



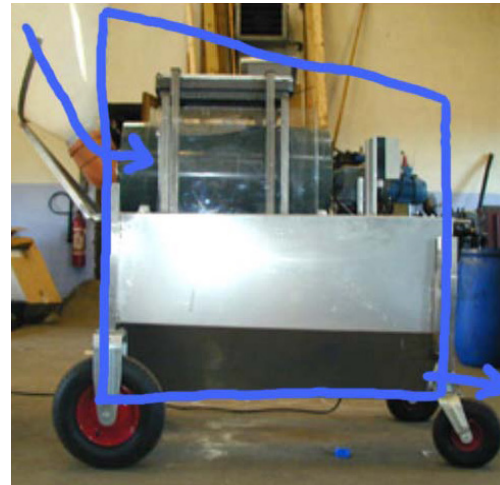
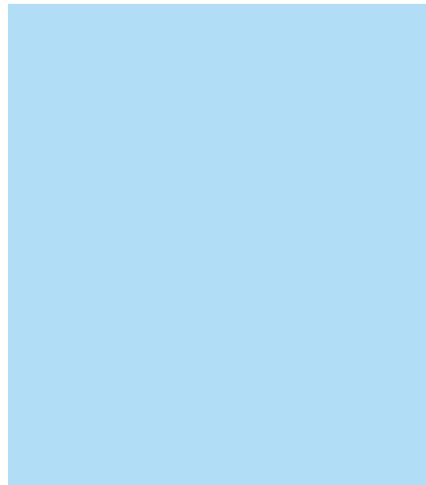
Guldhammer Blue Comfort - Redesign af Fiskepumpe

Øget eksport, højere salgspris, produktoptimering, kostprisreduktion, samt udvikling af ny virksomhedsprofil.

Ud fra et ønske om at opnå nye eksportmarkeder, investerede smedevirksomheden, Guldhammer A/S i professionelt design ved at samarbejde med 3PART i udviklingen af en redesignet fiskepumpe. Det betalte sig - salget af fiskepumpen Blue Comfort steg 50 % de første år og sikrede virksomheden eksport.



Sparco
VACUUM-
fiskepumpe...



Before - After

blue comfort



Eksportsucces via design

Redesign af fiskepumpe

3PART leverede:

- Markedsresearch
- Udvikling af teknisk koncept/produktarkitektur
- Overordnet konceptudvikling
- Design af pumpens visuelle udtryk
- Konstruktion af redesignet pumpe
- Udarbejdelse af dokumentation til produktion
- Udvikling af nyt virksomhedsbrand
- Udvikling af grafisk materiale og hjemmeside

Opgaven: Guldhammer A/S samarbejdede med 3PART i udviklingen af en redesignet fiskepumpe. Det var et ønske om nye eksportmarkeder, der fik smedevirksomheden til at investere i professionelt design. Det betalte sig - salget af fiskepumpen Blue Comfort steg 50 % det første år og sikrede virksomheden eksport.

Resultatet skyldes et redesign af en fiskepumpe, som direktør Vagn Guldhammer overtog fra en anden virksomhed tilbage i 1994, men hvis klodsede udseende gjorde den umulig at sælge uden for landets grænser. Kunderne tvivlede ganske enkelt på dens funktion og kvalitet:
"Vi vidste, at ville vi ud på nye markeder, så skulle vores produkt signalere kvalitet, seriøsitet og professionalismisme. Pumpen havde egentlig ikke behov for nye funktioner, men primært et nyt image, der kunne brande den positivt." Siger Vagn Guldhammer.

"Det var helt nyt for os at skulle bruge design. Derfor var vi også glade for, at 3PART kom med både en designer og en ingeniør, for det forsikrede os om, at de forstod hvad det handlede om og kunne se det i sin helhed - både hvad angår hele det designmæssige udtryk, men også hele pumpens konstruktion og maskineri. Det at 3PART rådede over mange kompetencer i samme hus, sparede i sidste ende en masse dyrebar tid."

Med i designprojektet hørte også udarbejdelsen af et nyt varemærke, der skulle signalere dambrug, brugervenlighed, modernitet, dansk kvalitet og skånsom behandling af fiskene. Resultatet blev Blue Comfort, der som logo og brand skulle overføres til selve pumpen, men også salgsmateriale samt et website, så der blev skabt konsistens og genkendelighed mellem de forskellige elementer.

Den blå farve var i forevejen virksomhedens officielle firmafarve og passede naturligt ind i det nye designkoncept.

Resultat af projektet:

- Udvikling af ny produktarkitektur
- Anvendelse af nye produktionsmetoder - øget industrialisering af produktionen.
- Udvikling af nyt visuelt design
- Udvikling af nyt virksomhedsbrand inkl. grafisk materiale og hjemmeside.
- Øget afsætning på ca. 500%
- Øget salgspris med ca. 80%
- Øget avance på ca. 140%