

BRAND BOOK

STEEN & STRØM FRA ÉN MERKEVARE, TIL ET HUS AV MERKEVARER

STEEN  STRØM



Veien fra én
merkevare
til et hus av
merkevarer

innledning 7

om oss 9

merkevarestrategi 17

verdier 29

suksessområder 33

visjon 37



Steen & Strøm navnet vil etterhvert forsvinne fra fasaden til kjøpesentere eiet eller forvaltet av oss, til fordel for de lokale navnene de er kjent for i nærmiljøet. Unntaket er Steen & Strøm Stormagasinet i Oslo som vil være det eneste senteret som bærer navnet videre. Dette er et ledd i en ny merkevarestrategi om å gå fra et sentralt merkevarenavn til flere lokale. En endring i strategi som er et svar på konkurranseutviklingen.

Vi ønsker å fremstå som tydeligere i markedet. Navn og grafisk identitet er et av flere virkemidler i denne sammenhengen. Vi skal også bli flinkere til å dyrke våre kvaliteter og særegenheter. Denne boken omhandler strategien bak den grafiske profilen, samt de verdier og suksessområder som ligger til grunn for virksomheten.



Steen & Strøm ASA er Skandinavias ledende kjøpesenterselskap; en spesialisert virksomhet bygd på spisskompetanse innenfor både eiendomsdrift og detaljhandel.



Steen og Strøm skal være en offensiv, profesjonell, forretningsorientert og lønnsom eier, utvikler og kommersiell driver av de ledende kjøpesentrene lokalisert i de mest attraktive handelsområdene i Skandinavia.



Selskapets suksess hviler på et samspill mellom leietakernes omsetning, senterets profesjonelle drift og utvikling, og utleiers langsiktige investeringsprofil. Selskapets oppgave er å legge forholdene til rette for omsetningsvekst og kostnadseffektiv drift for leietakerne.



Omsetning og leienivå i et kjøpesenter er ikke bare avhengig av beliggenhet og bygningsmessige kvaliteter, men også i stor grad av utleiers evne til å trekke til seg de beste leietakerne, skape en god butikk sammensetning og markedsføre senteret i samarbeid med leietakerne.

"All business is local"
Philip Kotler





Historisk har Steen & Strøm vært et meget sterkt merkenavn. Gjennom årtier har man lyktes å knytte kvalitet og seriøsitet til merkenavnet. Men det viser seg at koblingen mellom merkenavn og verdier står sterkere lokalt i Oslo, enn i resten av landet og øvrige Skandinavia hvor vi er representert.

Vi ønsker derfor å endre vår strategi fra å være et sentralt forbrukermerkenavn til å bli flere lokale, tilpasset lokale forhold. Samtidig skal vi ta med oss alle kvalitetene vi har bygget inn i Steen & Strøm merkenavnet og utvikle de lokale kjøpesentre med disse kvalitetene i bunnen.



Det er utviklet et sett med profiler og verdier det er mulig å bygge videre på lokalt. Det er bilder, grafikk og løsninger som gjør det enkelt å kombinere lokal tilhørighet med velprøvde metoder og kvaliteter.

Men det er mange slag som skal kjempes i krigen om kjøpesenterkunden. Og den viktigste ressursen vi disponerer er den enkelte medarbeider og de holdninger som vedkommende evner å formidle.



Steen & Strøm er en merkevare som skal vernes om og dyrkes. Som et ledd i den nye strategien skal de enkelte sentre bli markedsført under egne lokale navn. Steen og Strøm navnet har fått ny grafisk design og farger. Selve logoen er også utviklet i to ulike varianter, til forskjellige bruksområder. Målet er å utvikle et merkevarehierarki som styrker selskapet lokalt og sentralt. Vi skal dra nytte av merkevaren som Steen & Strøm representerer der den har vekt og benytte oss av lokale profiler, der disse står sterkere.



Business til business markedet har gode relasjoner til Steen & Strøm merkevaren. Det er derfor helt naturlig at dette markedet skal benytte navn og merkevere. Det er utviklet en egen Business - to - Business logo og denne skal forbindes med kapitalforvaltning, kjøpesenterkompetanse, tillit, resultater, effektivitet og alle de verdier vi står for i markedet. Målgruppene hvor denne logoen skal benyttes er: Leietagere, samarbeidspartnere, investor relations, interne grupper og andre som faller utenfor forbrukersegmentet.

STEEN  STRØM



Den andre horisonten i merkehierarkiet er Business - to - Consumer". En horisont hvor senterkunden (leietagerens kunder) har behov for informasjon om hvem som står bak senterdriften. Det kan være til skilting av senterkontor eller annen informasjon fra sentereledelse som angår sisteleddet i kjeden. Da skal denne logoen benyttes.



MANAGED BY
STEEN
STRØM

”Vinner man en seilas, på bekostning
av sine konkurrenters respekt, har man
tapt for alltid”

Poul Elvström
Legendarisk OL seiler



Verdier oppsummerer måten vi leverer på, og hvordan vi er i relasjon til andre.

De representerer Steen & Strøms personlighet, i adferd og kommunikasjon.

Samspill - betyr at vi bare kan lykkes med våre ambisjoner, hvis vi lykkes sammen. Samspill krever ansvar for så vel egne som for felles mål, vilje til å unne hverandre suksess og bli gode i fellesskap, og evnen til å inkludere og involvere andre.

Utholdenhet - innebærer at vi vet at jobben vi har foran oss vil være krevende, at den vil ta tid, at Rom ikke ble bygd på én dag og at det sikkert vil komme tilbakeslag. I "utholdenhet" ligger evnen til å tenke og jobbe langsiktig, å være målbevisst og kontinuerlig lære for å bli bedre og seigheten som må være der i forhold til å ikke gi opp underveis.

Profesjonalitet - ligger til grunn for all vår troverdighet - vi kan det vi driver med, det er kompetanse og erfaring i alle ledd, vi holder orden på butikken og vi er en krevende og inspirerende partner å jobbe sammen med.

Entusiasme - favner engasjement og glede - altså at vi både skal brenne for og bry oss om, og gjøre dette med humør og tæl. Vi opplever dette som en verdi det er lett å forstå og ta ansvaret for - alle gjenkjenner en entusiast - og at det er et styringsverktøy som er funksjonelt å bruke.

Respekt - "balanserer" entusiasme og offensivitet med lydhørhet, innlevelsesevne og nødvendig ydmykhet. Vi ønsker oss ikke bulldosere som jevner alt rundt seg med jorda, men folk med pågangsmot som likevel utstråler varme, som vil lytte og lære av andre og som er utstyrte med sosiale antenner.



Løfter

Løftene er knyttet til våre suksessområder - som er de viktigste enkeltområdene hvor vi må lykkes for å kunne ha suksess som helhet og til sammen.

Løftene er en oppsummerer av de løfter vi ønsker å gi våre målgrupper (eiere, leietakere, medarbeidere og forbrukere).



Menneskene

De mest engasjerte og kompetente menneskene jobber hos oss.

Lønnsomhet

Ingen steder får du mer for pengene.

Sentrene

Vi har de beste og hyggeligste senterene.

Kundeopplevelsen

Vi skal levere hver gang, og overraske av og til.

Samarbeidspartnere

De beste butikkene ligger i et Steen & Strøm kjøpesenter.

*“Vi beriker
moderne
shopping”*



Vi BERIKER moderne shopping

Beriker – tilføre merverdier, til våre eiere, til våre leiere, og til de som handler på våre kjøpesentre. Vi beriker gjennom å tilføre verdier til handleopplevelsen, gjennom aktiviteter, trygge omgivelser, renhold og orden.



Vi beriker MODERNE shopping

Moderne – for å se og imøtekomme våre målgruppers stadig mer komplekse og sammensatte behov, og som spenner fra rask og effektiv handel til opplevelse, folkeliv og et sted å møtes.



STEEN STRØM

Steen & Strøm ASA, Karenslyst allé 11, 0278 Oslo, Norge

E-post: firmapost@steenstrom.com

Telefon +47 23 21 35 00, Fax +47 23 21 35 80