

GØR DIT BRAND TIL
EN BEVÆGELSE

MäRk

HVORFOR NU?



STØRSTE GENERATION. FLEST FORANDRINGER

61%

føler sig personlig ansvarlig for
at gøre verden til et bedre sted

DE MEST KRÆVENDE FORBRUGERE

71%

forventer,
at virksomhederne gør noget
aktivt for at forbedre vores
livskvalitet og
komme med løsninger på
samfundets
udfordringer

92%

mener,
at virksomheders succes skal
måles på andet end profit

DE MEST KRÆVENDE MEDARBEJDERE

60%

af Gen Y. forventer ikke at have
det samme arbejde i 5 år

77%

mener,
at den virksomhed,
de arbejder for skal
have en mening ud over
at skabe profit

DE BELØNNER MENINGSFULDE VIRKSOMHEDER

61%

er loyale over for brands,
der gør noget
godt for samfundet

71%

vil hjælpe et brand med
at promovere deres produkt
eller service, hvis der er
en god sag bag

DET KAN SES PÅ BUNDLINIEN

Meningsfulde brands øger indtjeningen, fordi forbrugerne er mere villige til at betale ekstra for meningsfulde brands. Det kan afspejles direkte i aktiekurserne, hvor de top meningsfulde brands overgår aktiemarkedet med 133%.

133%

HVAD ER ET FORMÅL?

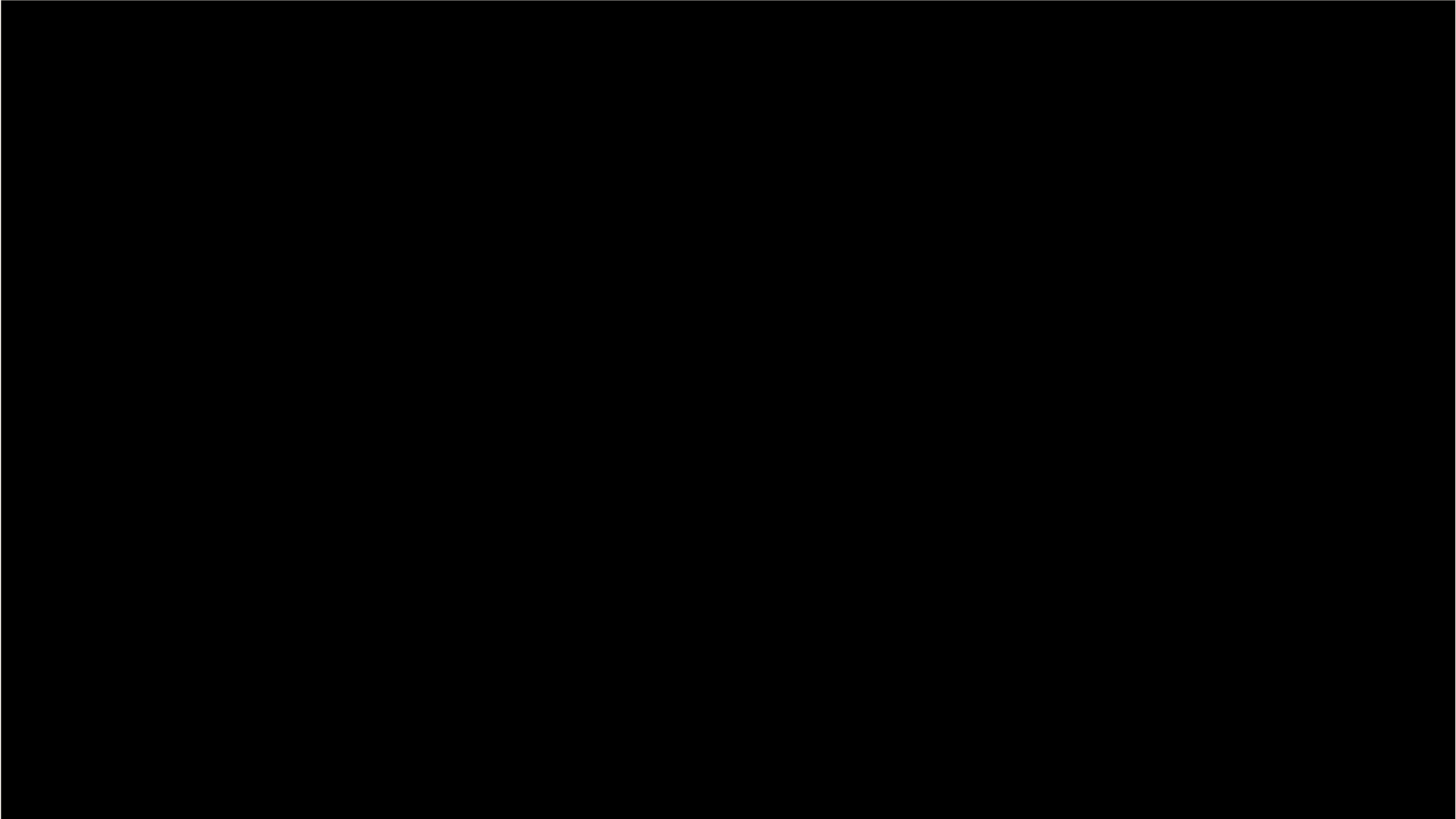


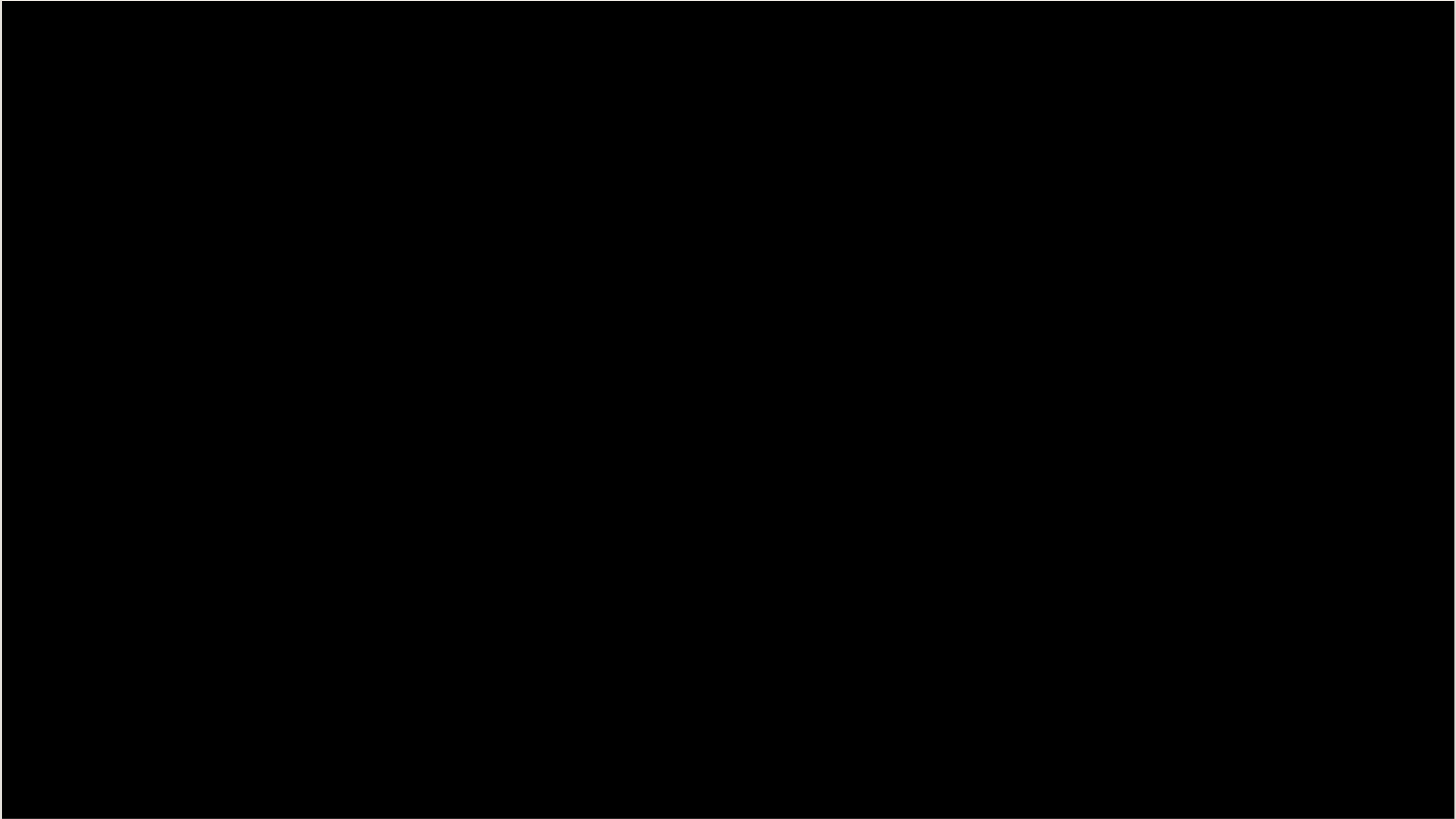
**to get rid of all strangers
in the world**



PATAGONIA

VERDENS BEDSTE EKSEMPEL





The background of the slide is a scenic photograph of a rugged coastline. On the left, there are steep, rocky cliffs with some sparse vegetation. The sea is visible in the middle ground, and the sky is filled with soft, white clouds. The overall lighting suggests a sunrise or sunset, with a warm, golden glow. The Patagonia logo is positioned in the upper right corner.

patagonia®

Mening

Build the best product, cause no unnecessary harm, use business to inspire and implement solutions to the environmental crisis

Top 25

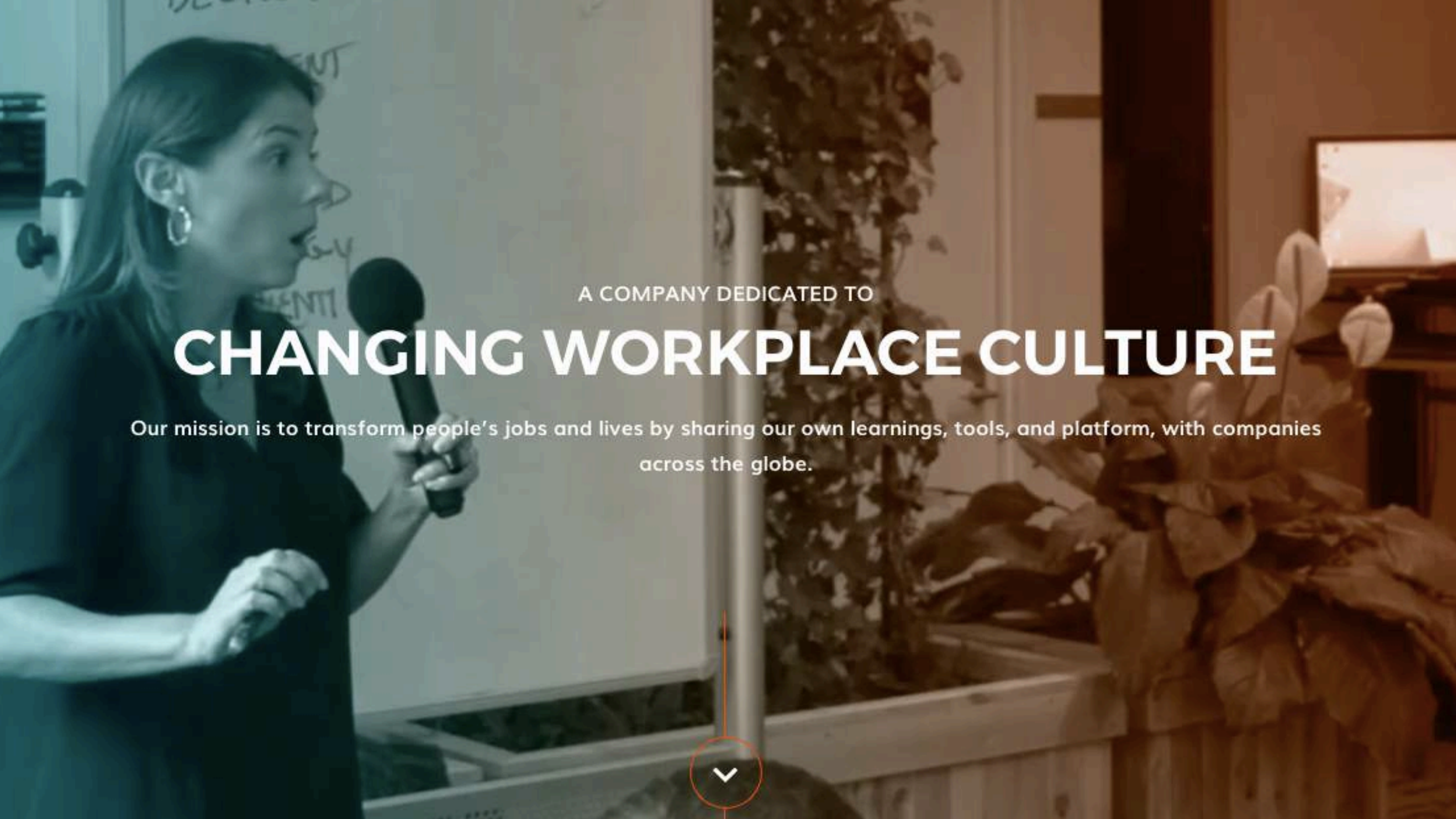
Forbes liste over virksomheder at arbejde for i de næste 10 år

Working Mother

Best place to work

NEXT JUMP

BUSINESS TO BUSINESS

A woman with long dark hair, wearing a dark top and hoop earrings, is speaking into a black microphone. She is standing in front of a whiteboard that has some handwritten notes on it. The background is slightly blurred, showing some indoor plants and a doorway. The image has a teal and orange color overlay.

A COMPANY DEDICATED TO

CHANGING WORKPLACE CULTURE

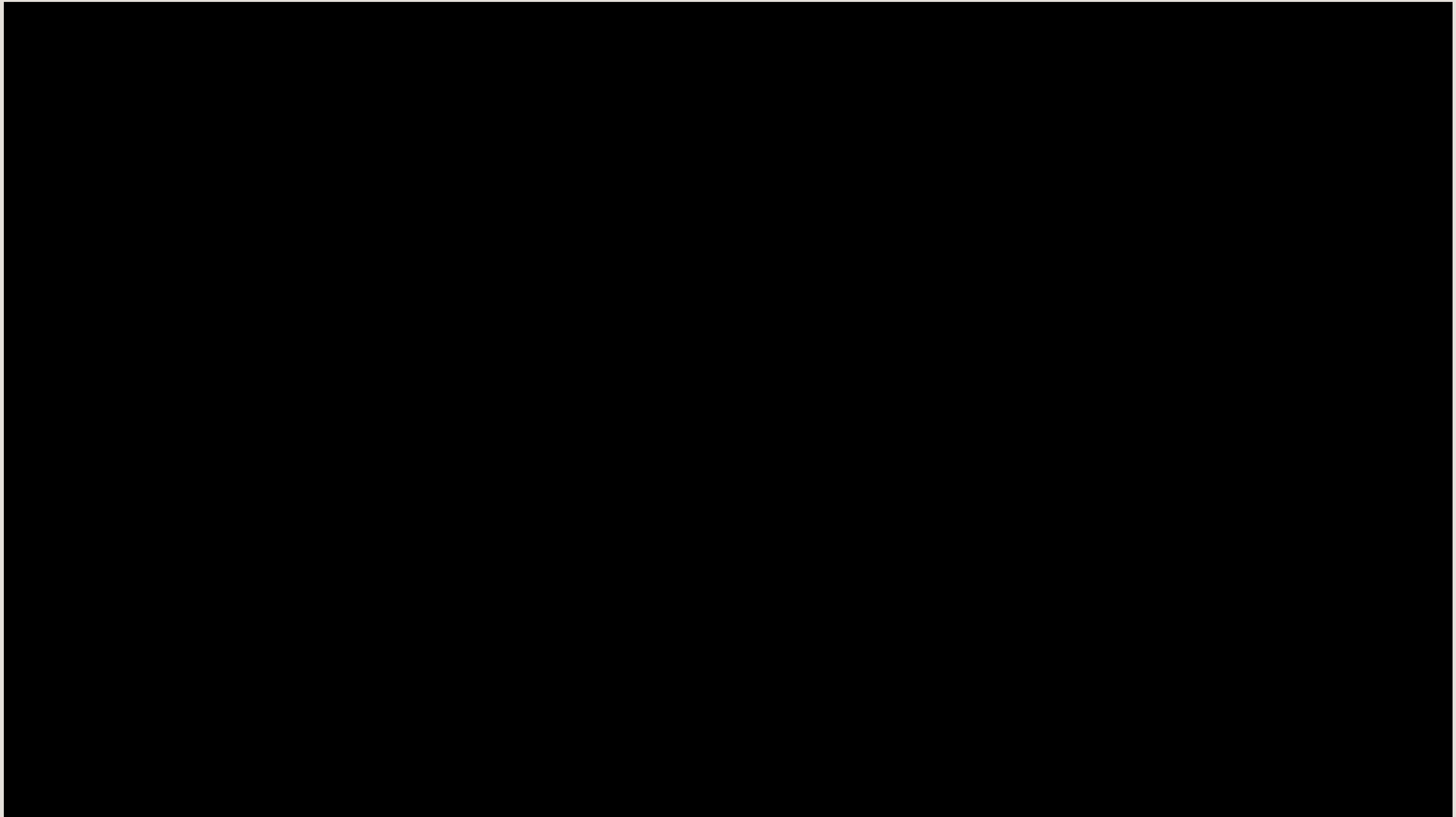
Our mission is to transform people's jobs and lives by sharing our own learnings, tools, and platform, with companies across the globe.



HVAD KAN ET FORMÅL?

A photograph of three people from behind, standing on a rooftop and looking out over a city at sunset. The sky is a mix of blue and orange, with some clouds. The city lights are visible in the distance. The text 'FORMÅL SKABER FÆLLESSKAB' is overlaid in white, bold, sans-serif capital letters.

FORMÅL SKABER FÆLLESSKAB



A group of people are gathered in a grassy yard at dusk. In the background, a vintage-style trailer is illuminated from within, with its door open. A string of warm-toned lights hangs in front of the trailer. To the right, a white movie screen is set up against a wooden fence. The scene is cozy and social.

FÆLLESSKAB SKABER FANS

FANS REKRUTTERER
FLERE FANS



GoMore

FRA FORMÅL TIL BEVÆGELSE



Bager du
brød?

Stiller du
folks sult?

VAD FÅR DIG UD AF
SENGEN OM MORGENEN?

Arbejder
du for et
sundere liv?

Formål

Er dit formål/sag skarp nok?

Ignite

Din kommunikation skal kunne mærkes af ligesindede

BRUG DIT FORMÅL TIL AT SAMLE MÆSKER

Bliv ved. Og ved

Bevægelser tager tid. Men bliv ved med at give ligesindede noget at arbejde med og dele ud af.

Hvem er enig?

Find ambassadører som deler dine synspunkter

Hvor?

Gør dig umage med at vælge de rigtige kanaler til din kommunikation



HVAD ER DIT FORMÅL?

TAK FOR I DAG