

Erövra det rätta ordet

Vad har Volvo, Ryanair och prinsessan Diana gemensamt? De är alla exempel på framgångsrik positionering, det vill säga konsten att erövra och äga ett särskiljande ord på marknaden. Nu lanserar Liber boken *Att äga ett ord*, som beskriver hur ett tjugotal företag och människor använt sig av positioneringens principer för att erövra starka marknadspositioner och skapa långvariga kundrelationer.

– Positionering är att välja bort. För att tränga igenom marknadsbruset måste varumärkets största säljbara skillnad komprimeras, och det sker med hjälp av en kommunikativ spjutspets. Den består av ett kategoriord och ett särskiljande ord. Ett exempel på detta är Jamie Oliver som är Den nakna kocken. Kategoriordet är *kock* och det särskiljande ordet är *naken*, det vill säga avskalad och avslappnad. Den nakna kocken är den minsta gemensamma nämnare som Jamie Oliver använde sig av för att tränga igenom marknadsbruset, säger författaren Henric Lindqvist.

Naken eller ej, det räcker inte med att påstå något i största allmänhet. Påståendet måste bevisas – gång på gång och över tid. Det sker med hjälp av bevis och argument för positionen, det vill säga spjutskaftet. I Jamie Olivers fall är det attityd, inköp, ingredienser, tillagning, dukning och samvaro utan krusiduller. Med hjälp av sitt kraftfulla marknadsspjut har Jamie Oliver blivit världens mest kända kock.

Att äga ett ord belyser ett tjugotal företag, produkter, tjänster och människor som har trängt igenom bruset. Utifrån dessa fallstudier ger boken handfasta tips och råd om vad som krävs för att kunden ska välja ditt varumärke istället för någon av konkurrenterna.

Boken vänder sig till företagsledare, marknadschefer, kommunikatörer och alla andra som vill veta hur en verksamhet kan förflytta sin största säljbara skillnad från styrelserummet till målgruppens hjärnor.



Om författaren: Henric Lindqvist arbetar som strategisk copywriter. Han har utarbetat positioneringsstrategier för omkring fyrtio varumärken, varav ett tiotal med miljardomsättning. Henric är fil. kand. vid Lunds universitet och har lång erfarenhet från näringslivet och reklambranschen. Han är femfaldig pristagare i reklamtävlingen 100-wattaren och vinnare av Svenska Publishing-Priset.

Kontakt: henric@tankstreck.se, 0733-10 93 50



Fakta om boken:

Titel: Att äga ett ord – framgångsrik positionering från Jack uppskäraren till Ipremannen

ISBN: 978-91-47-09566-7

Rek. internetpris: 265 kronor

Information:

Förläggare: Anders Abrahamsson, anders.abrahamsson@liber.se, 040-25 86 15.

För recensionsexemplar eller högupplöst bild kontakta Brita Krottler, brita.krottler@liber.se, 08-690 93 27.

Liber AB, etablerat 1973, är ett av Nordens största läromedelsförlag med utgivning som riktar sig till hela utbildningsmarknaden och till professionella yrkesutövare inom ekonomi, juridik, beskattning, medicin/vård, pedagogik, teknik och offentlig förvaltning. Ägare sedan 2007 är Bridgepoint Capital Ltd.