

Vahvat tavaramerkit ovat hyvin arvokkaita! Ne tukevat liiketoimintaa ja saa aikaan lisää asiakkaita, markkinaosuutta, liikevaihtoa ja tulosta!

14

Yrityksen tavaramerkki ”asuu” kuitenkin asiakkaan päässä. Se on mielipide siitä, millainen yritys on. Juuri siksi, että tavaramerkki rakennetaan todellisuudessa muualla kuin yrityksesi seinien sisäpuolella, sitä on hallittava monella tasolla. Käytännön työ tavaramerkin kanssa alkaa liiketoiminnan tavoitteita tukevan yrityskuvan rakentamisesta, kehittämisestä ja kirkastamisesta.



Mielestämme purjehdusseuramme toimintaan liittyy ominaispiirteitä, mielikuvia ja yksityiskohtia, joiden avulla yritykset voivat kirkastaa yrityskuvaa ja vahvistaa tavaramerkkiä! Tässä on kolme sellaista ominaispiirrettä, joista voisimme lyhyesti keskustella ja miettiä miltä osin ne voi tukea ja kehittää teidän yrityskuvaa!

1. Innostuneet purjehtivat juniorit ja lapset sekä heidän rajaton motivaatio, innostus, myönteinen asenne ja ihailtava ennakkoluulottomuus ovat tarttuvia!

”Yhä useampi yritys haluaa mielellään näkyä ja kytkeytyä innostuneisiin urheileviin lapsiin, heidän motivaatioon, avoimuuteen ja ennakkoluulottomaan suhtautumiseen tulevaisuuteen ja moneen muuhun asiaan. Sama koskee ”raikasta ja puhdasta” purjehdusta joka on hyvä myös merelle. Yritysten viestinnällä, joka koskee lapsia ja nuoria sekä ympäristöä, voi hyvinkin välittää myönteisen viestin yrityksestä työnantajana ja olla suuressa roolissa koskien yrityskuvan kirkastamista ja muutenkin vaikuttaa asiakkaan mielipiteeseen yrityksestä ylipäänsä!”





2. Purjehtivat nuoret aikuiset välittävät tulevaisuuden johtamista, päättäväisyyttä ja tiimityötä!

“HSS Sailing Center on purjehduskeskus, jossa innostuneet nuoret aikuiset voivat oppia purjehtimaan osana yhteisöä, joka tarkoittaa aktiivista osallistumista, oppimista, yhdessä tekemistä ja hauskanpitoa sekä purjehdusta ilman että täytyy omistaa oma vene. Lisäksi tähän liittyy vahva oppimiskytkenä johtamiseen ja tiimityöhön sekä suunnitelmallisuuden ja päättäväisyyden kehittämiseen sekä kykyyn nopeasti arvioida uusia ja yllättäviä tilanteita. Yritysten viestinnällä, joka kytkeytyy tällaisiin mielikuviin, voi hyvinkin välittää myönteisen viestin yrityksestä työnantajana sekä kirkastaa yrityskuvaa ja kehittää brandiarvoa!”



3. Purjehdus on ympäristöystävällistä, torjuu ilmaston muutosta ja pelastaa myös Itämeren!

“Purjehduksen kautta rakennamme ainutlaatuisen suhteen Itämereen, sen rannattomaan horisonttiin, ulkosaariston pieniin luotoihin ja romanttiseen sisäsaaristoon. Merellä mieli lepää ja purjehdus tuo usein mukanaan intohimon meren puolustamiseen ja suojeluun. Raikas ja puhdas purjehdus on hyvä myös merelle. Yrityksen viestinnällä, joka rakentuu puhtaasti meriympäristön ja Itämeren arvoille, voi hyvinkin välittää myönteisen viestin yrityksestä työnantajana sekä olla suuressa roolissa koskien yrityskuvan kirkastamista ja vaikuttaa asiakkaan mielipiteeseen yrityksestä yleensä! ”

Tässä ovat perussäännöt ja kulmakivet, joita me purjehdus- seurassamme haluamme noudattaa yritysyhteistyössämme!

- 1) Yksinomaan näkyvyys, liput ja bannerit eivät enää riitä. Näkyvyyden lisäksi annettavan vastineen pitää sisältää "toiminnallista" vastinetta kuten yhteisiä tapahtumia, palveluja, tuotteita, jotka antavat positiivisen viestin yrityksestä, asiakkaille, henkilöstölle ja muille sidosryhmille!
- 2) Yhteistyökumppaneiden panostus toimintamme tukemiseksi pitää myös kohdentaa, aikaan ja paikkaan tai johonkin tiettyyn asiaan, jotta yritys tietää ja ymmärtää mitä he tukevat. Tällaisia aktiviteetteja voisi olla, purjehduskilpailut, markkinat ja muut tapahtumat, joita yritys voi "omistaa" sekä investoinnit ja budjetissa olevat kustannukset, jotka myös ovat "omistettavissa".
- 3) Yritysyhteistyön toteutuksesta ja yksityiskohdista on myös pidettävä kirjaa, jotta on mahdollista seurata yhteistyön kehitystä ja tuloksia. Tämä tarkoittaa käytännössä myös jatkuvaa yritysyhteistyön ylläpitoa ja aktiivista syventämistä koko vuoden aikana!
- 4) Kumppaneille annettava vastine sisältää myös sen, että kaikki jäsenet joka tilanteessa muistaa kertoa kaikille muille "ja tämän on tehnyt mahdolliseksi.. tätä toimintaa on tukenut.."

HSS yritysyhteistyö, rakenne, sisältö ja vastineet

- 1) Yhteistyökumppani, partneri
- 2) Tukijakumppani
- 3) HSS network (työn alla oleva uusi projekti, jolla tukisimme junioreiden toimintaa)
- 4) Toimittajakumppani
- 5) Mediakumppani
- 6) Tapahtumakumppani
- 7) Rahastot, säätiöt, kaupunki, valtio ym.
- 8) Suoraa tukea (sponsorointia huippuyksilölle tai erikoispurjehduskilpailu toiminnalle)

Yksinomaan näkyvyys, liput ja bannerit eivät enää riitä. Näkyvyyden (liput, bannerit, veneet, purjeet jne) lisäksi annettavan vastineen pitää sisältää "toiminnallista" vastinetta kuten yhteisiä tapahtumia, palveluja, tuotteita, jotka antavat positiivisen viestin yrityksestä, asiakkaille, henkilöstölle ja muille sidosryhmille.

Lähet lyhyt palaute. Voidaanko keskustella ilman sitoumuksia?

HSS yritysyhteistyöryhmä

Mikael Aminoff

+358 400 412 805

partners@helsinksailing.com



Haluatko meiltä jatkossa tietoa ja uutisia erilaisista tapahtumista ja eduista? Lähetä meille nimesi ja s-postiosoitteesi partners@helsinkisailing.com