

A black and white cow stands in a forest, looking towards the camera. Another cow is visible in the background, grazing. The forest floor is covered in moss and fallen leaves. The scene is brightly lit, suggesting a sunny day.

# NORRMEJERIER

8 januari 2025



# OM ATT GÖRA GOTT OCH VÅR KOMMUNIKATION

# GÖR GOTT

## Gör gott för dig

... genom matglädje, goda, naturliga, hälsosamma livsmedel av utmärkt kvalitet.

## Gör gott för Norrland

... genom kortare transporter, öppna landskap och regionala arbetstillfällen.

*Och – en tro på att valet i mejerihyllan påverkar framtiden här uppe.*



# VÅR VISION MED KOMMUNIKATIONEN

## Vi ska vara ett love brand

Det mest älskade varumärket bland norrlänningarna

## Mål med kommunikationen

Skapa förståelse för att mjölk, vispgrädde och filmjölk inte är generiska produkter, utan färgade av de värderingar och egenskaper som ligger i varumärket.

## Lokalproducerat = ett mervärde





# GÖR GOTT-LANSERING OKT 2005

Gör gott lanserades med tydlig koppling mellan valet i butik och vad det betyder för regionen.






# DET ÄR SKILLNAD PÅ MJÖLK OCH MJÖLK



# Vi kallar den







*”Ett varumärke är någonting helt annat än en vara, tjänst eller logotyp. Det är en mental association som instinktivt talar om för köparen vad den kan förvänta sig av varumärket”*

Daniel Kahneman, Nobelpristagare i ekonomi 2002



A person wearing a large blue backpack and winter gear is seen from behind, skiing on a frozen lake. The sun is low on the horizon, creating a bright reflection on the water and casting long shadows. The person is using ski poles and is positioned on the left side of the frame. The background shows a range of mountains under a clear sky.

**Man väljer med hjärtat men  
efterrationaliserar med hjärnan!**



# MEN VI MÅSTE HELA TIDEN BYGGA RELEVANS & MERVÄRDEN!

Stärka betydelse och relation med **nästa generations** norrländska konsumenter.

## Utnyttja unikiteten som **det lokala mejeriet.**

Möten, traditioner, tonalitet och bevisföring.

## Fortfarande viktigt med:

Lokala bönder, Norrland, att vi stöttar det lokala, bidrar till öppna landskap, arbetstillfällen osv.

... men behöver ta steg för att **möta morgondagens behov**

- Innovation & rätt produkterbudande
- Bygga starka emotionella mervärden vi kan leva upp till

## Norrland räcker inte!

- Utveckla vårt rikserbudande
- Utveckla vårt Why och gör gott ur ett mer holistiskt perspektiv



# MEN VI MÅSTE HELA TIDEN BYGGA RELEVANS & MERVÄRDEN!

Stärka betydelse och relation med **nästa generations** norrländska konsumenter.

## Utnyttja unikteten som **det lokala mejeriet.**

Möten, traditioner, tonalitet och bevisföring.

## Fortfarande viktigt med:

Lokala bönder, Norrland, att vi stöttar det lokala, bidrar till öppna landskap, arbetstillfällen osv.

... men behöver ta steg för att **möta morgondagens behov**

- Innovation & rätt produkterbudande
- Bygga starka emotionella mervärden vi kan leva upp till

## Norrland räcker inte!

- Utveckla vårt rikserbudande
- Utveckla vårt Why och gör gott ur ett mer holistiskt perspektiv







# Nu delar vi med oss av Norrland!

Nu ska vi ut på riket, ut bland fulla kyldiskar och ett enormt reklambrus.

Vad gör vi då? Då låter vi Tommy stå stadigt kvar på sitt staket. Som en tydlig symbol för vår norrländska adress.

För nu är det dags att resten av Sverige får ta del av Norrland. Nu ska vi dela med oss av vårt know-how, våra unika värden, vårt klimat och vår natur.

Så nu släpper vi lös Tommy. Den sköna nonsens snackande tuppen på gården. Den tydliga symbolen som mellan raderna får sagt att vi är ett mejeri från Norrland. Nu går vi ut på riket för första gången på riktigt.

Nu delar vi med oss av Norrland.









A rooster with vibrant orange, black, and brown feathers stands on a wooden stump. It is wearing a purple cap and white boots with black soles. The background features a red barn, a field with cows, and a sunset sky with a rainbow. A blue speech bubble is positioned to the right of the rooster.

Tack för  
oss!