

Dagens tema:

# Identitet og merkevare

# Agenda

1. Litt om meg og Havnevik
2. Logo som en integrert del av en større fortelling
3. Metodikk for å finne din fortelling

Vi jobber med noen oppgaver underveis

# Agenda

1. Litt om meg og Havnevik



## Om Havnevik

Havnevik AS er regionens største fagmiljø innen strategisk design og kommunikasjon.

I Havnevik har vi hatt fokus på å bygge en organisasjon hvor vi er store nok til å kunne tilby kapasitet og bredde i tjenestetilbudet, og samtidig være et attraktivt miljø for flinke folk som ønsker å jobbe med kommunikasjon.

Hos oss møter du designere, strateger og prosjektledere i et motivert og sammensveiset miljø. Vi er i dag 14 ansatte.



Anders M. Havnevik

Senior rådgiver/daglig leder



Thomas O. Thomassen

Senior rådgiver



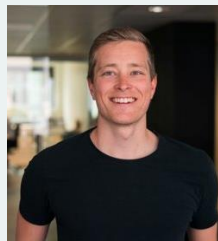
Kristianne M. Havnevik

Senior rådgiver



Guri M. Havnevik

Prosjektleder, messer og events



Torbjørn Sandbakk

Senior designer/teamleder



Ole Martin Volle

Senior designer



Øyvind Økland

Senior designer



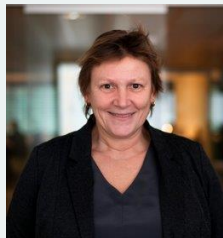
Mary-Ellen Brandal

Senior designer



Markus Thorsen

Senior designer



Lise Marie Bjørge

Senior designer



Gry Matvik

Senior designer



Aleksandra Iakimchuk

Designer



Anders Johan Urkedal

Designer

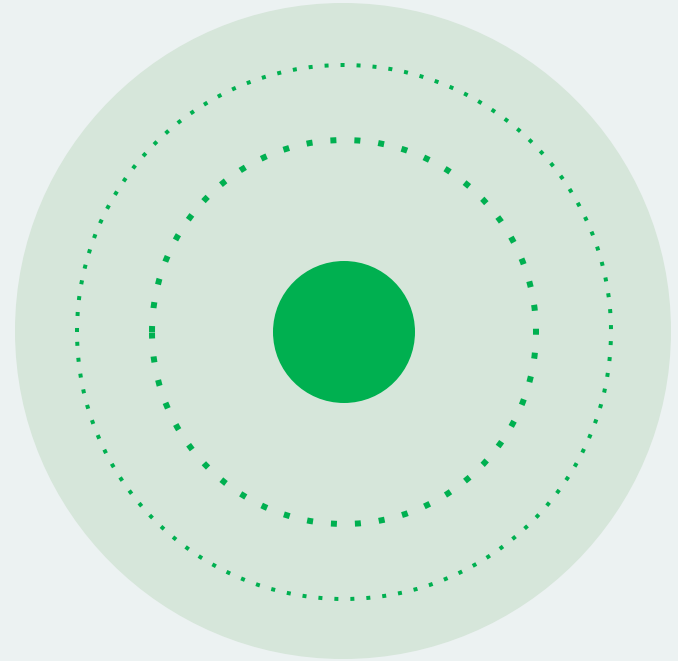


Torgeir Reintlund

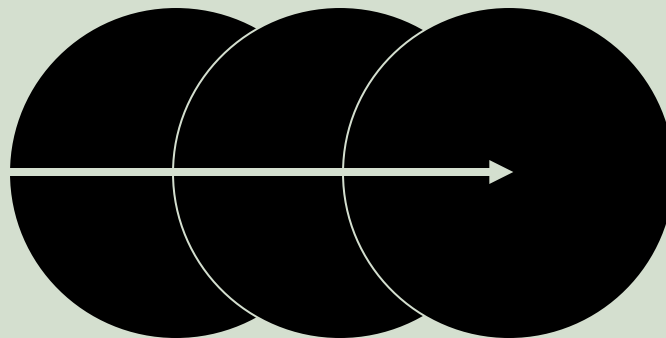
Rådgiver

## Vårt oppdrag: Å bruke faget til å skape mer tydelighet i verden

Vi hjelper våre kunder med å legge strategier, utvikle innhold og designe løsninger som bidrar til å tydeliggjøre og styrke merkevarer.



Vi slår et slag for å holde det enkelt og effektivt, med moment og gjennomføring i fokus.



**En iterativ prosess,** vi jobber tett sammen med kunden i mange små utviklingsrunder, hvor enkle innsiktssprinter ligger til grunn for å finne det vi trenger for å gå videre til neste steg.

## Kundene: Fra store konsern til små start-ups



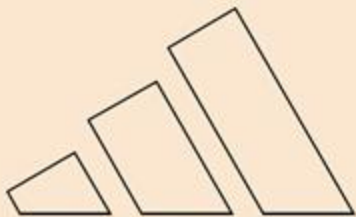


*Identitet og merkevare*

# Identitet

# Agenda

2. Logo som en integrert del av en større fortelling



Logo – en integrert del av en større fortelling

*Identitet og merkevare*

# Metodikk

# Agenda

## 3. Metodikk for å finne din fortelling

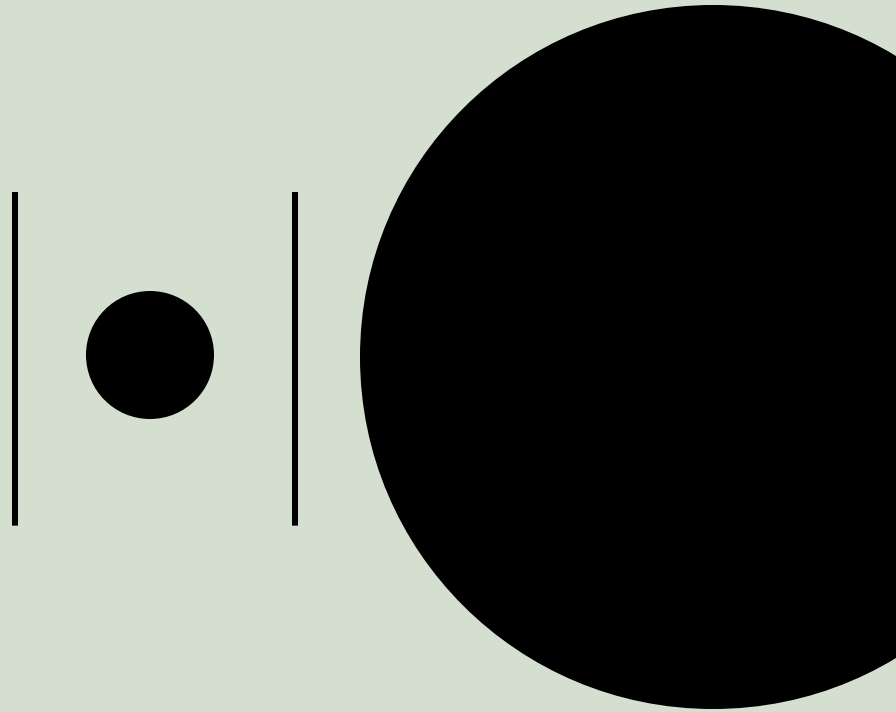
## **Merkevarestrategien er ment som «et veikart» som gjør oss:**

Mer bevisst

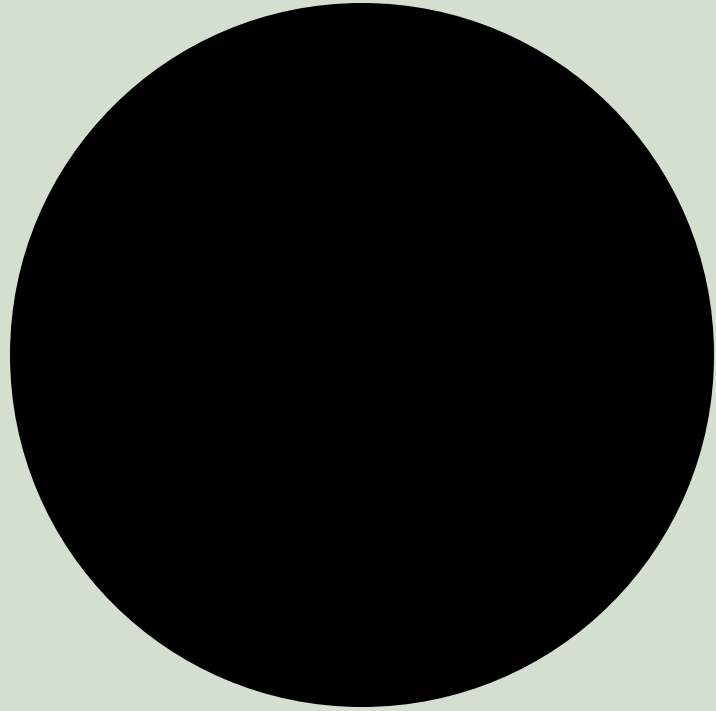
Mer relevant

Bedre i stand til å møte utfordringer

**Bransje og kategori**  
= avgrensning

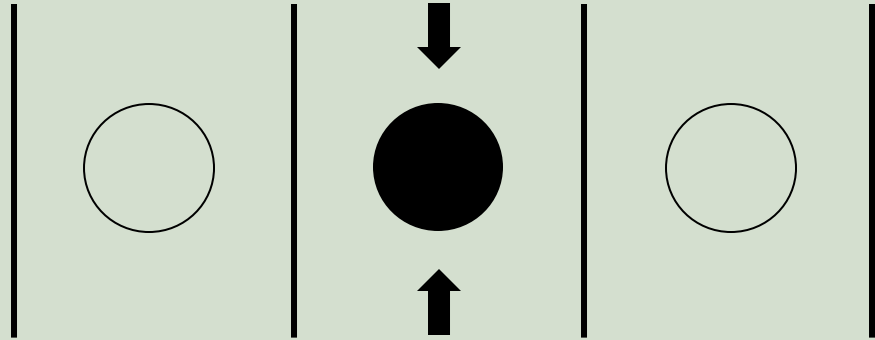


**Bransje**





**Kategori**



**1**

Følge  
eksisterende

**2**

Velge  
underkategorier

**3**

Opprette  
egen kategori

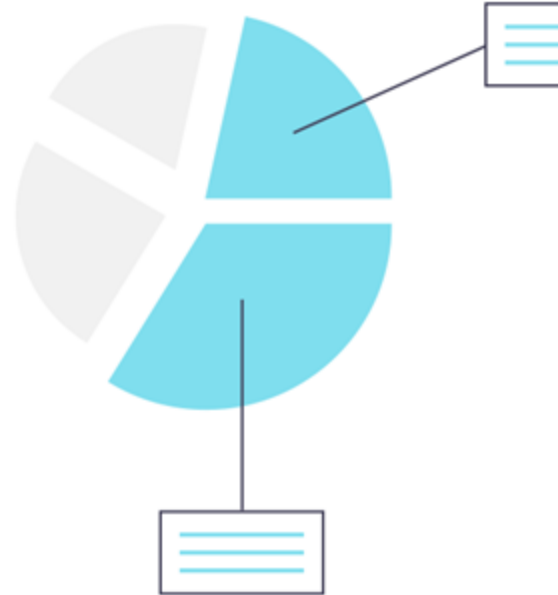
Bransje, kategori, posisjon



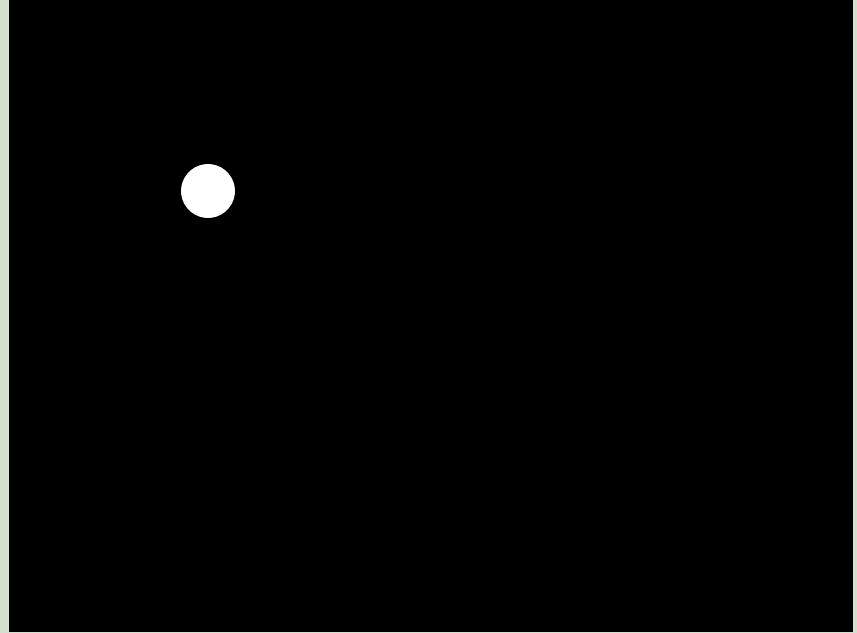
10 min

# Øvelse: Bransje & kategori

Oppgave: Definer først bransje, finn deretter en eller flere avgrensninger for å komme fram til kategorien dere skal være i.



# Posisjonering



**Horisont**



Merkevare



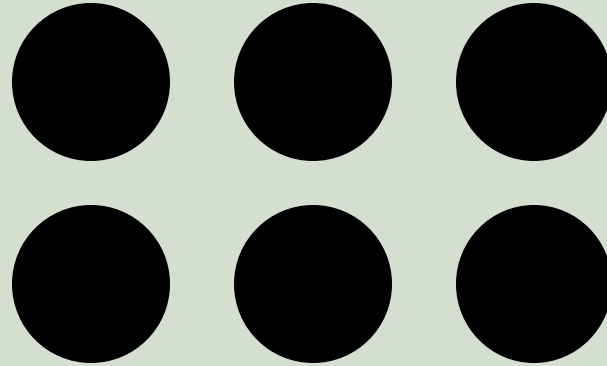
5 min

# Øvelse: Horisont

Oppgave: Beskriv hvor merkevaren/ideen din er om 3 år og om 10 år.



**Målgrupper**



Målgruppe



5 min

# Øvelse: Målgrupper

Oppgave: Skriv ned alle målgruppene som kan være aktuelle for din merkevare.





Målgruppe



10 min

# Øvelse: Topp tre målgrupper

Av listen, hvilke er de tre topp prioriterte målgruppene?

Hvorfor er de viktige?



**Differensiering**



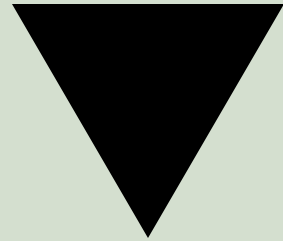
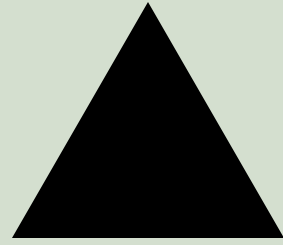


15 min

# Øvelse: Differensiering

Oppgave: Skriv ned egenskaper, fordeler og ting dere er spesielt gode på i selskapet, eller som skiller dere ut fra andre.

**Elevator pitch**





15 min

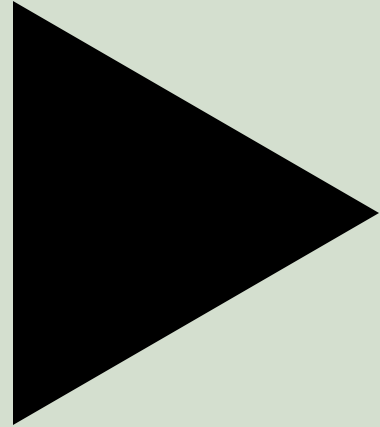
# Øvelse: Elevator Pitch

Oppgave: Du befinner deg i en heis, og skal i løpet av heisturen presentere ditt selskap til en person som ikke har hørt om dere før.

Begynn gjerne med: «Hei, jeg heter ..., og jeg jobber i et selskap som heter...»

Stikkord: Hvem, hva, hvordan og hvorfor

**Historiefortelling**





**Kristianne Møller Havnevik**

Seniorrådgiver

E: [kristianne@havnevik.no](mailto:kristianne@havnevik.no)

M: 959 34 555

**Takk for meg!**