

“Vår tillväxtpartner”

Uttrycket ”vår tillväxtpartner” kommer från en av Kreatels grundare, David Löwenbrand, när han summerar förhållandet till SMIL. Redan vid starten 1996 deltog Kreatel i entreprenörsprogrammet och så sent som förra året var det varumärkesprogrammet i SMIL:s regi som var aktuellt för företaget.

Efter Kreatels tvära verksamhetskast från tillverkning av routers (linjeväljare för fast telefoni) till TV-baserade tjänster i så kallade set-topboxar, fanns det ett stort behov av att se över företagets position och varumärke. Man bestämde sig för att prioritera varumärkesfrågan och lägga krut på sin identitet. Så när Kreatels VD Lars Bengtsson och Ingrid Ång, ansvarig för företagets marknadskommunikation, anmälde sig till varumärkesprogrammet 2004 var målet att ta fram grunden till företagets nya kommunikationsplattform. ”Deltagandet i varumärkesprogrammet fungerade som en startsignal för oss på Kreatel”, säger Ingrid.

Kunskap och engagemang för alla

Varumärkesprogrammet består av olika block som är utspridda över ganska lång tid. Detta för att deltagarna ska hinna utföra sina hemuppgifter samt sprida kunskap och delaktighet i sina egna företag. ”Perfekt för oss!” säger



Ingrid Ång, David Löwenbrand och Lars Bengtsson.

Ingrid ”Det gav oss tid och möjlighet att faktiskt kunna engagera stora delar av företaget i processen”. Hon tycker också att kursledarna var mycket kunniga och engagerande och att de var noga med att sätta upp målbilder. ”Genom att göra sin läxa ordentligt inför varje kurstillfälle kunde man ta stora kliv framåt varje gång!”

Ditt företag, ditt case

Ingrid tycker att kursen har gett bättre insikt om marknadskommunikation – både generellt och för henne personligen. ”Det kändes som om jag fick fördjupad kunskap inom mitt arbetsområde och en bättre förståelse för vårt eget företags hot och möjligheter. Att jobba med det egna företaget som case gjorde det hela mer angeläget och på riktigt. Dessutom hade vi fantastiskt kul tillsammans med de övriga deltagarna!”

Direkt effekt

Efter utbildningen kunde Lars och Ingrid överlämna ett förslag till en ny kommunikationsplattform – ett slutresultat av alla arbetstimmar. Som en direkt följd av detta sjuösattes Kreatels

om-profileringsprogram för att stärka kopplingen mellan grafisk form och marknadskommunikation.

Total uppslutning viktig

Ingrid rekommenderar varmt kursen till andra företag, men hon tror att det är en fördel om företaget har en viss historia bakom sig. ”Det är bra om det finns något att ’ta på’ när man diskuterar och arbetar med ämnet i grupp. Det är inte så lyckat med för mycket tyckande på bekostnad av erfarenhetsutbyte.” Det viktigaste, enligt Ingrid, är dock att hela företaget står bakom beslutet att låta några delta utbildningen. ”När ens medarbetare förväntar sig ett bra resultat, så presterar man också sitt bästa.”



Lars, Ingrid och David framför en TV med Kreatels system för TV baserade tjänster