



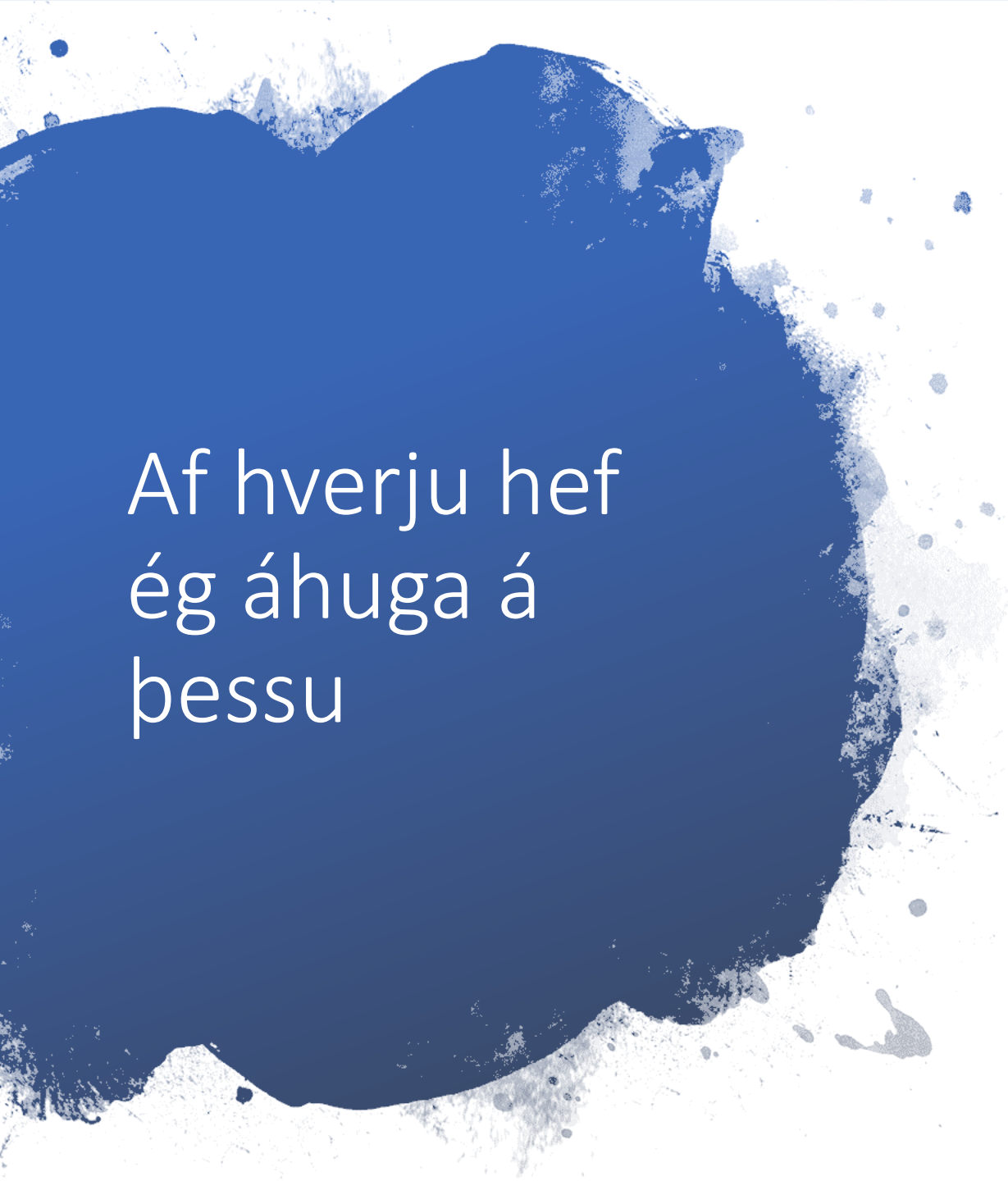
Þú ert vörumerki

Silja Úlfarsdóttir



Um mig:

- Æfði handbolta og fótbolta
- Slysaðist í frjálsar í kringum 15 ára aldur
- Fljótust í um áratug
- Háskólastyrk til Bandaríkjanna & æfði eftir skólann með heims- og ólympíu meisturum
- Strákamamma
- Þjálfari
- Íþróttافرéttamaður
- Sölu- og markaðsstjóri adidas
- Formaður Ljónshjarta
- Klefinn.is
- Upplýsinga- og kynningastjóri ÍBR
- Master í Forystu og stjórnun í Bifröst (áhersla á markaðsfræði)



Af hverju hef
ég áhuga á
þessu

- Ég hef verið...
 - Afreksmaður að leita af styrkjum
 - Bjó heima hjá umboðsmanni og aðstoðaði hann stundum
 - Markaðsstjórinn sem styrkir
 - Sölustjórinn sem sér tölurnar hækka með réttu áhrifavöldum
 - Íþróttافرéttamaðurinn sem gefur íþróttamönnum tækifæri í fjölmiðlum
 - Almennatengill íþróttamanna og kem þeim í miðlana

Leikstjórinn

Leikstjórar bera ábyrgð á greiningu, hugmyndavinnu og listrænni framsetningu þeirra verkefna sem þeir stjórna hverju sinni. Leikstjórar skipuleggja æfingar og sjá um að stjórna þeim.

Þið eruð leikstjórar í ykkar íþróttuferli!



Hvað er vörumerki?

- Vörumerki eru notuð til að aðgreina vörur á markaðnum
- Vörumerki eru verðmætustu eignir einstaklinga og mikilvægt að passa vel upp á þau.
- Það fer mikill tími og vinna í að byggja upp vörumerki
- Þitt vörumerki er nafnið, orðsporið og árangurinn, með því að vanda sig þá getur þú myndað sterkari stöðu gagnvart samstarfsaðilum
- Vörumerki eru viðskiptataeki sem nota má til að laða aðra að, vinna nýja markaði og finna samstarfsaðila.



SILJA ÚLFARS



GARMIN.

NESPRESSO®



SPORT
VÖRUR

KRONAN





Að markaðssetja sjálfan sig

- Hver er sérstaðan þín?
- Hver eru markmiðin þín?
- Hver er varan þín?
- Hver er markhópurinn þinn?
- Fyrir hvað stendur þú?
- Vertu sýnilegur á netinu og í fjölmiðlum
- Styrktu tengslanetið
- Samræmdu skilaboðin



Samfélagsmiðlar

- Tækifæri!! Þinn eigin miðill!
- Hvað hefurðu umfram aðra? Hvað treystirðu þér að gera?
- Það eru engin leyndarmál að árangri! Fólk með metnað er alltaf áhugavert
- Segðu frá markmiðum þínum og hvernig þú vilt ná þeim
- Vandaðar myndir skipta máli
- Vandaðu textann, málfar, hvað og hvernig þú segir hlutina
- Prófaðu þig áfram!
- Samvinna!!


Samvinna á samfélagsmiðlum

- Gerum tilraun á IG @siljaulfars
- Settu í comment hvaða íþróttagrein þú æfir!
- Og lýstu þér með einum emoji.



Hvað hugsa fyrirtækin?

- Flott þú ert best/ur, en hvað fáum við út úr því að styrkja þig?
- Hvaða virði skapar þú fyrir okkur?
- Fyrirtæki hafa x mikið markaðsfé og vilja nýta það vel, en hvað fá þau til baka?
- Fyrirtæki eru oft að leitast eftir talsmanni, fyrirmynd, einhver sem skapar jákvæða umfjöllun um fyrirtækið.
- Þau leita að einhverjum sem þau eru stolt að tengjast við
- Þetta eru viðskipti!
- Ertu með eitthvað einstakt og spennandi í þínu fari sem fyrirtæki vilja tengjast og eru tilbúin að greiða fyrir? Vertu með á kristaltæru hvað það er og vertu tilbúin(n) að miðla því á fyrsta fundi.



Hvernig nærðu athygli fyrirtækja?

- Gerðu lista yfir fyrirtæki sem gætu aðstoðað þig á þínum ferli
- Teiknaðu upp aðgerðarplan ásamt kostum þess að tengjast þér og þínu vörumerki. Spurðu þig að því hvað þú getur gert fyrir þau.
- Vertu sýnileg/ur, vertu sú ímynd sem þau eru að leita af
- Segðu já við öllum viðtölum
- Stækkaðu tengslanetið þitt
- Skoðaðu hver þekkir hvern í kringum þig
- Ef þú sérð fyrirtæki sem þú hefur áhuga á að tengjast, skaltu ekki bíða eftir að það hafi samband, þú mátt alveg láta vita af þér.
- Hvað gerði ég fyrir tíma samfélagsmiðla

„Það er mjög erfitt í samfélaginu núna, þegar það eru svona margir áhrifavaldar sem eru í raun að taka mjög mikið af styrkjum til sín þótt þau séu í rauninni ekki góð á neinu sviði öðru en að deila myndum á Instagram“

Spyr af hverju áhrifavaldar fá fleiri vörustyrki en afreksíþróttafólk

„Ég á erfiðara með að fá vörustyrki og/eða samstarf við heilsutengd fyrirtæki en áhrifavaldur í meðallagi á Íslandi“

Náði ekki sama árangri með samstarfi við afreksíþróttafólk

- “Við vorum að vinna með fleira afreksfólki áður en okkur fannst við ekki ná sama árangri með að koma skilaboðum til þeirra sem við vildum ná til.“

Hvar ert þú?

- Árangur talar alltaf sínu máli, en hvernig eiga fyrirtæki að kynnast þér öðruvísi en að lesa umfjöllun í fjölmiðlum?
- Hvernig finna auglýsingastofur þig þegar verið er að teikna upp herferðir?
- Það kvikna hugmyndir alls staðar og allskonar fólk hefur áhrif og kannski ert þú einmitt innblásturinn fyrir næstu markaðsherferð.
- Með mætti samfélagsmiðla getur þú búið til þinn eigin fjölmiðil til að koma þér og þínum hæfileikum á framfæri.
- Þú þarft ekki að vera fyrir alla, en hafðu skilaboðin skýr, hnitmiðuð og vel framsett.
- Því þú sjálf/ur ert vissulega vörumerki.

[frá | hrifa · valdur]

fráhrifavaldur

(nafnorð)

Persóna á samfélagsmiðlum sem fælir fólk frá vöru eða þjónustu vegna samstarfs við fyrirtæki.



Fjölmiðlar

- Áttu uppáhalds íþróttamann sem þér finnst skemmtilegur í viðtölum?
- Af hverju er alltaf talað við sama íþróttafólkið?
- Hvernig getur þú náð athygli fjölmiðla?
- Hvað eru fréttamenn að leita að?
- Þú getur sagt fréttamanninum hvað þú vilt og hvað þú vilt ekki í viðtali.



Undirbúningur

- „Hvað ætlarðu að spyrja mig“
- „Spurðu mig að ...“ eða „ég á skemmtilega sögu ef þú spyrð mig að ...“
- Punktaðu niður hvað þú vilt ræða
- Byrjaðu alltaf á mikilvægasta punktinum strax, annars kemurðu honum kannski ekki að.



Sjónvarp Útvarp Blaðaviðtal

- Talaðu skýrt
- Réttu úr þér
- Mundu þau geta klippt sjónvarpsviðtalið
- Biddu um að fá að sjá myndina
- Ef stórt viðtal, fáðu að lesa yfir fyrst

Takk fyrir mig
Silja Úlfars

@siljaulfars
siljaulfarsdottir@gmail.com

