

TIL DIG DER STARTER  
VIRKSOMHED

*Uoverskueligt?*

**Din virksomheds  
identitet og hvad  
du skal bruge.**



Birch Grafisk



# Nu skal jeg bare igang...

## Ja, nu skal du bare igang. Men hvad skal du egentlig bruge til markedsføring og hvad skal du prioriterer?

At starte sin egen virksomhed er en kæmpe stor beslutning. Der er rigtig mange bolde i luften, som man endnu ikke helt ved, hvor lander.

### **Den ene bold, kan du med sikkerhed lande perfekt.**

Når idéen og det praktiske er på plads, svæver der en vigtig bold, som indeholder din virksomheds visuelle identitet og brand. Og den ER vigtig!

Hvordan skal du se ud? Her taler jeg ikke om dit hår eller hvilke sko du har på. Nej, hvordan skal **din virksomhed** se ud? Og hvilken målgruppe skal din virksomhed nå ud til?

Du er helt på bar bund, eller måske har du allerede en idé? Det vigtigste er, at du er genkendelig over HELE paletten – alt lige fra logo og mailsignatur til hjemmeside og andre salgsmaterialer.

# Hvad er nødvendigt?

## Jeg ved, at jeg skal bruge et logo – men hvad mere?

Du kan få produceret et hav af salgsmaterialer, men hvilke giver mening for netop din målgruppe? Ikke alle brancher har et behov for, at have en fysisk brochure om et produkt. Men alle virksomheder har behov for at være synlige over for kunden.

### **Overvej, hvad der giver mening for DIN virksomhed.**

Er det et visitkort? Et skilt ved vejen? En E-bog? Et flot blad? Et banner? Materialer til de sociale medier? Eller måske en bilreklame, så du er synlig på vejen?

Som basis, vil jeg anbefale, at du får produceret følgende:

- **En visuel identitet (logo, farver, fonte, billedestil)**
- **Visitkort**
- **SoMe (Facebook, Instagram, LinkedIn – hvad der nu passer til din målgruppe)**
- **Hjemmeside og Google My Business**

Så du er godt kørende fra start! Dine kunder skal kunne genkende dig, relaterer sig til dig og du skal være let at finde online.

## HVEM ER DU?

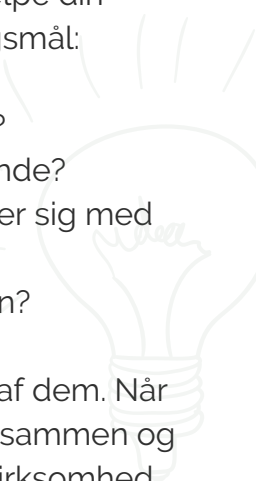
Hvad vil jeg egentligt?



### Hvem er du? Og hvad kan du hjælpe netop din kunde med?

... Du har nok allerede på plads, hvad du tilbyder i din virksomhed og hvilken produktskarer du kan hjælpe med. Et godt råd – pas på at viften ikke bliver for bred. Fokuser kun på det, at **DU** er bedst til.

Sælg dig selv og hvem du er, i stedet for at kopiere lignende virksomheder i branchen. Lav en brainstorm over, hvad DU kan tilbyde og hvad DU kan hjælpe din kunde videre med. Stil dig selv følgende spørgsmål:

- Hvad er jeg bedst til?/hvad er mit produkt?
  - Hvordan kan jeg/produktet hjælpe min kunde?
  - Hvilke brancher/forbrugere kan identificerer sig med min ydelse/produkt?
  - Hvordan kan jeg skille mig ud fra mængden?
- 

Skriv alle tanker og idéer ned – også de skøre af dem. Når du har en brainstorm, kan du samle dine idéer sammen og derudfra lave en handlingsplan for netop din virksomhed.

# HVEM ER DIN MÅLGRUPPE?



## En målgruppe kan være både smal og bred – men hvem skal du ramme?



Som før nævnt, kan det være bedst at starte med den smalle vifte af ydelser/produkter. Dermed vil din målgruppe også blive markant mindre. Til gengæld, så kan du lægge dit fokus 100% der og få en bedre start og skabe resultater.

Når du skal definere din målgruppe, er det en god idé at tænke over følgende:

- Hvem kan identificere sig med dit brand?
- Hvad er målgruppen største udfordringer, problemer eller behov?
- Hvor finder målgruppen informationen, som de har brug for?
- Hvad er fordelene ved din ydelse/produkt?
- Hvem stoler målgruppen på? (ingen køber et produkt fra en virksomhed, de ikke stoler på)



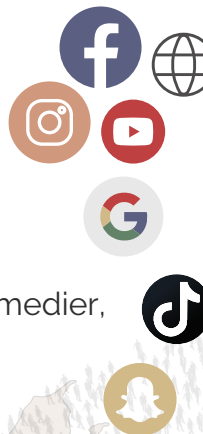
# HVOR SKAL DU VÆRE SYNLIG?



## ... men du skal heller ikke gemme dig.

Så snart at din målgruppe er på plads, er det en god idé at sætte tid af i kalenderen til at undersøge præcis, hvor din målgruppe befinder sig. Hvor skal du lægge tid, energi og budget, til at at markedsføre din virksomhed?

- Hvad er din målgruppes demografi?
- Er de på de sociale medier, og hvilke?
- Er de B2B eller B2C?
- Hvad har målgruppen af fokusområder?



Næsten alle målgrupper er at finde på de sociale medier, samt på Google, hvor de søger efter svar på en problemstilling eller et produkt der gavner dem.



**Kommunikér målrettet og direkte efter målgruppens behov. På den måde rammer du dem på bedste vis.**



DIT BRAND OG DIN  
IDENTITET ER

*vigtig*

## **Din virksomhed er unik og det skal det grafiske design af din visuelle identitet også vise.**

Din visuelle identitet – altså det alle ser, skal komplimenterer din virksomhed og udarbejdes, så du er genkendelig 360 grader på tværs af alle platforme.

En grafisk identitet indeholder de vigtigste fundamentet for genkendelighed:

- Logo
- Farver
- Skrifttyper
- Billedestil
- Grafiske elementer
- "Tone of voice"

Det kan være uoverskueligt at starte. Måske du har en idé, men ikke evner at få det ned på papiret? Søg hjælp hos en grafiker, der sætter sig ind i netop din virksomhed og målgruppe. Har du evnerne, så er det bare med at komme igang og skabe. Få gerne flere til at kigge på dine forslag, og lad dem komme med deres mening. Husk hele tiden at have målgruppen i tankerne og hvad du vil fremadrettet.

# HVORDAN IMPLEMENTENTERER DU DIT BRAND?



**Den røde tråd skal ses gennem ALT, hvad du siger, viser og markedsfører dig på.**

Den røde tråd SKAL gå igen på alle medier – lige fra mailsignatur til hjemmeside og opslag på de sociale medier til dit visitkort og din "tone of voice".

Har du en farve eller en grafik fra din visuelle identitet, kan du med fordel anvende den på dine materialer. Eller måske et udsnit af dit logo, som antyder din identitet?

Sørg for at modtageren slet ikke er i tvivl om, at de kommer fra f.eks. **din** Instagram profil og over til **din** hjemmeside via link i bio. Eller når du sender et nyhedsbrev ud eller sender en pakke, at virksomhedens visuelle identitet er anvendt.



# HVORDAN IMPLEMENTENTERER DU DIT BRAND?

Som en start, kan du ud fra din brainstorm, skrive ned hvilke kanaler du vil benytte. Herfra kan du sørge for at få klargjort og sat det hele op med din virksomheds visuelle identitet som afsender.

## "Must have" som virksomhed:

- Visuel identitet
- Design af hjemmeside (logo, farver, skrifttyper, billeder i den valgte stil, Open Graph til links)
- Google My Business (logo, adresse, kontaktoplysninger, åbningstider, evt. billeder af virksomheden i den valgte stil)
- Sociale medier (logo som profilbillede, coverbillede med et budskab som f.eks. et billede)
- Design af nyhedsbrevsskabelon (så du ikke skal lave designet hver gang, men kun koncentrerer dig om indholdet)
- Visitkort

## Markedsføringsmaterialer, alt efter din målgruppe:

- Eventuelle trykte materialer (brochure, flyer, etiket til produkt, salgsmappe mm.)
- Eventuelt skilt eller pylon til vejen, som lokaliserer, at her bor din virksomhed
- Reklamefolie på firmabilen (husk CVR nr. på bilen)

Vær kreativ – kan du gøre noget, som ingen anden gør?



# Gave til dig 40% rabat

**Jeg håber at du fik blod på tanden, til at komme igang og skabe en unik identitet.**

Som tak for din tid, og at du ønskede at modtage min e-bog, har jeg her en lille gave til dig.

Ved opstart af en virksomhed, kan midlerne være små. Men jeg ønsker ikke, at du går på kompromis med dit hjertebarns visuelle identitet. Derfor har jeg lavet et vildt tilbud på et logodesign til -40% af normalprisen, til nyopstartede virksomheder.

**Logodesign inkl. 1 x korrektur**

**Pris 2.100,- ekskl. moms**

*Du sparer 1.400,-*

Du ejer 100% logoet og modtager en lille logopakke, med de mest gængse filtyper, som du måtte have brug for.



For at benytte dig af tilbuddet, send en mail til [melanie@birchgrafisk.dk](mailto:melanie@birchgrafisk.dk) med dit telefonnummer, CVR nr. og gerne et kort skriv om din virksomhed. Så hjælper jeg dig videre.



Birch Grafisk

60 53 11 84 | [melanie@birchgrafisk.dk](mailto:melanie@birchgrafisk.dk)  
[www.birchgrafisk.dk](http://www.birchgrafisk.dk)