målgrupperna känner för projektet.

Emotionell nytta:

”Stolt och kunnig föregångare med gott miljösamvete”.

Greppa Näringen handlar om stolthet över att aktivt minska miljöpåverkan. Kunskap och handling ger råg i ryggen, arbetsglädje och välbefinnande. Det handlar också om samhörighet och delaktighet i en positiv process.

Ambitionen för projektet är att alltid ligga i frontlinjen som en aktiv föregångare och vilja vidta åtgärder för att göra något åt de miljöproblem som finns på ett konkurrenskraftigt sätt.

Den ultimata känslan är att uppleva Greppa Näringen som en miljöhjälte, en som med gott samvete värnar om världen, företagen och framtida generationer.

Emotionell Nytt:

*”Stolt och kunnig
föregångare med
gott miljösamvete”*

Personlighet

Beskrivning av **hur** varumärket ska uppträda och upplevas emotionellt. Beskriver varumärkets egenskaper och känsla

Personlighet:

"Kunnig, ansvarsfull, engagerande, framåt".

Kunnig

Greppa Näringen är en trovärdig och professionell aktör som ständigt håller sig uppdaterad med den senaste kunskapen.

Ansvarsfull

Greppa Näringen är varm och omtänksam med ett ansvarsfullt och långsiktig förhållningssätt.

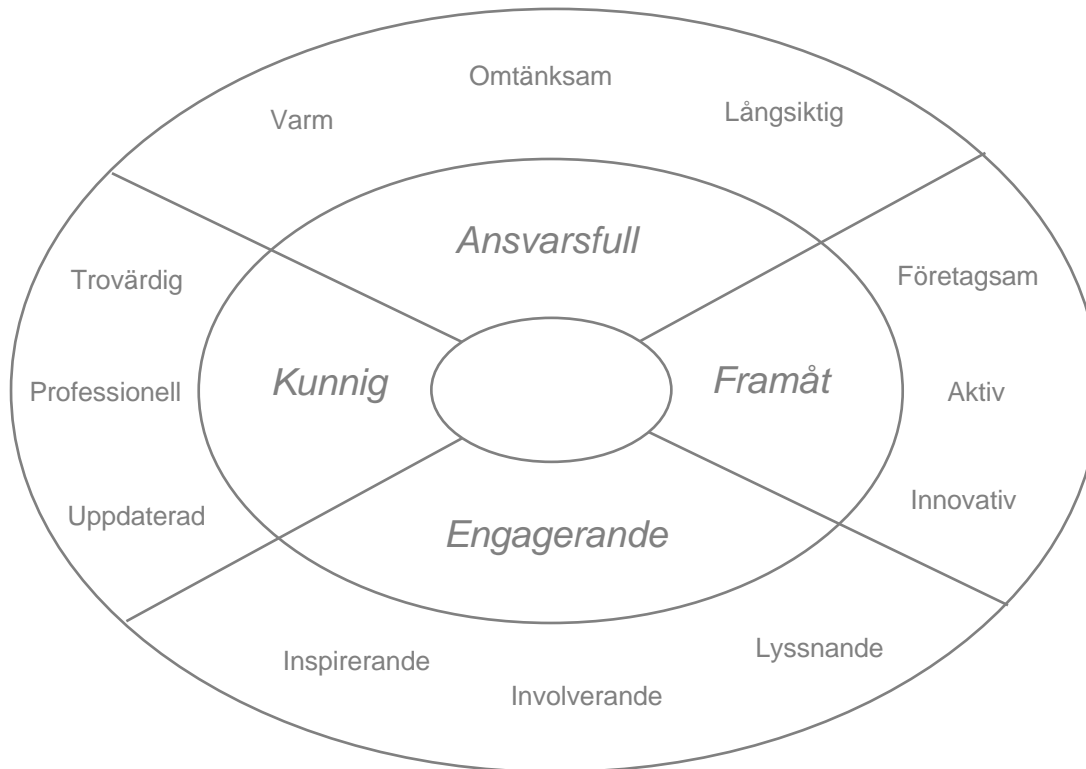
Engagerande

Greppa Näringen är lyssnande och engagerande och vill alltid inspirera och involvera.

Framåt

Greppa Näringen är framåt på ett företagsamt, aktivt och innovativt sätt.

Personlighet:



Löfte

Löftet är en essens av vad hela varumärket står för, vad det är, hur det är och vad det erbjuder.

Löfte: "Greppa Näringen – Lantbrukets verktyg för effektivare miljönytta".

Löftet är en intern formulering som beskriver vad Greppa Näringen står för. Löftet innehåller tre viktiga beståndsdelar:

- Roll: Lantbrukets verktyg
- Behov: Miljönytta
- Hur: Effektivare

Greppa Näringens huvudroll är att vara ett verktyg som ska finnas till hands för svenskt lantbruk. Greppa Näringens vill vara ett kunskaps- och rådgivningsverktyg som visar vägen och bidrar med effektivare miljönytta.

Effektivare miljönytta är en strävan som påverkar såväl lantbrukare som samhället i stort. Effektiv miljönytta betyder både minskad miljö- och klimatpåverkan och ökad konkurrenskraft via ständigt förbättrad medvetenhet och effektivitet i miljöarbetet.

Löfte:

*"Greppa Näringen
– Lantbrukets verktyg
för effektivare
miljönytta"*

Varumärkesplattform - summering

