

Marknadsföring

# TYDLIGA VARUMÄRKEN VINNER SÖKNINGAR MED AI

Strategisk användning av AI för  
marknadsförare

av Matz Magnusson

Magnusson & Kennberg  
Varumärkesutveckling



Hanö fyr  
Foto: Matz Magnusson



Think

# BEYOND SEO

Ta kontrollen över ditt varumärke genom att lära dig hur AI söker.



## Den nya verkligheten

Förra året googlade du "bästa CRM-system" och fick tio blå länkar. Idag får du svaret direkt från AI, ofta med hänvisning till kända varumärken eller experter. Enkelt uttryckt: framtidens synlighet byggs genom varumärkesutveckling, inte genom genvägar på Google.

### Därför väljer AI starka varumärken

AI fungerar ungefär som människor, den söker trovärdighet, tydlighet och konsekvens. När ett varumärke under lång tid förknippats med en viss expertis blir det automatiskt en referenspunkt:

- Nike citeras i AI-svar om motivation, utan SEO för ordet.
- McKinsey lyfts i två tredjedelar av AI-svar om digital transformation.
- HubSpot förknippas direkt med inbound marketing eftersom de skapade begreppet.

Budskapet till svenska företag är tydligt. Äg din kategori med varumärket och bli AI:s självklara val.

### Svenska varumärken som lyckas

Sverige har flera globala exempel: Klarna, Oatly och Spotify. Men även mindre företag sticker ut: Trine förknippas med hållbara investeringar, Northvolt med batteriinnovation, Cake med eldrivna motorcyklar. Bevisen är tydliga, även mindre företag kan skapa stark AI-synlighet, genom långsiktig varumärkesutveckling.

### Fördelar med de viktigaste AI-tjänsterna

#### 1. Google AI Overviews

- SEO-insikter: Vad Google anser vara det viktigaste svaret – påverkar din synlighet.
- Trendspaning: Ger överblick över vad som skrivs och hur ämnen formuleras.
- Kundförståelse: Bra för att se vilka frågor målgruppen ställer (intentioner bakom sök).
- **Tänk på** att AI-overviews förändrar hur människor klickar vilket påverkar dina digitala kampanjer.

#### 2. ChatGPT (OpenAI)

- Idégenerering: Får snabbt utkast till kampanjer, slogans, innehållskalender etc.
- Strategiskt stöd: Kan analysera målgrupper, skapa personas, utvärdera varumärkespositionering.
- Innehållsskapande: Hjälper till att skriva nyhetsbrev, blogginlägg, copy – snabbt och skalbart.
- Analys: Sammanfattar rapporter, artiklar och gör konkurrentanalys.
- **Tänk på** att anpassa med egna data (ex. varumärkets KPI:er) för ännu smartare output.

### 3. Perplexity AI

- Faktabaserad research: Perfekt för att snabbt få underlag till presentationer, white papers eller kunddialoger, med källor!
- Omvärldsanalys: Håller dig uppdaterad på branschtrender, konkurrenter och teknik.
- Skraddarsydd information: Går att ställa uppföljningsfrågor för fördjupad analys.
- **Tänk på** att detta är ett effektivare och mer transparent alternativ till Google vid faktabaserad informationssökning.

### 4. Microsoft Copilot

- Effektiv dokumenthantering: Skapar rapporter, presentationer och e-postförslag direkt i Office.
- Dataanalys: Summerar enkätsvar, gör pivot-analys i Excel, skapar grafer.
- Mötesstöd: Sammanfattar Teams-möten, föreslår uppföljningar, extraherar beslutspunkter.
- Tidsbesparing: Förenklar vardagen genom att ta hand om rutinuppgifter snabbt och smart.
- **Tänk på** att det är ett stort värde om du arbetar i en Microsoft-miljö – fungerar direkt i dina vanliga arbetsverktyg.

## Marknadschefens AI-checklista – bygg plattformen för varumärket

För VD:n handlar AI-frågan om strategi och positionering. För marknadschefen handlar den om att bygga själva plattformen för varumärket, den grund som AI använder för att förstå och citera er. Här är de sex frågor du behöver kunna besvara och omsätta i din kommunikation:

### 1. Vision – varför finns vi?

Visionen måste leva i dialoger med kunden och thought leadership, inte bara i årsredovisningen. När den används konsekvent blir den en signal som AI plockar upp.

### 2. Kategori – vilken spelplan äger vi?

AI tänker i produktkategorier, precis som människor. Om ni tydligt positionerar er i en kategori blir ni mer synliga. Snäva hellre än att försöka äga för brett.

### 3. Varumärkeslöfte – vad lovar vi kunden?

AI söker efter upprepade mönster. Ett löfte som konsekvent genomsyrar innehåll, kundcase och medarbetarprofiler blir en stark signal.

### 4. Målgrupp – vems identitet stärker vi?

Kunder väljer varumärken som speglar deras identitet. AI gör samma kopplingar. Se till att varumärket kommunicerar hur det stärker målgruppens självbild.

### 5. Co-branding – vilka partners stärker oss?

AI noterar relationer mellan varumärken. Lyft partnerskap och samarbeten som ökar er trovärdighet och stärker varumärkeslöftet.

### 6. Distributionskanaler – var syns vi?

AI hämtar signaler från många källor: branschmedia, LinkedIn, whitepapers, podcasts. Marknadschefens ansvar är att bygga närvaro i kanaler där AI faktiskt letar.

## Praktiska tips - människorna bygger varumärket

För VD/ägare: var själv förebild och dela insikter.

För marknadschefer: bygg program för employee advocacy, börja med 3–5 engagerade medarbetare.

För hela organisationen: säkerställ att AI-plattformen matas med konsekvent innehåll i rätt kanaler.

## Så ser vinnarna ut om tre år

- Svagt varumärke: osynligt i AI-sök, lägre förtroende, prispress.
- Starkt varumärke: citeras av AI, fler leads, möjlighet till premiumpriser.

Skillnaden avgörs av hur ni utvecklar ert varumärke idag.

## Vad händer om ni inte agerar nu?

AI bygger snabbt sin bild av vilka varumärken som är trovärdiga. Om ditt företag inte tar plats idag riskerar ni:

- Osynlighet i AI-svar, kunderna ser aldrig ert namn.
- Konkurrenterna tar platsen, de som tidigt blir källor är svåra att rubba.
- Prispress och svagare förtroende, utan expertposition blir ni ännu en leverantör bland många.

Varumärkesauktoritet tar tid att bygga. De som väntar riskerar att hamna utanför kundernas synfält.

## Nästa steg – en kostnadsfri analys av din AI-synlighet

På Magnusson & Kennberg Varumärkesutveckling hjälper vi företag att bygga och utveckla varumärken som står starka i en AI-driven värld. Vi kartlägger vad kunderna tycker om er idag, identifierar vilka expertområden ni kan äga och tar fram en plan för långsiktig varumärkesutveckling.

Nyfiken på vad AI redan säger om ditt företag och vad marknaden tänker? Hör av dig, så får du en analys inom 48 timmar.

### Om författaren

Matz Magnusson är medgrundare av Magnusson & Kennberg Varumärkesutveckling. Med över 25 års erfarenhet från kommunikationsbyråer hjälper han svenska företag att utveckla varumärken som bygger förtroende, synlighet och affärsresultat – och att aktivera medarbetare som varumärkets mest trovärdiga ambassadörer.

Människor bygger varumärken!



Matz Magnusson  
[matz@magnussonkennberg.se](mailto:matz@magnussonkennberg.se)  
[www.magnussonkennberg.se](http://www.magnussonkennberg.se)

## Marknadschefens AI-checklista

Fem frågor du ska kunna besvara för att AI ska kunna bidra till din strategi för varumärket:

### 1. Vision – varför finns vi?

Visionen måste leva i dialoger med kunden och thought leadership, inte bara i årsredovisningen. När den används konsekvent blir den en signal som AI plockar upp.

### 2. Kategori – vilken spelplan äger vi?

AI tänker i kategorier, precis som människor. Om ni inte tydligt positionerar er i en kategori riskerar ni osynlighet. Snäva hellre in än att försöka äga för brett.

### 3. Varumärkeslöfte – vad lovar vi kunden?

AI söker efter upprepade mönster. Ett löfte som konsekvent genomsyrar innehåll, kundcase och medarbetarprofiler blir en stark signal.

### 4. Målgrupp – vems identitet stärker vi?

Kunder väljer varumärken som speglar deras identitet. AI gör samma kopplingar. Se till att varumärket kommunicerar hur det stärker målgruppens självbild.

### 5. Co-branding – vilka partners stärker oss?

AI noterar relationer mellan varumärken. Lyft partnerskap och samarbeten som ökar er trovärdighet.

### 6. Distributionskanaler – var syns vi?

AI hämtar signaler från många källor: branschmedia, LinkedIn, whitepapers, podcasts. Marknadschefens ansvar är att bygga närvaro i kanaler där AI faktiskt letar.