

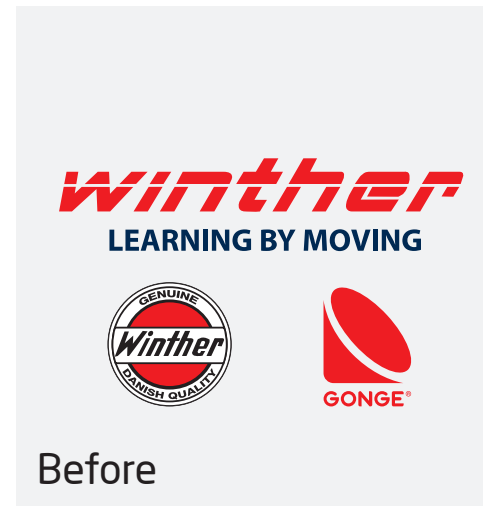


Winther & Gonge

Brandstrategi - research og designmanual

I tæt samarbejde med Winther og Gonge har 3PART udarbejdet en designmanual, der understøtter og strukturerer kommunikationen udadtil under den nye fælles paraply WINTHER - LEARNING BY MOVING.

Da Winther overtog aktiemajoriteten i Gonge opstod behovet for at strømline den fremtidige kommunikation og skabe synergi på tværs af de to firmaer. Designmanualen fungerer som et designværktøj, der sikrer, at Winther og Gonge får en mere fælles identitet udadtil, selvom udviklingen stadig er opdelt på visse områder.



Brandstrategi

Styrker kommunikationen for Winther og Gonge

3PART leverede:

- Research
- Interviews af relevante interessenter
- Workshop med fokus på udarbejdelse af fælles brandingstrategi
- Designmanual
- Skabeloner
- Præsentation af designmanualen

Opgaven: Ved projektets begyndelse stod Winther og Gonge med hver deres identitet, som skulle passes ind under paraplyen WINTHER - LEARNING BY MOVING. Både Winther og Gonge er familieejede virksomheder med hver deres historie og segment. Ønsket var derfor en designmanual til at styrke og strømline formidlingen af Winther og Gonge under ét brand med henblik på at skabe maksimal kendskab i markedet.

Opgaven bestod i at designe guides og skabeloner til farver, fonte, logoer, kataloger, brevpapir, faktura og visitkort, men også den bagvedliggende strategi for WINTHER - LEARNING BY MOVING.

Proces: Inden arbejdet med brandstrategien og designmanualen foretog 3PART en research af lignende firmaer og deres produkter. Dette var med til at identificere vigtige områder i forbindelse med strategien og øge træfsikkerheden for den nye designmanual. Research-delen blev suppleret med interviews af relevante interessenter, som tilførte projektet yderligere information omkring markedet og forhandlernes/kundernes behov.

Efterfølgende blev der afholdt en workshop. Formålet med denne var at finde frem til en fælles brandstrategi - en løsning, som både Winther og Gonge kunne se sig selv i. Materialet fra workshoppen dannede grundlag for udformningen af brandstrategien og designmanualen.

Løsning: På grundlag af den udarbejdede brandstrategi blev designmanualen skabt. Skitser på grafiske koncepter blev præsenteret og en endelig grafisk retning blev valgt.

Indholdet blev udformet på baggrund af eksisterende materiale og i samarbejde med relevante medarbejdere. Designmanualen beskriver tankerne bag brandstrategien og den grafiske retning samt hvad man må og ikke må i forhold til brug af grafiske elementer og kommunikation udadtil.

I forbindelse med designmanualen blev der udarbejdet skabeloner i bl.a. Word og Excel. Disse skabeloner er med til at sikre, at designmanualen bliver fulgt samt optimere medarbejdernes arbejde.

Den endelige brandstrategi og designmanual blev tilsidst præsenteret for relevante medarbejdere. Dette for at sikre, at de er bekendte med indholdet og får mulighed for at stille opklarende spørgsmål.

Resultat: Projektet resulterede i en designmanual, der beskriver udformning og brug af relevante elementer såsom brevpapir, visitkort, emballage, farver osv. Designmanualen er således med til at sikre en ensartethed i kommunikationen udadtil og dermed styrke paraplyen.

Designmanualen skal ses som et dynamisk dokument, der ændrer sig i takt med Winther og Gongs samarbejde.

"Flere af vores kunder har allerede bemærket, at man nu kan se, at vi er i familie, og det er jo ganske positivt".

Bjarne Greve, Sales and Marketing Manager, Winther A/S