

VARUMÄRKESMODELL

# AIDA

Attention, Interest, Desire, Action. Klassisk kommunikationsmodell för att planera kundresan — från okänd till köpande.

**A ATTENTION**

Kunden uppmärksammar er

**I INTEREST**

Kunden vill veta mer

**D DESIRE**

Kunden vill ha det ni erbjuder

**A ACTION**

Kunden köper / tar kontakt

## ATTENTION — Hur skapar ni uppmärksamhet?

Vad stoppar kunden i scrollflödet? Rubrik, bild, ämne — vad gör att de lägger märke till er?

VÅR TAKTIK

Ex: En provokativ fråga i LinkedIn-rubriken. En annonskampanj med ett känt problem.

## INTEREST — Hur väcker ni intresse?

Kunden har sett er — nu måste de vilja veta mer. Vad erbjuder ni som håller dem kvar?

VÅR TAKTIK

Ex: Ett nyhetsbrev med insikter. En landningssida som talar direkt till deras situation.

## DESIRE — Hur skapar ni önskan?

Kunden förstår vad ni gör — nu ska de vilja ha det. Socialt bevis, fallstudier, konkreta resultat.

VÅR TAKTIK

Ex: Kundcase. Referenslistor. Specifika siffror på vad ni levererar.

## ACTION — Vad är nästa steg?

Vad är det enklaste möjliga steget kunden kan ta? Gör det tydligt, gör det enkelt.

VÅR TAKTIK

Ex: Boka ett samtal. Ladda ner ett verktyg. Skicka ett mail.