

Hon hjälper företag skapa business inifrån och ut

”Framgångsrika företag handlar om själ och känsla”, säger namnexpert

Efter 15 år i naming-industrin delar strategen Katarina Nilsson med sig av sin expertis genom att hjälpa entreprenörer skapa mer framgångsrika och givande företag. Enligt Nilsson – kursledare i Joy of Business, grundare av Eqvarium och en välkänd leverantör av strategiska och kreativa namntjänster – är processen kring att ta fram ett effektivt varumärkesnamn snarlik utvecklingen av ett företag.

”Att skapa ett framgångsrikt varumärke handlar om medveten kreativitet, att förtydliga avsikten – vem man är och vill vara i framtiden – och uttrycka det så enkelt och minnesvärt som möjligt. Att bygga ett givande företag fungerar på samma sätt”, förklarar hon. Tyvärr är många entreprenörer i startgröparna omedvetna om denna viktiga process och bygger sin affärsmodell på fel sätt, menar Nilsson.

”De flesta företagare ser på sin business linjärt. Fokus ligger ofta på att fylla en checklista av externa uppgifter – webbplats, kontor, personal och marknadsplan. Man glömmer den viktigaste delen – avsikten, glädjen, kreativiteten och det genuina.”

Katarina Nilsson är känd som ”the naming lady” och har använt sin kreativitet för att hjälpa globala företag som Sony Ericsson, Electrolux och H&M att ta fram nya namn. Hon är även en passionerad konstnär och menar att ett framgångsrikt företag eller varumärke – precis som ett konstverk – bäst skapas inifrån och ut.

”Det handlar om själen. Du vill att folk ska känna något när de stöter på ditt företag, ditt namn eller din konst. Och den känslan kan inte fabriceras – den måste komma direkt från kärnan”, säger hon.

Katarina Nilsson anser att följande finns i alla framgångsrika företag, varumärken och konstverk:

- Något som tillför värde och främjar expansion (för framtiden och globalt)
- Olika element som arbetar tillsammans mot en sammanhängande helhet
- En klar avsikt som framkallar en känslomässig reaktion
- Allt det ovanstående kommunicerat så enkelt och minnesvärt som möjligt



Katarina Nilsson är en entreprenör med 15 års erfarenhet som namngivningsexpert och strateg. Hon är också konstnär och certifierad kursledare inom *Joy of Business*. Genom sitt företag Eqvarium har Katarina hjälpt till att ta fram namn för några av världens mest kända varumärken, däribland Sony Ericsson, H&M, Toyota, Electrolux och Babybjörn. Katarina har också föreläst om namnstrategi vid universitet och på företag runt om i Europa. Hon har en magisterexamen, har studerat varumärkesstrategi och immaterialrätt och talar flera språk flytande, bland annat svenska, engelska, spanska och tyska. I sin roll som förändringsledare använder Katarina verktyg och lärdomar från *Access Consciousness™* och *Joy of Business* för att skapa positiv förändring för individer och grupper. Det kan handla om att expandera ett företag, locka fram kreativitet, släppa in lek och lätthet i livet eller om att göra positiva förändringar i kroppen.