

Lektionsplanering: Varumärkesidentitet

Årskurs: Gymnasiet

Ämne: Marknadsföring

Tema: Varumärkesidentitet

Koppling till styrdokument

Centralt innehåll

Lektionens centrala innehåll syftar till att ge eleverna insikter om begreppet varumärkesidentitet, dess komponenter och hur den påverkar konsumenternas uppfattning och lojalitet. Fokus ligger på hur företag kan skapa och kommunicera sin varumärkesidentitet för att stå ut på marknaden.

Kunskapskrav

Eleverna ska kunna beskriva vad varumärkesidentitet är och ge exempel på hur företag kan bygga och hålla en stark varumärkesidentitet som resonerar med sina målgrupper.

Lärarledda instruktioner

Introduktion till Varumärkesidentitet (10 min)

- Vad är varumärkesidentitet och dess betydelse?
- Hur varumärkesidentitet skiljer sig från varumärkesbild.
- Översikt över varumärkeskomponenter (namn, logotyp, slogan, värderingar).

Bygga en Varumärkesidentitet (15 min)

- Steg för att skapa en stark varumärkesidentitet.
- Vikten av att definiera kärnvärden och mission.
- Hur man skapar en varumärkesberättelse som engagerar.

Varumärkeskommunikation (15 min)

- Hur företag kommunicerar sin varumärkesidentitet (reklam, PR, sociala medier).
- Vikten av konsekvens i varumärkeskommunikationen.
- Exempel på framgångsrika varumärkeskommunikationsstrategier.

Diskussion och Tillämpning (10 min)

- Gruppdiskussion: Vad gör ett varumärke minnesvärt?
- Analys av kända varumärken och deras identitet.
- Fråga till klassen: Vilket varumärke identifierar ni mest med och varför?

Aktivitet

Eleverna delas in i små grupper och får i uppdrag att skapa en varumärkesidentitet för en hypotetisk produkt. De ska definiera produktens namn, logotyp, slogan och kärnvärden. Varje grupp får 30 minuter på sig att förbereda sin presentation till klassen.

Exit-ticket

- Vad är varumärkesidentitet? (Svar: De egenskaper och värderingar som utgör ett varumärkes image i konsumenternas ögon.)
- Nämn tre komponenter av varumärkesidentitet. (Svar: Namn, logotyp, värderingar.)
- Varför är konsekvens viktig i varumärkeskommunikation? (Svar: För att bygga igenkänning och förtroende hos konsumenterna.)
- Ge ett exempel på en stark varumärkesberättelse. (Svar: Apples berättelse om innovation och användarcentrerad design.)
- Hur kan en varumärkesidentitet påverka kundernas lojalitet? (Svar: En stark identitet kan skapa en känslomässig koppling som ökar återkommande köp och lojalitet.)

Hemuppgift

Eleverna ska välja ett varumärke och analysera dess varumärkesidentitet. De ska undersöka hur varumärket kommunicerar sina kärnvärden och vilka komponenter som bidrar till dess framgång.

Citat

“Varumärken är inte längre vad vi säger till konsumenterna; det är vad konsumenterna säger till varandra.” – Scott Cook, 2001. Detta citat

understryker vikten av konsumenternas uppfattningar och kommunikation i bygget av varumärkesidentitet, där socialt bevis och rykte spelar en avgörande roll.

Nästa lektion

Förslag på tema för nästa lektion: *Prissättning och butiksekonomi*.

Tags: [Lektion](#)