

Identitet i salg

Identitet

En bedrifts identitet kan betegnes som bedriftens egenart, og kan beskrives gjennom fire sentrale, langsiktige og grunnleggende begreper: visjon, misjon, verdi, mål og strategi.

Identitet

Visjon

er et langsiktig, inspirerende mål som en aldri helt når – våre overordnede ambisjoner.

Misjon

beskriver kort hva slags virksomhet det er, «hva» slags produkter og/eller tjenester den leverer. Den sier hvordan du i kjernen skal levere på visjonen

Verdier

Verdier styrer atferd, De bygger ønsket kultur og atferd både internt og eksternt.

Strategi

Strategien skal svare på «hvordan» du skal nå visjonen og betyr i sin enkleste form en plan. En plan for hvordan du skal nå visjonen, et delmål/mål

Mål

Et mål kan være alt fra selve visjonen til et omsetningstall, kundetilfredshet, lønnsomhet eller produktutvikling. Et mål kan også knyttes til personlig utvikling.

Visjon

XXL : Alt sportsentusiastene, den treningsglade og friluftsmennesket trenger under samme tak, fra de beste merkene, og til de beste prisene.

IKEA: Visjonen vår er å skape en bedre hverdag for de mange menneskene – for kunder, men også for medarbeiderne våre og alle som jobber hos leverandørene våre.

Dyreparkens visjon er: «Best på opplevelser»

Oppgave

Hvilke verdier har dere i bedriften?

Hvordan jobber du/dere for å sikre at dette blir en del av teamet og kulturen hos dere?



Personlig identitet

Bedriftens identitet – hva med din identitet

Jeg en merkevare?

Personlig identitet

Hensikten med merkevarebygging:

- Skape bestemte forestillinger om eller assosiasjoner til et produkt eller til en person
- Tydeliggjøre seg og skille seg ut fra konkurrentene



Hva er Personlig
merkevarebygging?

- Evnen til å synliggjøre din personlighet, din kompetanse og dine egenskaper på best mulig måte, i den hensikt å nå ditt mål.



Et personlig
brand/merkevare

=

Hvordan du
oppleves når
andre tenker på
deg!

Det reflekterer det du står for:

- din identitet
- dine verdier og holdninger
- din kompetanse og egenskaper
- din adferd
- dine omgivelser, ditt miljø



Visjonen og verdiene dine?

Drøm

- Rolle, Hvilken rolle vil du ha?

Leder: Avd. leder, adm. direktør, prosjektleder, faglig leder

Personalansvar

Fagekspert

Medarbeider

Administrator

- Verdier, Hva er viktig for deg i jobb og privat?

I hvilken grad blir det som er viktig for deg mulig i den rollen du ønsker?

- Kompetanse og egenskaper

Hva kan du?

Hvilke sterke sider har du og hvilke begrensninger har du?

- Fagområder og arbeidsoppgaver du trives med?



Din profil – et resultat av fire forhold:

- Din kompetanse, dine egenskaper og holdninger + nivået og kvaliteten på disse
- Erfaringer vi gjør oss som "kunde" av deg
- "Din fysiske standard" – friskhet
- Din kommunikasjon - språk
 - Innhold: hva du sier
- Form: hvordan du sier det
 - Kroppsspråk: hvordan du oppleves visuelt






Kan du svare
klart på disse
spørsmålene?

- Hva skal du være kjent for?
- Hvem ønsker du å være?
 - I jobbsammenheng
 - Hva gjør du for å få til det?
- Hvilke assosiasjoner får andre når de tenker på deg?
 - Samsvarer det med den du ønsker å være?
 - Hvis nei, hva vil være et skritt i riktig retning mot ditt mål?



Evaluer deg selv som merkevare – ditt brand

			
Har du en klar posisjon?			
Er det gap mellom det du lover og det du leverer?			
Er du tydelig og skiller du deg ut tilstrekkelig?			
Opplevs du som attraktiv?			
Vekker du positive reaksjoner hos målgruppen?			
Snakker du til hodet og hjertet?			
Har du gode suksesshistorier som forteller om din kompetanse?			

OPPGAVE

Ta personlighetstest på nettet

<https://www.16personalities.com/no?fbclid=IwAR36Od9RfLkfQNUjdmFCKhH-sUg0XH11DrSu9TDiVmprh1hcjFIXBJtBgo>
W