

En !SOLID Brandbook

Selv for en ikke-“trykksak-nerd” som oss selv, er det enkelt å se at det er noe helt spesielt med Solids nye merkevarebok.

Det flotte, blanke omslaget med dypt trykk skjuler en komplisert grafikk som blir synlig gjennom den åpne ryggen, der hvert enkelt ark må passe helt perfekt for å danne ordet “BRANDBOOK”. Den oransje sømmen har en vakker finish som går i tråd med Solid-logoen på forsiden i samme farge.

Signe Nedertop Riddersholm fra Solids markedsavdeling i DK Company søkte nettopp etter resultatet ovenfor. Hun ønsket sparring og hjelp til en flott og slagkraftig trykksak og med vår erfaring fra mange vellykkede merkevarebøker var vi klare for utfordringen.

Fra papirvalg til innbinding

Det var Signes første merkevarebok og arbeidet startet hos DK Company, hvor vi sammen bygde grunnsteinene for innholdet, i forhold til formater, papir, materialvalg og hva som var teknisk gjennomførbart. Det er en langvarig prosess å klargjøre filer til en bok med så komplisert grafikk på grunn av den åpne ryggen, ikke minst på grunn av de vakre bildene fra fotoshooten som skal gjengis på riktig papirvalg.

Signe vært en del av prosjektet under hele prosessen. Hun fikk et prøvetrykk av innholdet, samt en blank dummy av boken, slik at den kunne godkjennes av kollegene før endelig trykkstart. Etter godkjenning var hun med på trykkstarten og hos bokbinderen (Centrum bogbinderi), slik at hun også kunne godkjenne innbindingen selv.

Et resultat hun virkelig kan være stolt av!

Kreative figurer blir en Instore-kampanje

I vårt showroom i Horsens er alle kunder velkommen til å besøke oss og få ekstra inspirasjon. Det er noe Signe og hennes kolleger har gjort flere ganger. Det gir mulighet til å kjenne på de ulike materialene og se hvordan de kan brukes til ulike kampanjer. Etter å ha hørt mer om mulighetene for å lage en kreativ utstilling, trykket vi store motiver av tegnede Solid-figurer til salgsmøtet deres, noe som prydet lokalet som et ekstra blikkfang. Kolleksjonsbilder ble trykket i stort format på kraftig cellulosepapp, som deretter fikk en tykk fold på sidene, slik at det visuelt lignet store, kraftige rammer.

Materialene fikk ros og ble så godt mottatt at det måtte finnes en måte å inkludere dem på i en kommende Instore-kampanje. De morsomme «tegnaseriefigurene» som gimmick ble så populære at de på en eller annen måte måtte inkluderes i designet. Løsningen endte opp i tredimensjonale skilt som både viser kleskolleksjonen og utskjærte figurer, samt klistremerker som giveaways.

Det er en fornøyelse å jobbe med Stibo som sparringspartner. !Solid merkevarebok har vært et stort og viktig prosjekt, i tillegg til å sikre det rette visuelle uttrykket. Stibo har vært kompetent og imøtekommende, og det har absolutt gitt stor trygghet å ha dem med i utviklingen. Vi er veldig fornøyde med resultatet av både boken og diverse materialer.

Signe Riddersholm
Grafisk designer, Markedsføring

