

SISÄLLYS

- 1. Alkusanat** 9
- 2. intohimona brändit -kirjan tarina** 15
 - Svenska handelshögskolan – pääaineena markkinointi 16
 - Ulkomaiset kauppaketjut rantautuvat Suomeen 17
- 3. Asiakaskeskeinen ajattelu** 21
 - KIDS-konseptin synty 25
- 4. Vahva asiakaskokemus** 29
 - Elämysten tuottaminen 33
 - Silja Linen uivat kauppakeskukset syntyvät 36
- 5. Ainutlaatuinen konsepti ja vahva asiakaslupaus (kilpailuetu)** 41
 - Miten rakennat menestyneitä konsepteja 45
 - Bauhaus – saksalainen rakennus- ja sisustustavarataloketju muuttaa markkinat 46
 - Brändin oikeudellinen suoja kilpailuedun turvaajana
Markku Tuominen – Asianajaja, Osakas, Roschier Asianajotoimisto Oy 51
- 6. Vahva brändi ja arvонуonti** 57
 - Oral hammaslääkärit – menestystarina, jonka arvo yli kaksinkertaistui 63
 - Hennes & Mauritz – ruotsalainen menestystarina 69
- 7. Jatkuva kehittäminen** 75
 - Ketterät yritykset rakentavat tulevaisuuden menestystarinoita – Globaalit menestystarinat Amazon, Tesla, Facebook ja Nike 81

Muutoksen ketteruus – Suomen Tekstiili & Muoti ry:n toimitusjohtaja
Anna-Kaisa Auvisen haastattelu 85

8. Oikea asenne 89

Startup-yritykset – oikeaa asennetta sekä osaamisen ja ammattitaidon arvostusta 93

Magisson tarina – asenteella kohti kansainvälistä menestystä
Juhani Siren – toimitusjohtaja, *Magisso* 97

9. Vastuullisuuden merkitys ja menestys 103

Papu Design – miksi valitsin Papun? Vastuullisuus ja menestys kulkevat käsi kädessä 108

Oman alansa edelläkävijä ja esikuva
Anna Kurkela – perustaja, *Papu Design Oy* 113

10. Markkinointi ja viestintä 119

Ruotsalaiset ja saksalaiset ketjut
– avain kansainväliseen menestykseen 124

11. Brändiosaamisen kehittäminen 131

Mentorointi – hyödynnä huippuosaamista 135

Brändiosaamisen johtaminen varmistaa yhtiön tulevaisuuden
Carita Lahti – *Managing Partner, Boyden* 138

12. Valitse oikea ympäristö ja oikeat partnerit 147

Strategiset kumppanuudet – tavoitteena kansainvälinen menestys 151

13. Henkilöbrändin rakentaminen 155

Hallitusammattilaisuus – oma brändi kantaa 160

Chair of the Year – hallituksen paras puheenjohtaja 166

14. Kannustava kulttuuri: tavoitteet korkealle 171

Oma mottoni: tavoitteet korkealla – ribban hög 175

15. Menestyvän brändin johtaminen 179

”Johtajaksi synnyttään” 184

Asennejohtaja 188

Arvosta ammattitaitoa ja osaamista – *Marjo Huhtala* 189

16. Yliopistojen ja koulutuksen rooli 197

Executive in Residence, Aalto-yliopiston kauppakorkeakoulu,
markkinoinnin laitos 202

17. Arvot ja brändi 207

Voglia – arvoilla ja ammattitaidolla kohti kansainvälistä
menestystä 210

Voglian tarina

Markku Virtanen – Voglia Oy:n pääomistaja &

Katriina Virtanen – Voglia Oy:n toimitusjohtaja 215

18. Luotettava brändi 221

Luotettava brändi – avain menestykseen 225

Perheyritys – luottamuksen arvoinen brändi – *Perheyritysten liiton
toimitusjohtajan Auli Hännisen haastattelu* 228

19. Brändistrategian merkitys 233

Kansainvälisen brändin menestys-tekijät 239

Brändin merkitys hallitustyöskentelyssä

Leena Linnainmaa – Pääsihteeri, *Directors' Institute Finland* 242

20. Brändit globaalissa maailmassa 253

Brändit muuttavat maailmaa 260

21. Intohimo, with PASSION 265