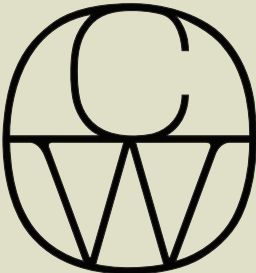


CREATIVE WORKS. STUDIO

THE ESSENTIALS OF
A VISUAL BRAND IDENTITY





Michelle, Grafik designer
CREATIVE WORKS.

THE A VISUAL ESSENTIALS BRAND OF IDENTITY

Din visuelle identitet er hjertet af dit brand – det første indtryk, der skaber genkendelighed, tillid og tilknytning hos din målgruppe. En stærk og autentisk branding handler ikke kun om æstetik, men om at formidle din kerneværdi visuelt på en måde, der føles ægte og engagerende.

Denne guide er skabt for at hjælpe dig med at opbygge en sammenhængende og strategisk visuel identitet. Vi dykker ned i essentielle elementer som logo, farvepalet, skrifttyper, billedstil og grafik – og hvordan du bruger dem til at skabe en stærk, genkendelig og tidløs brandoplevelse.

Uanset om du er ved at etablere et nyt brand eller ønsker at finpudse din eksisterende visuelle identitet, vil denne guide give dig værdifuld indsigt og inspiration til at styrke din brandfortælling gennem design.

INDHOLD:

01 LOGO & MONOGRAM	04
-------------------------------	-----------

02 FARVEPALET	08
----------------------	-----------

03 SKRIFTTYPER	14
-----------------------	-----------

04 BILLEDE STILE	24
-------------------------	-----------

05 ILLUSTRATIONER/GRAFIK	30
---------------------------------	-----------

06 10 BRAND TO DO'S	36
----------------------------	-----------

01 LOGO & MONOGRAM

Logoet er brandets ansigt udadtil og fungerer som et visuelt pejlemærke, der skaber genkendelighed og tillid. Et stærkt logo eller monogram skal være unikt, tidløst og afspejle brandets værdier, så det differentierer sig fra konkurrenterne.

Hvorfor er et stærkt logo vigtigt?

Genkendelighed

Dit logo er ofte det første, kunderne ser, og det, de husker. Et veludført logo skaber en øjeblikkelig forbindelse, der gør det muligt for dit brand at skille sig ud i en overfyldt marked.

Differentiering

Et stærkt visuelt brand hjælper med at adskille dit brand fra konkurrenterne. I et marked, hvor mange brands tilbyder lignende produkter eller tjenester, er det vigtigt at have en visuel identitet, der gør dit brand unikt og uforglemmeligt.

Troværdighed

Et professionelt designet logo skaber tillid hos målgruppen. Mennesker har en tendens til at stole på brands, der ser velorganiserede og gennemtænkte ud, og et gennemført visuelt design understøtter den opfattelse.

Følelsesmæssig forbindelse

Et veludført logo og en stærk visuel identitet kan skabe en følelsesmæssig forbindelse til dit publikum. Designet kan fremkalde specifikke følelser eller associationer, der resonerer med målgruppens værdier, behov eller ønsker.

Retningslinjer for et logo i en brand guide

Primært logo

Det vigtigste logo, der bruges på de fleste platforme og materialer. Skal præsenteres i forskellige farvevarianter (fuld farve, sort/hvid, negativ version).

Alternative logoer & monogram

Sekundære logoer eller simplificerede versioner, der bruges i bestemte sammenhænge. Et monogram kan være nyttigt til små flader, ikoner eller sociale medier.

Skalering & plads

Minimumsstørrelse for læsbarhed. Friområde omkring logoet (ingen elementer for tæt på, så det bevarer sin effekt).

Logoets farvevariationer

Hvordan logoet skal bruges på lyse og mørke baggrunde. Versioner i brandets primære farver.

Forkert brug af logo

Forbudte ændringer (f.eks. strækning, ændring af farver, tilføjelse af effekter). Eksempler på hvad man IKKE må gøre, så logoet altid forbliver professionelt.

Typer af logoer

Når man udvikler et logo, er der forskellige stilarter at overveje:



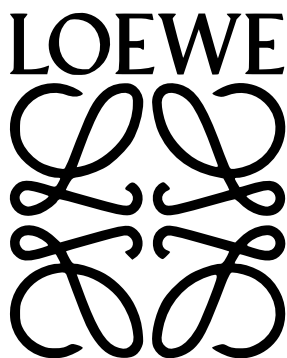
Ordmærke

Kun tekst



Bogstavmærke/monogram

Initialer eller forkortelser



Kombinationslogo

Tekst + ikon



Symbol

En enkel grafisk repræsentation



Emblem

Tekst integreret i et symbol

COLOR IS A **POWER**
WHICH DIRECTLY
INFLUENCES THE **SOUL.**



02 FARVEPALET

Farver skaber stemning og følelser hos målgruppen og spiller en afgørende rolle i brandidentiteten. En velvalgt farvepalet kan kommunikere brandets personlighed og sikre en ensartet visuel tilstedeværelse på tværs af platforme og materiale

Hvorfor er en gennemtænkt farvepalet vigtig?

Skaber en følelsesmæssig respons

Farver kan fremkalde specifikke følelser og associationer, f.eks. blå for tillid og stabilitet, rød for energi og passion.

Styrker brandets genkendelighed

En konsekvent brug af farver gør brandet let at genkende.

Kommunikerer brandets værdier og personlighed

Farvevalget kan signalere, om brandet er luksuriøst, bæredygtigt, legende eller seriøst.

Sikrer ensartethed på tværs af materialer

En defineret farvepalet gør det nemt at skabe en rød tråd i al visuel kommunikation.

Farvepalettens struktur i en brand guide

Primære farver

De vigtigste farver, der repræsenterer brandet. Bruges mest på logo, website, markedsføringsmaterialer osv.

Sekundære farve

Supplerer de primære farver og skaber fleksibilitet i designet. Kan bruges i baggrunde, grafiske elementer, ikoner osv.

Neutrale farver

Typisk sort, hvid, gråtoner eller beige nuancer. Bruges til tekst, baggrunde eller for at balancere de stærkere farver.

Accentfarver

Bruges sparsomt til at fremhæve vigtige elementer (CTA-knapper, detaljer i grafik osv.). Giver liv til designet uden at tage fokus fra de primære farver.

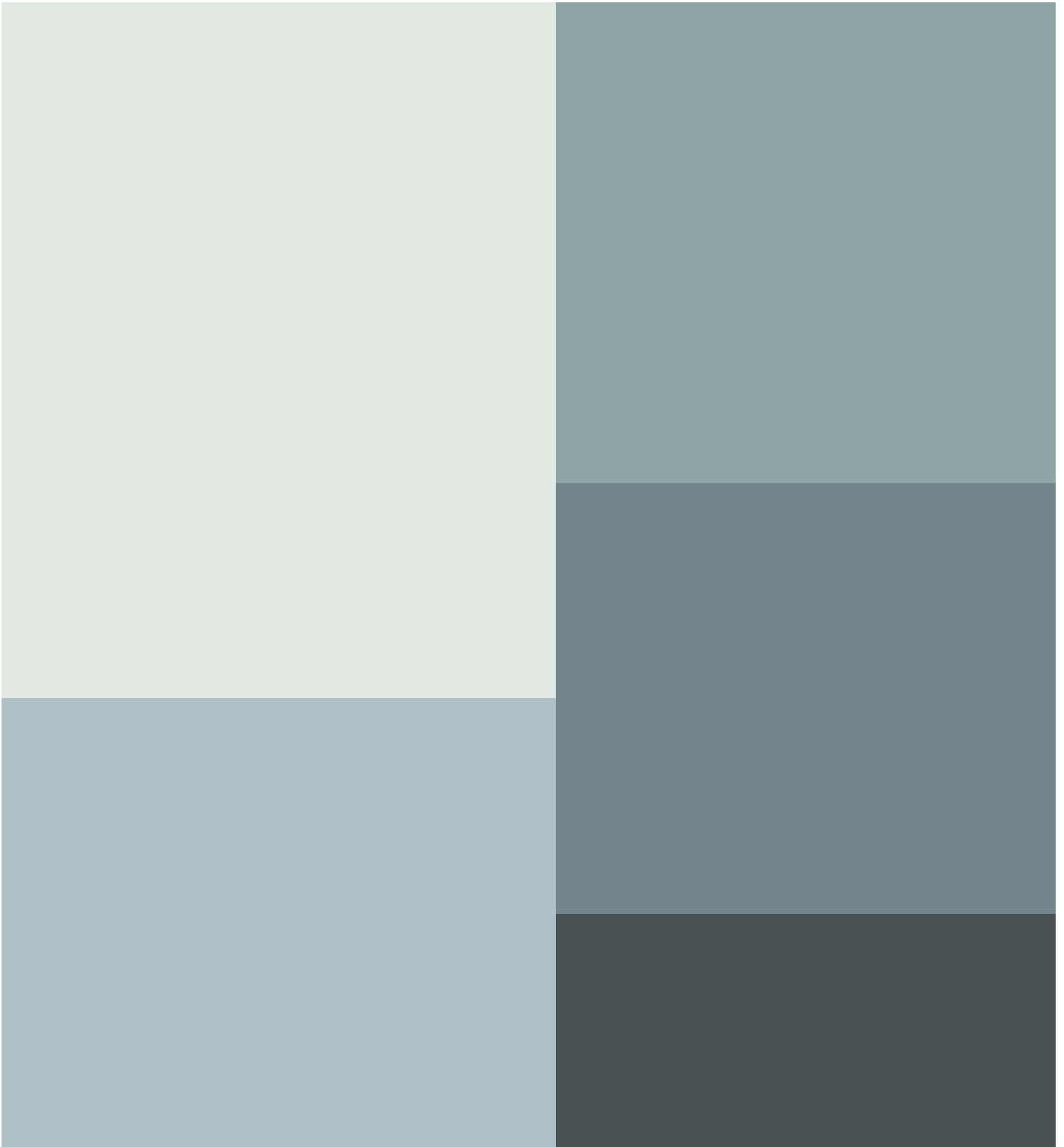
Farvepaletter og deres betydning i brand stemning

Farver påvirker, hvordan et brand opfattes, skaber stemninger og kommunikerer personlighed. Her gennemgår vi forskellige farvepaletter og deres betydning i branding.



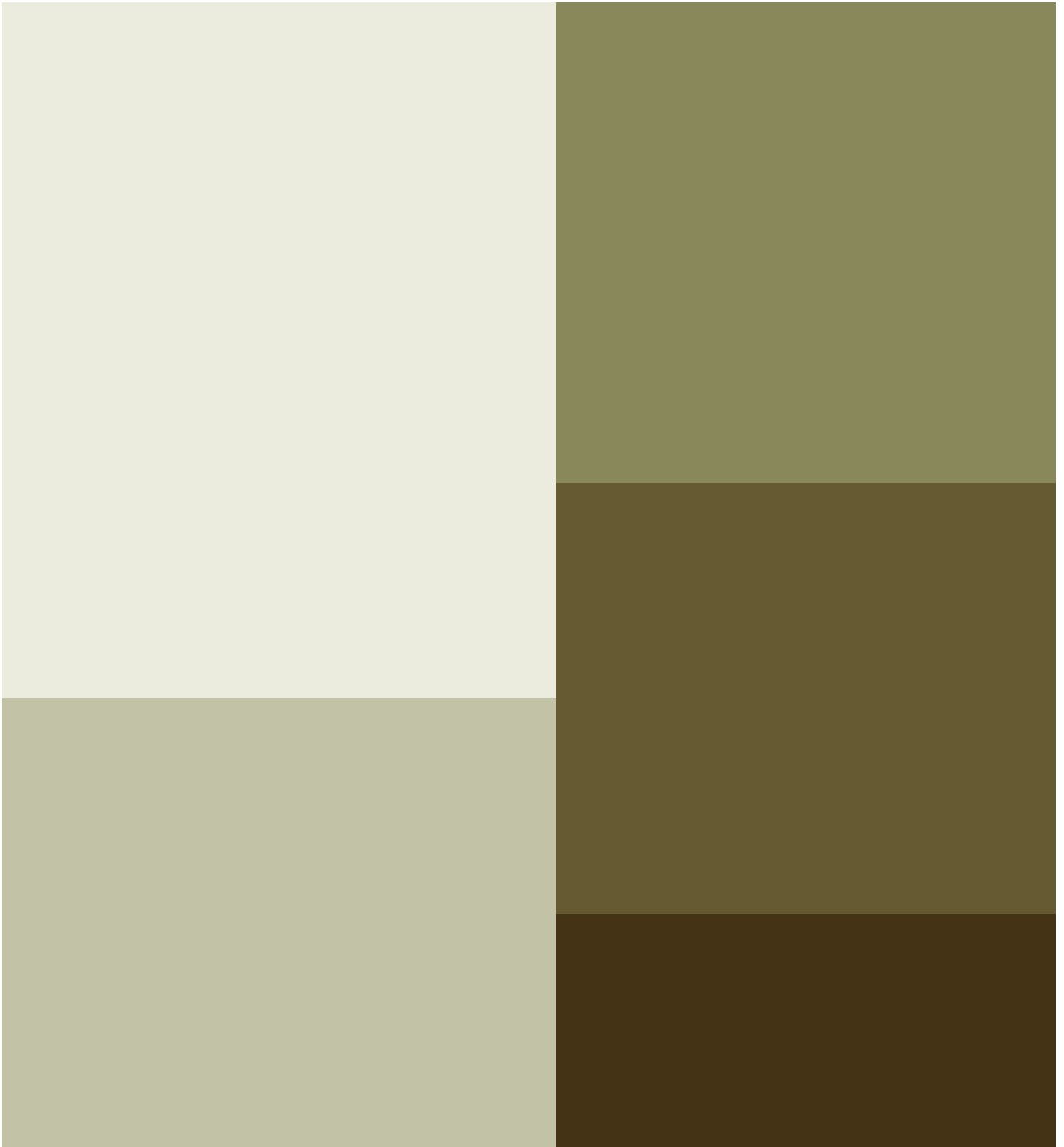
Calm Neutral

Denne farvepalette består af bløde, neutrale nuancer som beige, sand, taupe og varme gråtoner. Den skaber en følelse af ro, harmoni og tidløs elegance. Calm Neutral bruges ofte i minimalistiske og luksuriøse brands, hvor æstetikken er diskret, naturlig og raffineret. Denne palette appellerer til brands, der ønsker at signalere autenticitet, velvære og en afbalanceret livsstil.



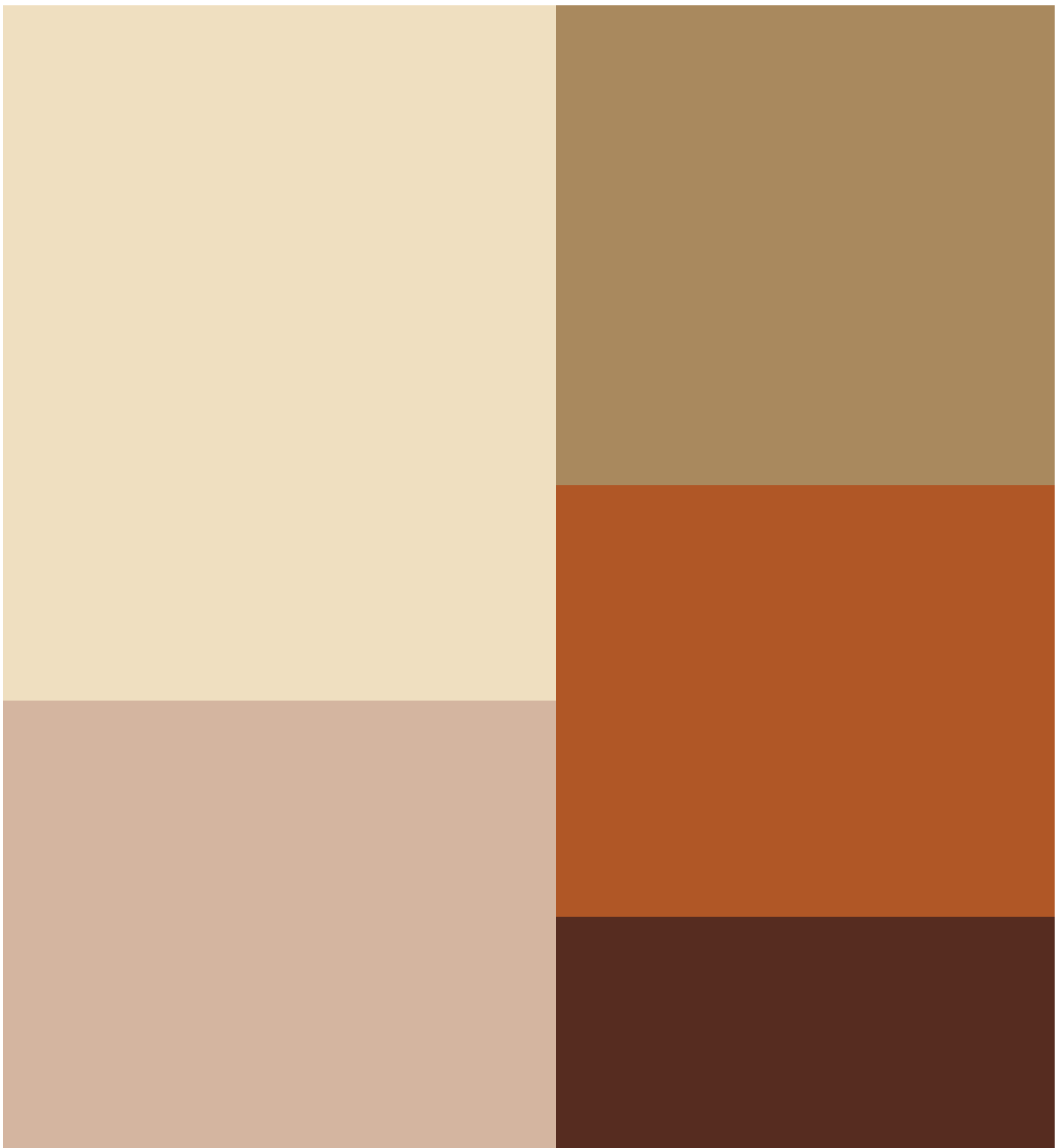
Cool Wellness

Præget af kølige og beroligende nuancer som dyb blå, blød lavendel, mintgrøn og isgrå. Disse farver forbindes ofte med sundhed, friskhed og balance. De anvendes typisk af brands inden for wellness, skønhed og bæredygtig livsstil, hvor en ren, afslappende og professionel fremtoning er essentiel.



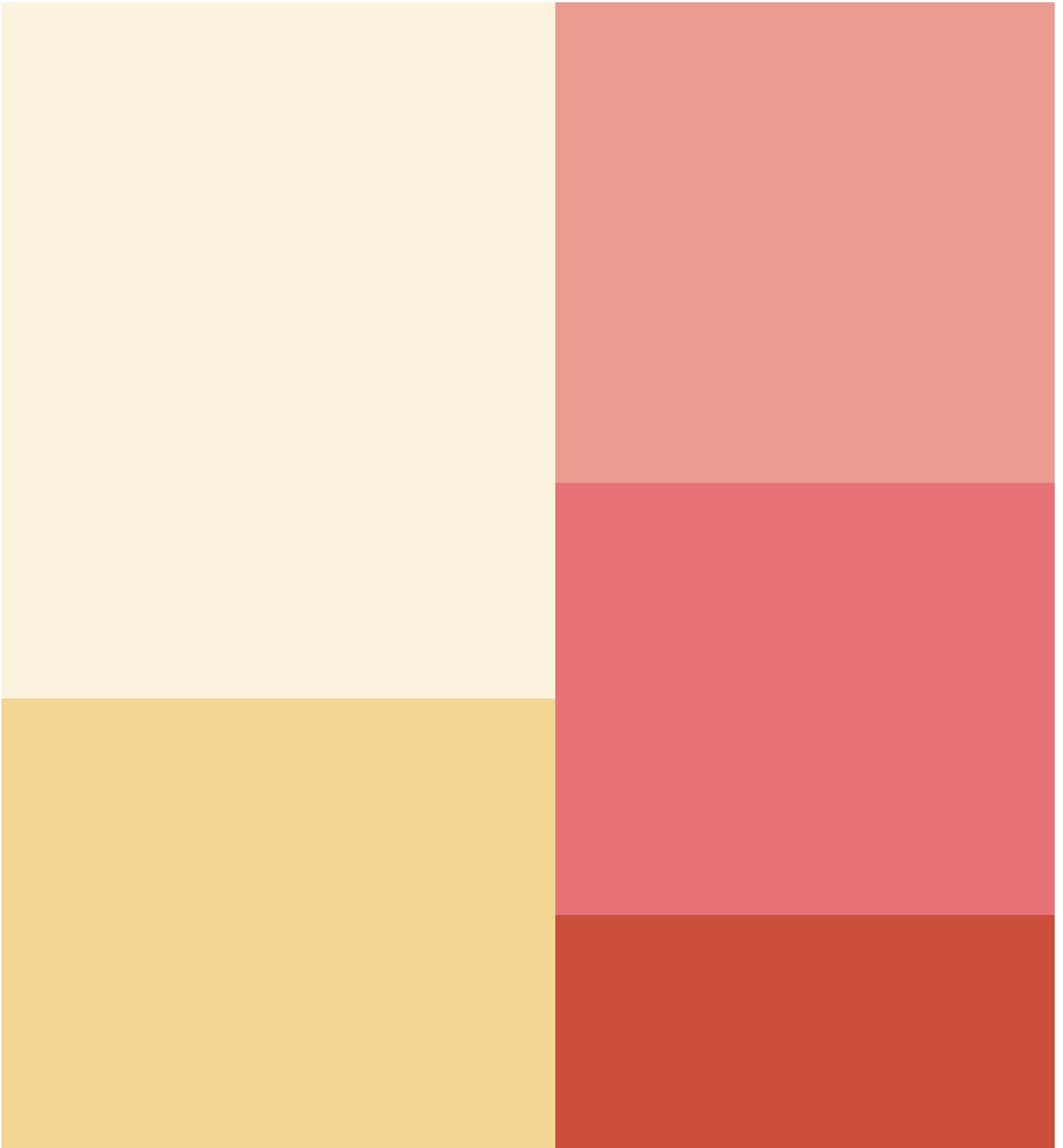
Forest

Inspireret af naturens dybde og styrke indeholder denne palette nuancer af mørkegrøn, mosgrøn, jordbrun og dyb okker. Den signalerer vækst, stabilitet og forbindelse til jorden. Forest-paletten er ideel for brands, der ønsker at udstråle bæredygtighed, naturinspiration og autenticitet, eksempelvis inden for økologi, friluftsliv og håndværk.



Warm

Den varme palette rummer nuancer af terracotta, karamel, dyb orange og solnedgangsrød. Disse farver skaber en følelse af varme, hygge og jordforbindelse. De bruges ofte af brands, der ønsker at signalere passion, kreativitet og en imødekommende atmosfære. Warm-paletten er oplagt til livsstils- og interiørbrands samt virksomheder med en håndlavet eller personlig tilgang.



Energizing

Dynamisk og levende med farver som solgul, koral og sprudlende pink. Den skaber en følelse af bevægelse, positivitet og innovation. Brands, der vil vække opmærksomhed, fremstå moderne og kommunikere energi og transformation, vælger ofte denne palette – særligt inden for sport, teknologi og kreativ industri.

03 SKRIFTTYPER

Typografi er et subtilt, men kraftfuldt element i branddesign. Skriffter formidler tone, stil og professionalisme og bidrager til et sammenhængende visuelt udtryk. En strategisk valgt skrifttype kan styrke brandets troværdighed og gøre kommunikationen mere genkendelig.

Hvorfor er typografi vigtig i branding?

Kommunikerer brandets tone og stil

Typografi sender et signal om brandets personlighed. Serif-skrifter giver et klassisk og tidløst udtryk, mens sans-serif-skrifter fremstår moderne og minimalistiske. Valget af skrifttype understøtter dermed den stemning, brandet ønsker at kommunikere.

Skaber genkendelighed

En konsekvent brug af typografi gør, at brandet hurtigt kan genkendes. Når den samme skrifttype bruges på tværs af alt kommunikation, fra logo til tryksager og digitale platforme, bliver den visuelle identitet mere markant og mindeværdig.

Understøtter læsbarhed og brugeroplevelse

Valget af skrifttype påvirker, hvor nemt budskabet aflæses. En veludvalgt typografi sikrer klare overskrifter, behagelig brødtekst og et logisk hierarki, som samlet forbedrer brugeroplevelsen og gør kommunikationen mere effektiv.

Forstærker troværdighed

Ensartet typografi opbygger en visuel struktur og professionalisme, hvilket gør brandet mere troværdigt. Konsistens i typografien signalerer omhu og skaber tillid hos kunder og samarbejdspartnere.

Typografiens struktur i en brand guide

Primære skriffter

Den primære skrifttype bruges i logoet og brandets vigtigste kommunikation. Skal afspejle brandets værdier og identitet. Kan bruges til overskrifter, store designelementer eller vigtige budskaber.

Sekundære skriffter

Bruges til brødtekst og supplerende elementer. Skal være letlæselige og passe visuelt til den primære skrifttype. Kan bruges til længere tekster, beskrivelser og informative elementer.

Alternative skriffter (web & tryk)

Nogle skriffter er velegnede til tryk, mens andre fungerer bedre digitalt. Der bør angives alternativer for web- og trykbrug, hvis brandets primære skrifttype ikke understøttes på digitale platforme.

Typografi og Brandets Stemme

Typografi er en visuel forlængelse af brandets personlighed og skal afspejle dets tone og identitet. Fra moderne og minimalistisk til klassisk og håndskrevet.

Note: Der anbefales maksimalt brug af 2-3 skrifttyper, For mange skrifttyper kan gøre designet rodet.

Her er eksempler på forskellige skriftstile:

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ

Moderne og minimalistisk

Sans-serif

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ

Moderne og stærk

Sans-serif

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ

Klassisk og elegant

Serif

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ

Teknisk og innovativ

Monospace

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

Legende og kreativ

Håndskrift eller dekorative skrifttyper

LOREM IPSUM DOLOR

Sit amet, consectetur
adipiscing elit sed do
tempor incididunt

Sans-serif + Serif

En kombination af moderne og klassisk. Sans-serif er ren og minimalistisk, mens serif tilføjer elegance og tradition. Dette skaber en balanceret identitet, der kommunikerer både innovation og troværdighed. Bruges ofte af brands, der ønsker en sofistikeret, men moderne fremtoning, fx inden for high-end livsstil, mode eller finans.

LOREM IPSUM DOLOR

Sit amet, consectetur
adipiscing elit sed do
tempor incididunt

Serif + Serif

To serif-skrifttyper skaber et klassisk, tidløst og ofte luksuriøst udtryk. Det signalerer tradition, håndværk og autenticitet. Velegnet til luksusbrands, bogdesign og virksomheder, der ønsker at udstråle arv og prestige. For at bevare læsbarheden bør kontrasten mellem skrifttyperne være tydelig i stil eller vægt.

Eksempler på typografi kombinationer:

LOREM IPSUM DOLOR

**Sit amet, consectetur
adipiscing elit sed do
tempor incididunt**

Sans-serif light + Sans-serif bold

En minimalistisk og moderne kombination, der skaber kontrast mellem det lette og det markante. Den tynde sans-serif giver et luftigt og sofistikeret udtryk, mens den fede tilføjer vægt og autoritet. Perfekt til tech-brands, moderne livsstilsbrands og virksomheder, der ønsker et rent og digitalt venligt look.

LOREM IPSUM DOLOR

*Sit amet, consectetur
adipiscing elit sed do
tempor incididunt*

Sans Serif + Håndskrift

En moderne og indbydende kombination. Sans-serif skrifttypen giver et rent, minimalistisk udtryk, mens håndskriften tilføjer en organisk og personlig touch. Denne kombination skaber en balance mellem enkelhed og varme, hvilket gør den ideel for brands, der ønsker at udstråle både professionalisme og nærvær, fx inden for livsstil, mode eller kreative brancher.

Eksempler på typografi kombinationer:

LOREM IPSUM DOLOR
SIT AMET, CONSECTETUR
ADIPISCING ELIT SED DO
TEMPOR INCIDIDUNT

Serif Light + Sans-serif Bold

En blanding af elegance og styrke. Den lette serif tilføjer et sofistikeret, klassisk præg, mens den fede sans-serif skaber kontrast og visuel tyngde. Denne kombination bruges ofte i luksus- og livsstilsbrands, der ønsker at signalere eksklusivitet med en moderne kant. Den er også populær i mode- og beautybranchen, hvor balancen mellem tradition og innovation er vigtig.

LOREM IPSUM DOLOR

**Sit amet, consectetur
adipiscing elit. Sed do
tempor incididunt**

Monospace + Sans-serif Bold

En kombination af teknisk præcision og moderne minimalisme. Monospace-skrifttyper associeres ofte med teknologi, kodning og struktur, mens en fed sans-serif tilføjer dynamik og klarhed. Denne kombination bruges ofte i tech-brands, startups og industrielt design, hvor der er fokus på funktionalitet, innovation og et moderne udtryk. Det kan også give et cool, edgy look til kreative brands med en futuristisk eller eksperimentel stil.

PHOTOGRAPHY IS THE **POWER**
TO **CAPTURE** THE **ESSENCE**
OF A **FEELING** AND A **STORY.**



04 BILLEDE STILE

Billeder fortæller historier og vækker følelser, hvilket gør dem essentielle for et autentisk brand. En gennemført billedestil sikrer, at brandet fremstår konsistent og skaber en stærk forbindelse til målgruppen gennem æstetik, stemning og narrativ.

Hvorfor er billedestil vigtig i branding?

Skaber autenticitet

En veldefineret billedestil hjælper med at opbygge et autentisk brand, som kunderne kan stole på. Når billederne afspejler brandets kerneværdier og personlighed, skaber det en ægte forbindelse til målgruppen.

Forstærker brandets budskaber

De rette billeder kan understrege brandets kerneværdier og differentiere det fra konkurrenterne. Farver, komposition og motivvalg kan alle signalere bestemte følelser og værdier, der styrker brandets identitet.

Giver visuel genkendelighed

En konsekvent billedestil gør, at brandet nemt kan identificeres, selv uden et logo eller tekst. Når forbrugerne ser et billede med brandets unikke æstetik, skal de straks forbinde det med brandet.

Vækker følelser hos målgruppen

Billeder har en stærk evne til at skabe følelser og stemninger. De kan vække glæde, nostalgi, ro eller spænding – alt efter hvordan de er sammensat. Når et brand forstår sin målgruppe og anvender en billedestil, der taler til deres behov og ønsker, kan det skabe en dybere forbindelse og loyalitet hos kunderne.

Retningslinjer for billedestil i en brand guide

Overordnet æstetik

Skal billederne være lyse og minimalistiske eller mørke og stemningsfulde?

Farvetoner og stemning

Skal billederne afspejle brandets farvepalet?

Skal de være naturlige, varme, kølige eller monokrome?

Motiv og indhold

Skal billederne være livsstilsbilleder, produktbilleder eller konceptuelle billeder?

Billedkilder

Brug af egne fotos vs. stockbilleder

(og retningslinjer for hvilke typer stockbilleder der må bruges).

Redigering og efterbehandling

Skal billeder have bestemte filtre eller redigeringsstile?

Eksempler på billedestile i branding

Minimalistisk & moderne – Rene linjer, neutrale farver, enkel styling.



Minimalistisk & elegant

Denne billedstil fokuserer på enkle objekter og elementer, hvor æstetik og kunstnerisk udtryk er i centrum. Billederne er ofte præget af rene linjer og et diskret farvevalg, hvilket skaber en følelse af ro og sofistikering. Der er et skarpt fokus på detaljer, og ofte er der en underliggende mystik eller historie, som får beskueren til at reflektere over betydningen bag billedet. Denne stil egner sig godt til brands, der ønsker at udstråle elegance og tidløshed.



Miljøbilleder – Natur

Miljøbilleder med fokus på naturen bringer et autentisk og jordnært element til branding, hvor det naturlige landskab og elementer som planter, vand, og jord skaber en følelse af forbindelse til miljøet. Denne billedstil fremhæver skønheden i naturen og kan bruges til at udtrykke værdier som bæredygtighed, økologi og ansvarlighed. Billederne skaber en følelse af ro og harmoni og appellerer til brands, der ønsker at kommunikere en dybere respekt for naturen og understrege deres engagement i miljøvenlige løsninger. Billederne er ofte lette, friske og inspirerende, og de giver beskueren en følelse af at være tættere på den naturlige verden.



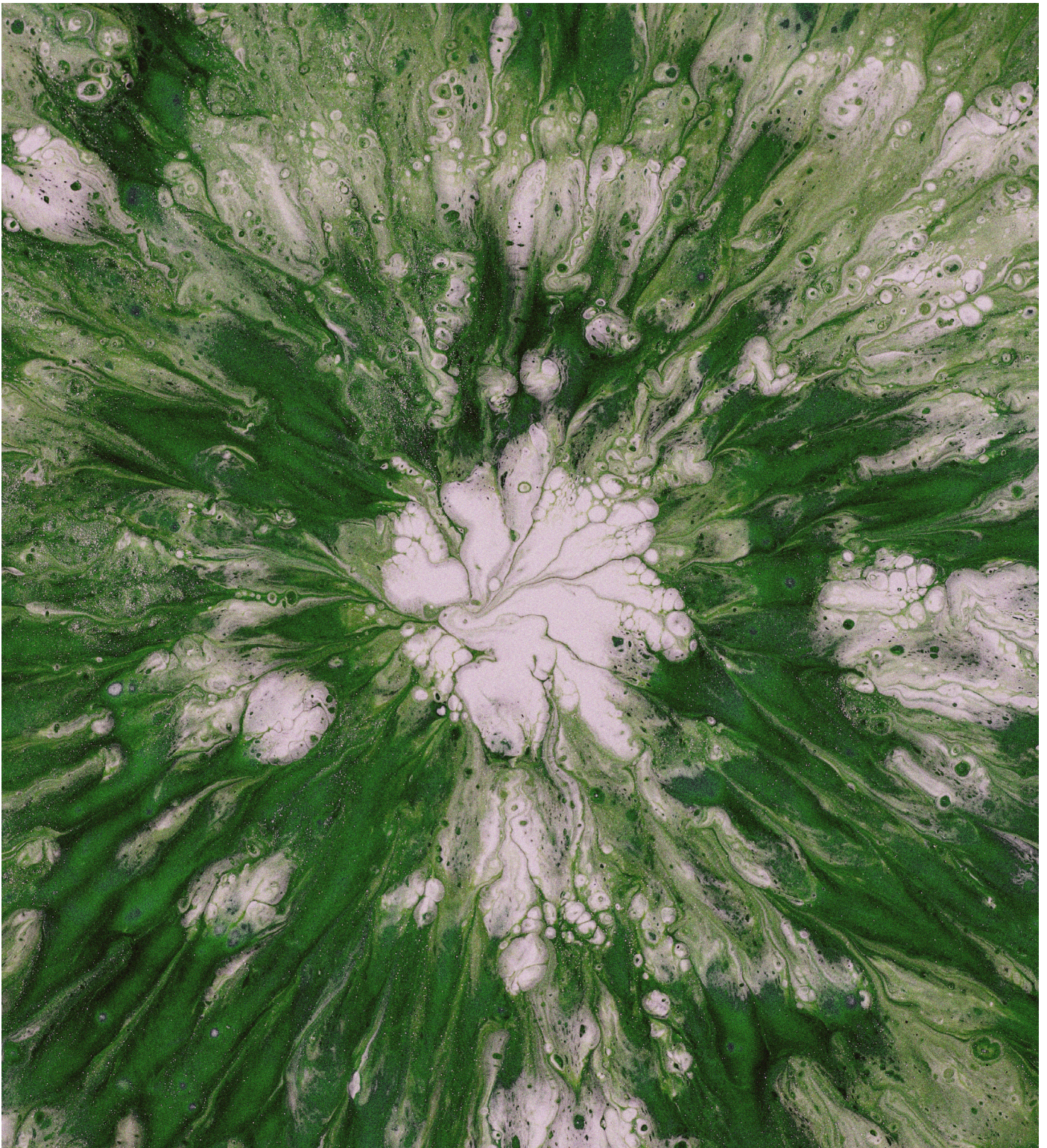
Stylet – Iscenesatte Omgivelser

I denne billedstil er hver detalje nøje udvalgt og arrangeret for at skabe et kunstnerisk udtryk. Billederne har høj kontrast, skarpe linjer og raffinerede omgivelser, der udstråler elegance og stil. Den iscenesatte natur af billederne gør dem perfekt til brands, der ønsker at fremhæve en luksuriøs eller sofistikeret image, hvor hver komponent af billedet er designet til at understøtte brandets visuelle identitet.



Livsstilebilleder – Autentiske Øjeblikke

Livsstilebilleder, der fanger naturlige, ufiltrerede øjeblikke, er perfekte til at vise virkelige scener og menneskelige forbindelser. Denne stil udstråler oprigtighed og relaterbarhed, da den ofte viser hverdagslige situationer, der skaber en følelsesmæssig forbindelse til målgruppen. Billederne er spontane og ægte, hvilket gør dem ideelle til brands, der ønsker at fremstå nærværende og autentiske i deres kommunikation.



Dynamisk & Energisk

Denne billedstil er præget af bevægelse, skarpe farver og høj kontrast, hvilket skaber en følelse af energi og intensitet. Billederne afspejler aktivitet og liv, og de bruges ofte til at fange opmærksomhed og skabe en følelse af hastighed eller spænding. Denne stil er ideel til brands, der ønsker at udstråle energi, ungdommelighed og dynamik, og som ønsker at engagere deres publikum med stærke visuelle elementer.

05 ILLUSTRATIONER/GRAFIK

Unikke illustrationer og grafiske elementer tilføjer personlighed og karakter til et brand. De kan bruges til at forstærke budskaber, skabe visuel variation og gøre brandet mere mindeværdigt i en verden af standardiserede løsninger.

Hvorfor er illustrationer og grafik vigtige i branding?

Forstærker brandidentiteten

Illustrationer og grafiske elementer kan gøre et brand mere genkendeligt og unikt. En veldefineret grafisk stil skaber sammenhæng i brandets visuelle udtryk og gør det lettere for målgruppen at huske og genkende brandet på tværs af platforme.

Understøtter budskaber visuelt

Grafiske elementer kan hjælpe med at forklare komplekse koncepter eller forenkle information. Infografikker, ikoner og visuelle symboler kan gøre budskaber lettere at forstå og hurtigt fange modtagerens opmærksomhed.

Tilfører kreativitet og personlighed

En særlig illustrationstil kan skabe en stærk visuel DNA, der skiller sig ud fra konkurrenterne. Illustrationer kan give brandet et mere menneskeligt og kreativt udtryk, hvilket skaber en tættere forbindelse til målgruppen.

Øger brugervenligheden

Ikoner, infografikker og grafiske detaljer kan gøre en hjemmeside eller præsentation lettere at navigere. Velplacerede visuelle elementer kan guide brugeren, forbedre overblikket og skabe en mere intuitiv oplevelse.

Retningslinjer for illustrationer og grafik i en brand guide

Illustrationstype

Skal illustrationerne være håndtegnede, digitale eller vektorbaserede?
Skal de være detaljerede eller mere minimalistiske?

Stil og udtryk

Skal illustrationerne være realistiske, abstrakte eller figurative?
Skal de have en organisk, blød stil eller en mere grafisk, kantet look?

Ikoner og infografik

Skal ikoner være enkle stregtegninger eller fyldte former?
Hvordan skal infografikker designes for at matche brandets visuelle identitet?

Grafiske elementer og mønstre

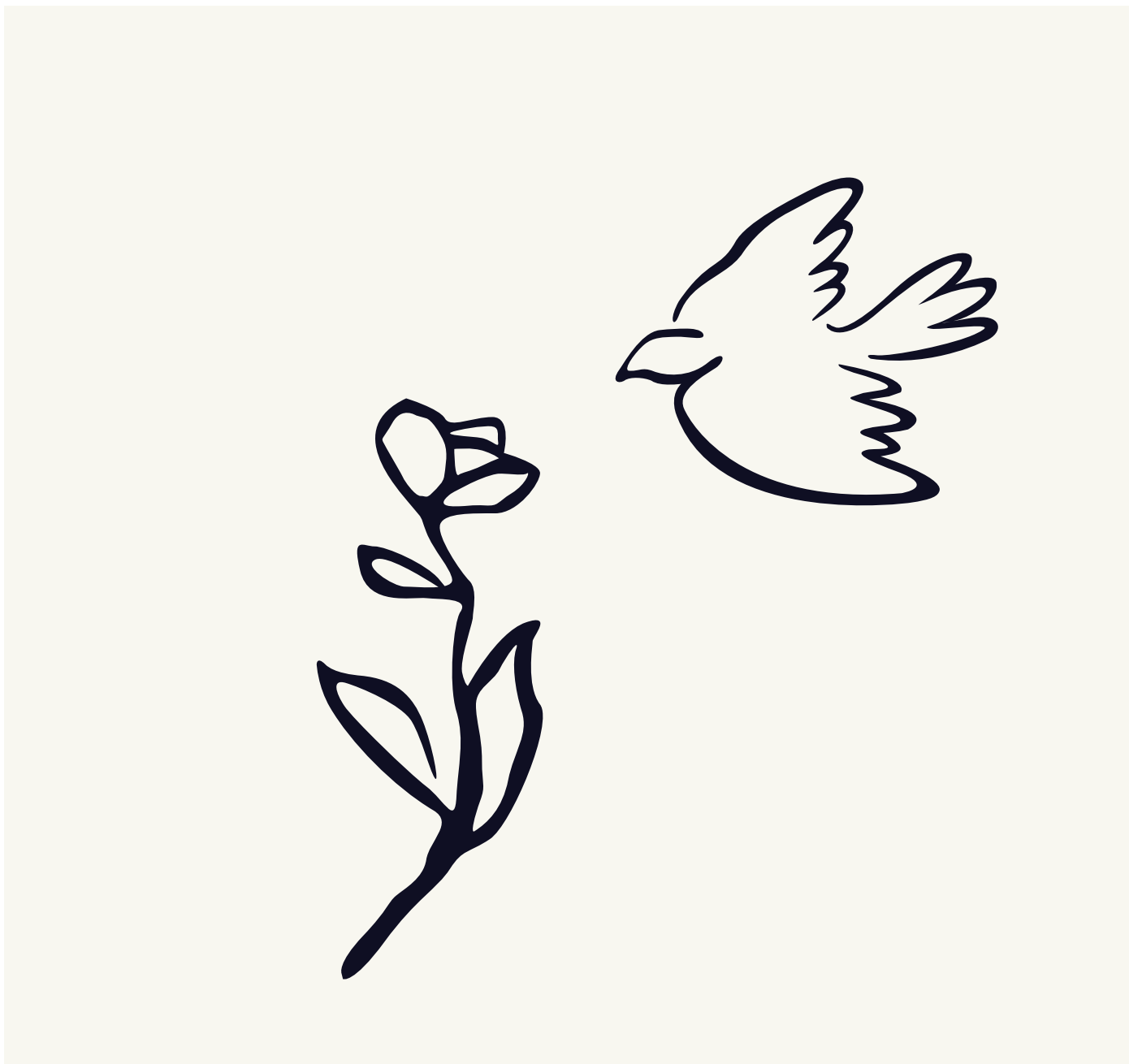
Skal brandet bruge gentagende mønstre eller særlige baggrundselementer?
Hvilke former og teksturer passer til brandets stil?

Brug af grafik på tværs af platforme

Hvordan integreres illustrationer i sociale medier, hjemmesider og præsentationer? Skal grafik bruges i emballage, trykte materialer eller annoncer?

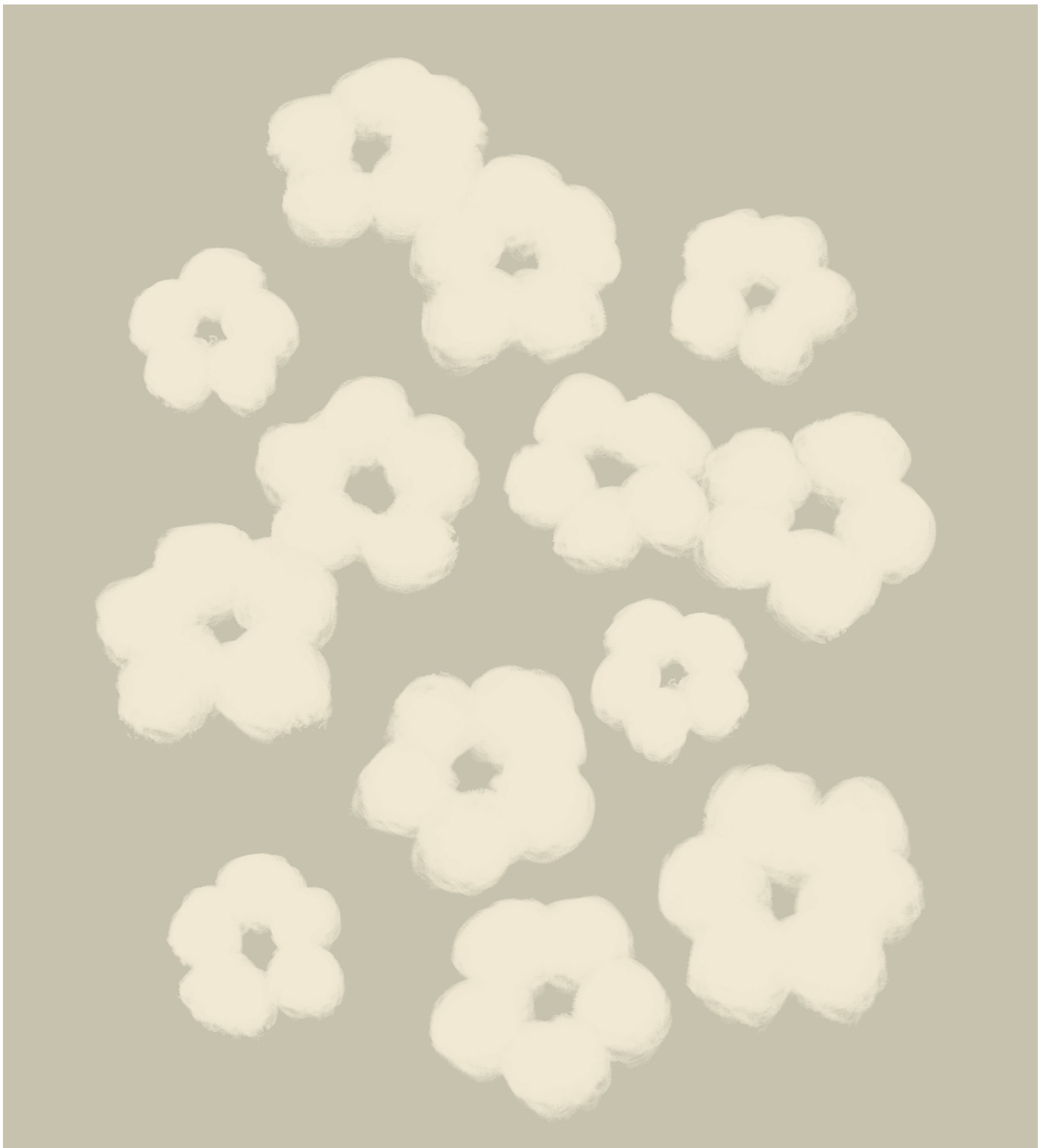
Eksempler på illustration- og grafiske stile i branding

Illustrationer og grafiske stilarter spiller en central rolle i branding, da de er med til at forme visuelle identiteter, der skiller sig ud og fremmer genkendelse.



Minimalistisk & elegant

Denne stil fokuserer på enkle stregtegninger og subtile former, der udstråler elegance og ro. De neutrale farver skaber et rent og sofistikeret udtryk, hvor hver linje og form er omhyggeligt valgt for at opretholde en følelse af balance og enkelhed. Minimalistiske illustrationer i branding bruges ofte til at kommunikere et raffineret og tidløst image, hvor kompleksitet er fjernet, og kun de vigtigste visuelle elementer står tilbage. Denne stil appellerer til brands, der ønsker at signalere luksus, moderne æstetik og klarhed.



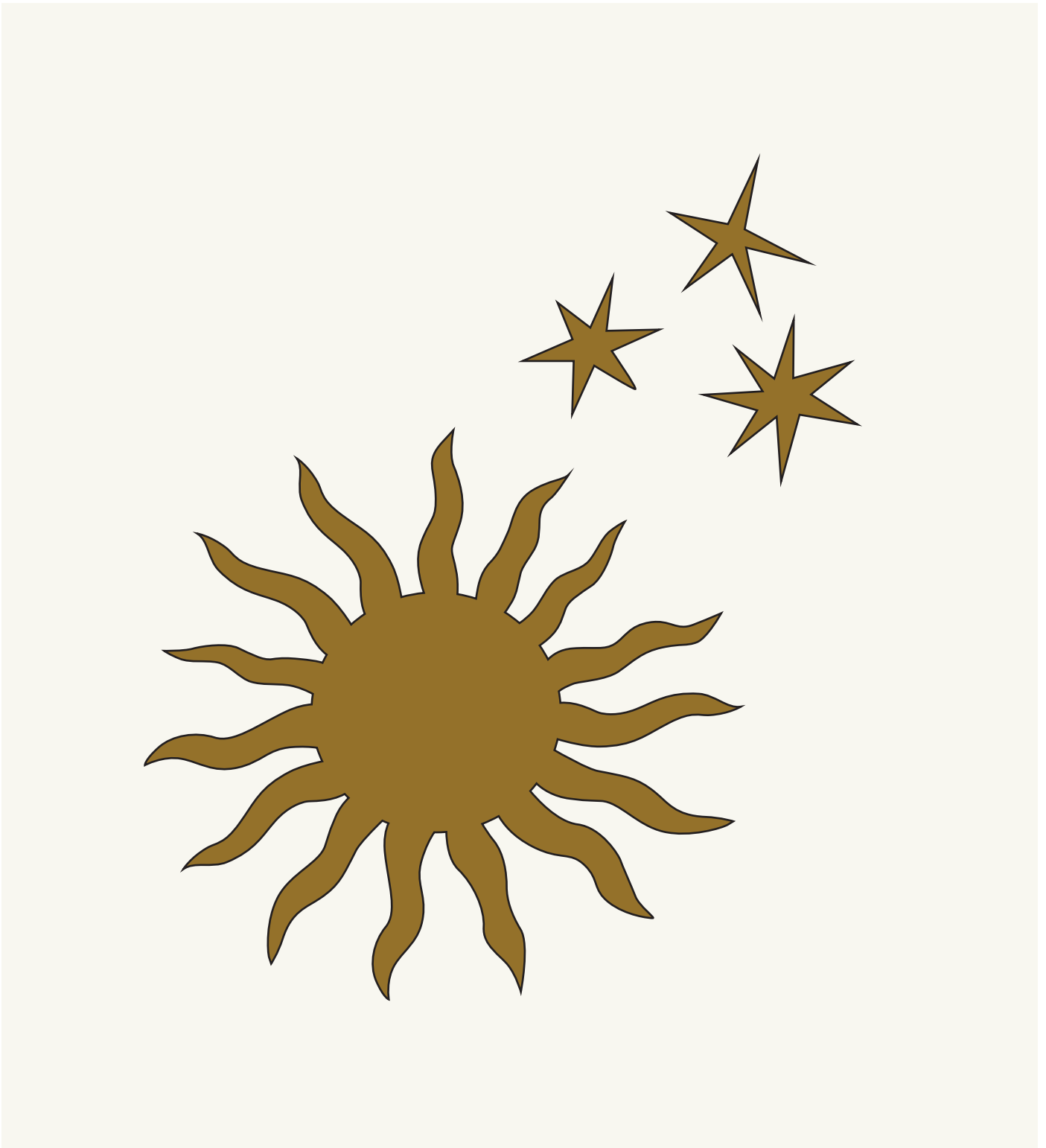
Naturlig & Håndtegnet

Med akvarellignende streger, bløde teksturer og botaniske elementer bringer denne illustrationstil en følelse af organisk skønhed og naturlighed til branding. De hånd tegnede elementer giver en personlig og autentisk følelse, der skaber forbindelse til naturen og menneskelig håndværk. Denne stil er velegnet til brands, der ønsker at udstråle bæredygtighed, håndværk eller kreativitet, og som ønsker at kommunikere et ægte og nærværende image. De bløde former og naturlige farver appellerer til et publikum, der værdsætter det autentiske og det naturlige.



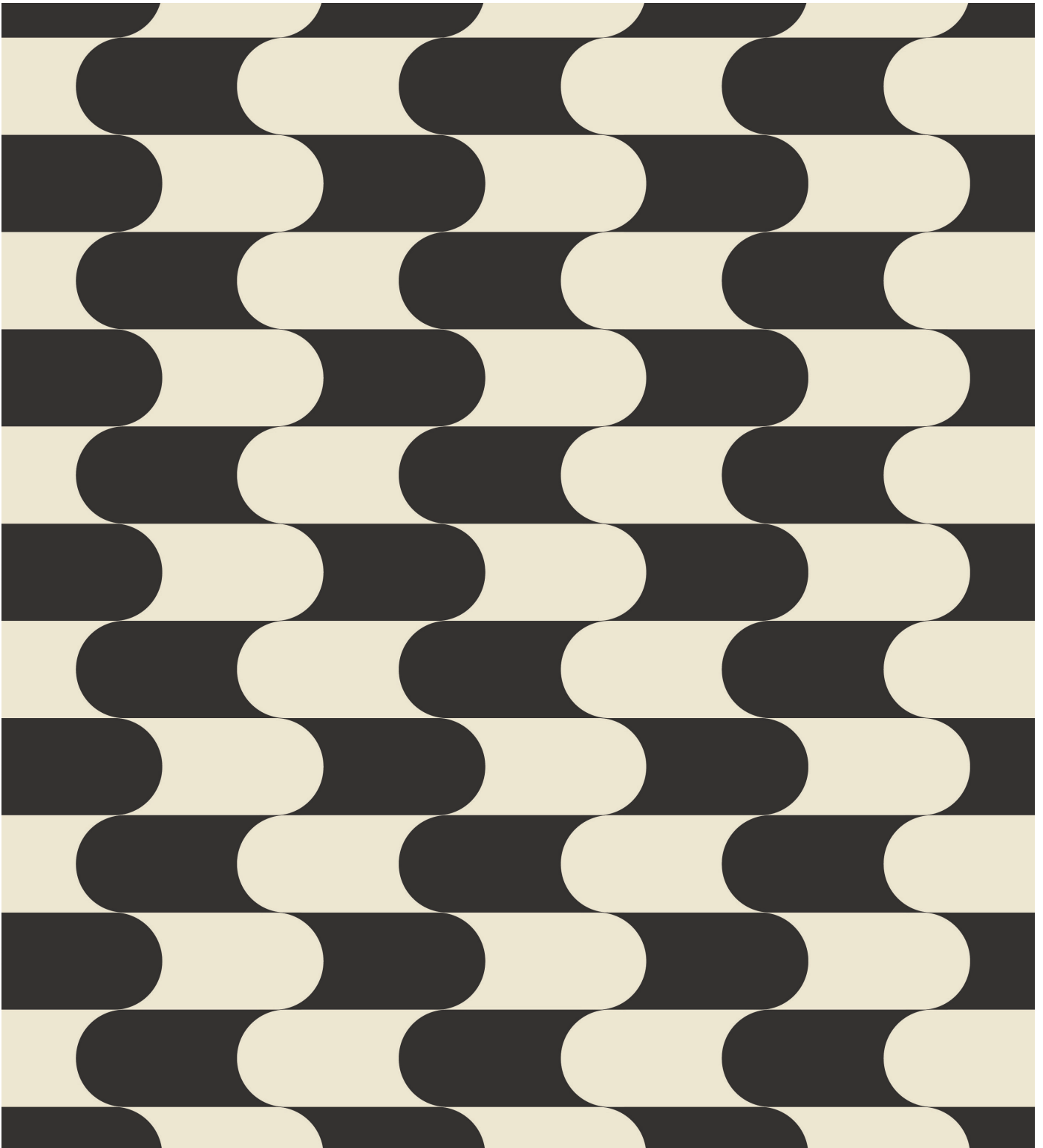
Silhouetillustrationer

Silhouetillustrationer i branding er en effektiv metode til at kommunikere et produkts eller brands essens på en enkel og genkendelig måde. Ved at bruge konturer fremhæves objektets form, uden at det bliver overvældet af detaljer. Dette gør det muligt for beskueren hurtigt at afkode, hvad objektet er, hvilket giver et stærkt visuelt indtryk og skaber genkendelighed. I branding bruges silhouetillustrationer ofte til at forenkle komplekse produkter eller koncepter, hvilket gør dem nemmere at forstå ved første øjekast.



Legende Abstrakte Illustrationer

Legende abstrakte illustrationer med en cartoonagtig stil er en effektiv måde at skabe en frisk og energisk visuel identitet på. Denne type illustration er kendetegnet ved farverige, fantasifulde former og elementer, der ofte bryder med traditionelle visuelle normer. Cartoonagtige illustrationer kan både være humoristiske og fantasifulde, hvilket giver brands mulighed for at kommunikere en legende og imødekommende tone.



Mønstre

Mønstre kan tilføje en særlig æstetik og rytme til et brands visuelle udtryk. De kan være subtile og elegante eller iøjnefaldende og dynamiske afhængigt af brandets tone og budskab. Mønstre giver også mulighed for at skabe en mere fleksibel visuel identitet, da de kan anvendes på mange forskellige måder uden at miste deres genkendelighed.

10 BRAND TO-DO'S: FRA FORMÅL TIL ACTION

Med denne trin-for-trin guide får du de essentielle byggesten til at skabe et solidt brand fra bunden. Du lærer, hvordan du opbygger en stærk og troværdig identitet, der ikke bare skiller sig ud, men også engagerer og inspirerer din målgruppe med en klar og målrettet strategi.



01 Definér dit brandformål

Start med at fastlægge, hvorfor din virksomhed eksisterer, og hvad du ønsker at opnå. Hvad er din mission, og hvordan gør du en forskel for din målgruppe?



02 Identificér dine værdier

Udvælg de grundlæggende værdier, der guider din virksomhed. Disse værdier skal gennemsyre alt fra dine handlinger til din kommunikation.



03 Skab en unik brandfortælling

Udvikl en historie, der engagerer og inspirerer. Fortæl, hvorfor du startede din virksomhed, og hvad der gør dig unik.



04 Definér din målgruppe

Undersøg, hvem dine ideelle kunder er. Forstå deres behov, ønsker, udfordringer og livsstil. Lav en detaljeret kundepersona, som kan guide din branding.



05 Udarbejd dit brandløfte

Skab et klart løfte til dine kunder, der beskriver, hvad de kan forvente fra din virksomhed, og hvordan du opfylder deres behov.



⁰⁶ Design din visuelle identitet

Skab et logo, vælg en farvepalette, skrifttyper og billedestil, der tydeligt afspejler dit brands personlighed og værdier.



⁰⁷ Udvikl en tone of voice

Definér, hvordan dit brand “lyder.” Skal du være professionel, varm, legende eller autoritær? Hold tonen konsistent i al kommunikation.



⁰⁸ Vælg dine platforme

Identificér, hvor du vil møde din målgruppe. Det kan være sociale medier, en hjemmeside, e-mails eller fysiske lokationer.



⁰⁹ Skab aktiverende indhold

Udarbejd engagerende indhold, der taler til din målgruppe. Brug storytelling, guides, visuals og kampagner for at styrke dit brands budskab og storytelling.



¹⁰ Tag Action og justér Løbende

Gør din branding levende ved at implementere din strategi. Evaluer regelmæssigt, hvordan dit brand præsterer, og justér, så du hele tiden er på rette vej mod dine mål.

A creative design studio based in Aalborg, Denmark, founded by graphic designer Michelle Schultz. The studio offers a full spectrum of design services, including brand strategy, graphic design, visual identity, and social media design, ensuring a cohesive and impactful result for every project.

CREATIVE WORKS. STUDIO





LET'S
SOMETHING

CREATE
EXTRAORDINARY!

Jeg er her for at dykke ned i dit brands unikke identitet, forstå dets værdier, målgruppe og vision, så vi sammen kan skabe en stærk og sammenhængende visuel fortælling og hvordan vi kan skræddersy en løsning, der passer præcist til dine behov.

Tøv ikke med at række ud, hvis du har spørgsmål eller ønsker at høre mere om mine designservices.

T: +45 50 45 47 73 E: HELLO@CREATIVWORKS.DK

Læs mere på **WWW.CREATIVWORKS.DK**

CREATIVE WORKS. STUDIO

DEVELOPED AND
DESIGNED BY

