BHAPPY
BWILD
BRESPONSIBLE
BNICE
BSAFE
BCRAZY
BWONDERFUL
BGRAPHIC

B20

B20-MAGASIN · BGRAPHIC · 2000-2020

BEGEJSTRET, BEVÆGENDE, BRUGERVENLIGT, BEDRE, BETYDELIGT, BRILLANT, BERIGENDE DESIGN

20 år er gået. 20 år, siden Birgitte trykkede på knappen og lancerede BGRAPHIC. Der er sket meget i de år, der er gået – både hos BGRAPHIC og i den grafiske verden generelt. Værdierne og fokus er dog stadig det samme hos os.

Det hele startede i Birgittes stue på Østerbro i oktober 2000. Dot.com-krisen var i fuld gang. Planen var lagt ud til at starte en freelancekarriere.

– De første 14 dage skrev jeg dagbog, fortæller Birgitte. I dag har jeg købt en Mac, en mobiltelefon (min første!), en fax og en printer. Så ringede de fra Øresundsbroen. Næste dag ringede de fra Fondsbørsen, så fra HK, så fra Økonomistyrelsen, så fra Finansministeriet – og så havde jeg ikke tid til at skrive dagbog mere. Min bror fik faktura nr. 1 :-) De første måneder gik i fuld fart med opgaver og med at finde en bogholder, der kunne hjælpe med regnskabet. Hans Lolk blev min faste makker gennem flere år på bogholderi, sparring og økonomi.

– Hver aften gik jeg til postkassen med en stor stak kuverter. Korrektur-gange blev sendt på print. Færdige opgaver blev sendt på cd-rom med post til trykkeriet. Det var meget produktive dage. Og bare skønt at være dame i eget hus.

– Det blev hurtigt for sært at holde møder i stuen, så jeg fik lejet 100 kvm kontorlokaler på Amagertorv 15, 3. sal i indre København oven på Mads Nørgaard-butikken. Det skulle jo være centralt og præsentabelt. Vivi, Anne, Erik, Benedicte og Klaus med flere mødte op hver dag, og vi designede på livet løs for alle de dejlige kunder.

I 2006 blev det for trangt til seks medarbejdere, så vi rykkede over på Amagertorv 19, 1. sal på 250 kvm. Jeg mødte Kathrine på Amagertorv en dag i 2007, og kort tid efter blev Kathrine og Sole en del af teamet sammen med Kristian. Vi blev også Gazelle det år.

I 2009 blev Kathrine medejer og partner. Vi klarede finanskrisen, og vi holdt vores 10-års jubilæum i Rundetaa rn.

– Jeg ville være sikker på at være et sted, hvor gulvet kunne holde til 3-400 gæster. Og vi fik fuldt hus den dag, siger Birgitte. Håkan, Ebba, Maria og Jesper kom også med på holdet. Cathrine startede som student og er i dag vores dygtige projektleder på kommunikation og web.

Efter mange gode år på Amagertorv flyttede vi i 2018 til H. C. Andersens Boulevard 37 og har nu næsten 300 kvm. Vi har fået flotte lokaler, som vi er super glade for. Vores lokaler er fyldt med glade medarbejdere og B'er i mange størrelser.

Corona har jo gjort sit indtog i verden, og corona har også sat et stort aftryk på BGRAPHIC i 2020. Vi har formået at samle vores team omkring os og skabe en forretningsmodel, som forhåbentlig skal sikre os overlevelse gennem coronakrisen. Vi vil gøre alt, hvad vi kan for at holde BGRAPHIC flyvende i mange år endnu.

:-) :-) :-) :-) .....

Vi føler os både heldige, stolte og dygtige her 20 år efter BGRAPHICs start. Man forstår jo slet ikke, hvordan årerne flyver afsted. Når vi ser i vores katalog af cases og eksempler på opgaver, så kan vi jo godt se, at vi har været på arbejde en del af tiden. For vi har fået en del fra hånden.

Med tiden har BGRAPHIC formået at udvikle sig som virksomhed – både i form af hvad vi kan tilbyde og hjælpe vores kunder med, hvordan vi tænker kommunikationen, og hvordan vi skaber løsninger på et højt niveau. I dag udfoldes opgaverne både digitalt, online på websites, i PowerPoint eller Word, som infografik eller video. Og selvfølgelig stadig også på tryk.

I takt med at kunderne har efterspurgt nye løsninger, har vi i BGRAPHIC søgt at udvikle designløsninger baseret på omtanke, flot design og ud fra, at du skal være begejstret som modtager og kunde – det skal være bevægende, brugervenligt, betydeligt, brillant og berigende design. Helst i alle opgaver.

Nu er der gået 20 år. Vi vil markere det med vores B20-MAGASIN, som vi håber, du vil læse med glæde. Vi har samlet eksempler på nogle af vores kundecases. Vi vil vise dig logoer, visuelle identiteter, skabeloner, websites og tryksager af enhver art.

Vi lever og ånder for grafisk design.

VÆR GRAFISK > BGRAPHIC ... forever
...får man lyst til at sige :-) Enjoyyyy :-)

God læselyst :-)

Bedste hilsner fra
Kathrine Raunkjær & Birgitte Vestergaard

BGRAPHIC skaber unikke og professionelle løsninger – altid med god service og høj faglighed i fokus. Og så skal det være enkelt og ligetil.

:-)

INDHOLD

Grafisk design i 2020 – fra tryk til digital kommunikation med masser af infografik 6

Visuel identitet
Design din virksomhed 10
Logoer 12
Professionshøjskolen Absalon 14
Finansministeriet 16

Digital kommunikation
Officepakken kan bære dit brand igennem 18
DREAM 20

Website
Let's go online: Optimér dit website 22
HJORTHs Badehotel, Kandestederne 25

Nyhedsbrev
Del din verden med kunder og interessenter 26

Infografik
Infografik kan sige så meget mere end mange ord 28

Koncept og design
Design til de aktuelle dagsordener 32
Danmarks Evalueringsinstitut (EVA) 34
Femern A/S 36
Sundhedsstyrelsen 38
Center for Offentlig Innovation (COI) 40
Vestforbrænding 42

Firmaprofil, Årsrapport, CSR
Hvem er du? 44

Konferencer og messer
Innovative og indbydende konference- og messestande sikrer dig flere besøgende 48

BGRAPHIC
The BGRAPHIC crew 52
Vi samler på glade kunder :-)
Vil du være en af dem? 54
Der har været nogle fester 56

Nyhedsbrev
26

Infografik
28

Konferencer og messer
48

INDHOLD

Koncept og design
32

Website
22

Visuel identitet
10

BGRAPHIC
52

Grafisk design i 2020 – fra tryk til digital kommunikation med masser af infografik

I hverdagen tænker vi ikke meget over, hvor meget verden omkring os forandres hele tiden. Hvis vi ser på de opgavetyper, vi har udarbejdet de seneste 20 år, kan vi dog tydeligt se, at den digitale tidsalder har skabt nye behov og ændret vores opgaveliste gevaldigt.

I år 2000 og en hel del år frem var det normen, at alt, der skulle sættes op i form af publikationer, årsrapporter, bøger, brochurer osv., skulle trykkes og udarbejdes som et fysisk eksemplar.

Sådan ser verden bestemt ikke ud i dag. En del udgivelser bliver stadig trykt, men fælles for dem alle er, at de stort set uden undtagelse også publiceres som pdf'er, der kan læses digitalt.

Fra papir- til computerarbejde
Da BGRAPHIC startede op, indebar langt de fleste designopgaver trykt materiale. Når vi udarbejdede logo og visuel identitet, skulle det udfoldes på fysisk

2000

Logo for Birthe Friis, opgave nr. 0001.

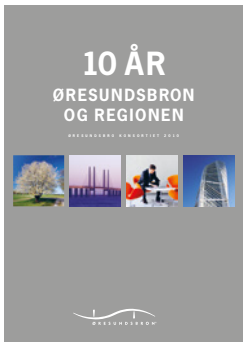
2007

Finansministeriets bog om deres fine hus.

2008

Publikationsdesign for regeringen, hvor Anders Fogh Rasmussen var statsminister.

2011



Publikationer og andre skønne opgaver for Øresundsbro Konsortiet.

brevpapir, konvolutter og visitkort. Og dertil kom design på publikationer, som skulle trykkes.

I dag er det fysiske brevpapir ofte udskiftet med digitalt brevpapir – og udarbejdet som en skabelon i Word. Og mailsignaturer programmeres digitalt.

Alt arbejde foregår fra en computer – både hos os i designbureauet og hos kunderne.

Flere af vores designere kan stadig huske, hvordan de tegnede i hånden eller brugte simplere programmer, når de skulle designe. I dag er der professionelle computerprogrammer med så mange funktionaliteter, at mulighederne næsten er uendelige.

Udviklingen af websites

Ligesom det virker mærkeligt, når man tænker tilbage på en tid, hvor ingen havde mobiltelefoner – og alligevel klarede sig igennem livet og dagens gøremål – så kan det virke mærkeligt, at vi engang kunne leve uden internet og websites.

Hos os i BGRAPHIC var vi også mange år om at gå fra en simpel, statisk side (læs: 7 år! – tak til Sofie Karen Lindberg for at efterspørge et website!). På vores første website stod der simpelthen bare vores navn og kontaktinformation – keep it simple og hemmeligt ;-) I dag bruger vi en del tid på at opdatere vores website med nyt indhold. Vores website er blevet vores talerør og salgskanal. Flere kunder googler os, og vi får nye kunder den vej.

En virksomhed i dag kan jo ikke leve uden et website, der tager kunderne i hånden og skaber gode brugeroplevelser – enten som præsentation af virksomheden, demo af produkter eller ved en tjekket købsoplevelse i en webshop.

Infografik har taget verden med storm

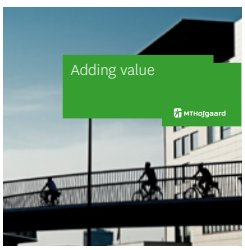
I takt med den stigende tilstedeværelse digitalt og især på sociale medier – kombineret med et behov for hurtig viden, fordi information ofte tjekkes på farten – så er infografik et fantastisk designelement, der er kommet for at blive.

Infografik kan forenkle det komplicerede, forkorte de lange konklusioner og skabe overblik over de indviklede budskaber. Infografikken gør, at man kan forstå de vigtigste pointer, selvom man måske ikke har tid til at gå i dybden.

Infografik er også at finde i trykte publikationer, hvor den også opfylder dens funktion til perfektion. En fordel ved digital infografik er, at den kan animeres, så den får endnu mere opsigtsvækkende og levende liv end på print.

Grafisk design er heldigvis blevet en vigtig del af en professionel virksomheds branding og hverdag. Det gode grafiske design hylder vi hver dag. Det skal nemlig være ordentligt – på alle mulige måder.

2015 2017 2018 2020



Visuel identitet for for MT Højgaard.

Koncept, design, website, animation, grafik til SoMe og skabeloner for VIVE.

Infovideoer i forbindelse med byggeriet af Letbanen for Movia.

PowerPoint-skabelon for Femern A/S.

H. C. Andersen.
Vi bor på hans boulevard.
Hans opfindsomhed og poesi er
en del af vores inspiration

Vi skaber grafisk design
og kommunikation med fokus på
design, kvalitet og service

Vi søger den enkle løsning,
der er brugbar, smuk og poetisk

Det skal fungere
for dig og din virksomhed.

VISUEL IDENTITET

Design din virksomhed

Se cases på visuelle identiter, vi har udviklet for bl.a. Professionshøjskolen Absalon, Finansministeriet, DREAM, HJORTHs Badehotel og Danmarks Evalueringsinstitut (EVA).

Identitet

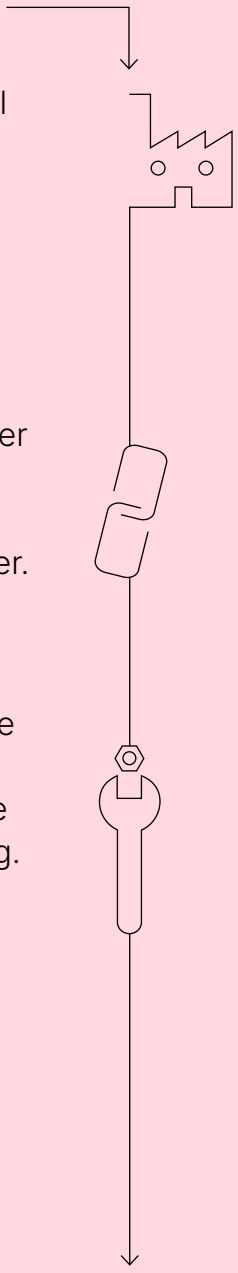
Din visuelle identitet er dit ansigt udadtil – det, dine kunder bliver mødt med, når de henvender sig til dig og din virksomhed. Du skal derfor gøre dig klart, hvordan du vil fremstå, og hvad dit formål er med din virksomhed. Vi hjælper dig med sparring og rådgivning. På den måde finder vi den bedste løsning i samarbejde med dig.

Sammenhæng

Som vi ser det, skal det hele hænge sammen. Dit design og din kommunikation skal altid tilpasses den enkelte platforms præmisser – de behøver ikke være ens. Der bør dog altid være en tydelig design- og kommunikationsmæssig sammenhæng, så man med det samme kan aflæse og genkende dig og dit brand som afsender.

Værktøj

Vi ser design som et værktøj. Et værktøj, der hver dag skal fungere effektivt for dig og din virksomhed. Du kan med få virkemidler få sat dit brand og din kommunikation i spil. Dine aktiviteter kan blive sat i et system, der er enkelt at håndtere og anvende i din hverdag.



VISUEL IDENTITET: **LOGOER**

Her ser du et udvalg af logoer, som er blevet designet af BGRAPHIC.

BYGNINGSSTYRELSEN

BECH-BRUUN

KONSULENTGRUPPEN STRANDGADE

seacon

Marine Ingredients Denmark

EL VAND

HJORTHS BADEHOTEL

CENTER FOR
OFFENTLIG INNOVATION

ICARS

DREAM

velzeet

AB
SAL
ON

LØNKOMMISSIONEN

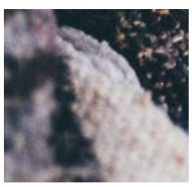
LYNGSKOMMUNIKATION

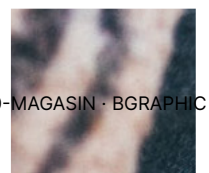
EUROPEAN
FISHMEAL AND FISH OIL
PRODUCERS

PROFESSIONS-
HØJSKOLEN
ABSALON

Uddannelser med fokus på læring

I forbindelse med navneskift til Professionshøjskolen Absalon har BGRAPHIC udarbejdet nyt logo og visuel identitet.





1. Merchandise til lancering af nyt navn og visuel identitet
2. Brochureforside
3. Rollup-banner
4. Plakat
5. Visitkort

Det starter med grundig research
Professionshøjskolen Absalons nye design er udarbejdet ud fra grundig research og analyser om skolen, om ærkebiskoppen Absalon samt samtaler og dialogmøder med ledelsen hos skolen.

Det nye design tilfører en fornyelse af skolen og den måde, de præsenterer sig på. Tidligere har hver uddannelse været adskilt med forskellige farver, hvilket til tider har givet udfordringer designmæssigt. Ved at samle og ensrette designet får organisationen en samlet identitet, som styrker og tydeliggør deres fællesskabsfølelse og deres brand.

Strategisk tænkning for at sikre den bedste lancering
Vi var også med til at udvikle en strategi for, hvordan det nye navn og den nye identitet skulle udrulles, så både medarbejdere, studerende og interessenter ville tage godt imod den nye visuelle identitet.

Kampagnen løb over flere dage, hvor først medarbejdere og derefter studerende fik lanceret nyheden. Det skete bl.a. ved hjælp af en video, hvor rektor fortalte om navnet og bevæggrundene for navneskiftet. Derudover designede vi forskelligt kampagnemateriale, bl.a. foldere, akrylbogstaver, pastilæsker og flag, som alle var med til at synliggøre og skabe opmærksomhed på navneskiftet og den nye identitet.

Både medarbejdere og studerende er en del af skolen og ambassadører for skolen – så det var vigtigt, at de tog godt imod det nye. På den måde spredte nyheden og den gode omtale sig – og navneskiftet blev en succeshistorie.

1.

2.

3.

4.

5.

Fantastisk udvikling i offentlige designopgaver

Politiske beslutninger tages ofte med kort varsel og på skæve tidspunkter i forhold til en normal arbejdsdag. Derfor står vi til rådighed med 24-timers service, når det er nødvendigt.

Professionalisme både internt og eksternt
Finansministeriet kommunikerer med politikere, pressen og borgere i Danmark. Ofte er det komplekse budskaber, der skal nå mange modtagere på kort tid, og de skal videreformidles i en forståelig og lettilgængelig form.

Finansministeriet har benyttet sig af BGRAPHICs kompetencer siden år 2002. Gennem årene har vi opdateret og fornyet deres visuelle identitet samt løst opgaver af meget bred karakter.

Hvert år skal Forslag til Finanslov udgives. Omslagene har skiftet design, når der er tiltrådt en ny regering. Der er altid stor bevågenhed, når Finansloven skal forhandles, så vi ser ofte vores omslag på tv og i medierne. Trykprøverne fylder efterhånden en del på hylderne hos os – nu er vi en del af Danmarkshistorien.

Derudover har vi bl.a. også udviklet publikationsdesign, flere politiske visionsoplæg, PowerPoint- og Word-skabeloner samt materiale til pressemøder og konferencer.

Finansministeriets styrelser er ligeledes blevet indrullet i designprogrammet som en naturlig del af samarbejdet, da mange af opgaverne er cross-over for hele koncernen.

De digitale værktøjer i Finansministeriets koncern er både avancerede og effektive at arbejde med. Skabelonerne har været med til at skabe en professionel kommunikation – både internt og eksternt i koncernen, når der skal kommunikeres bredt ud i Danmark. Det har været en spændende udviklingsproces gennem mange år.

Løsningerne udvikler sig stadig. Når omverdenen ændrer sig, skal kommunikationen og værktøjerne også tilpasse sig, så virksomheden formår at møde borgeren i øjenhøjde.

Til rådighed med kort varsel
I en omfattende politisk proces kan budskaber og indhold besluttes eller ændres i sidste øjeblik. Derfor yder BGRAPHIC 24-timers service for Finansministeriet. Vi sikrer altid, at vi kommer godt i mål med opgaverne.

VELLIV Foreningen

Design af PowerPoint-skabelon med en samling af slides, der sikrer professionelle og ensartede præsentationer.

Officepakken kan bære dit brand igennem

De fleste arbejdspladser arbejder i Microsoft Office-pakken – med PowerPoint og Word som nogle af de mest gængse programmer. Programmerne kan fx bruges til at udarbejde præsentationer, rapporter, notater og breve.

For at sikre at Officepakken er det bedste digitale værktøj for dig, skal din virksomhed have skabeloner til at arbejde i. Skabeloner sikrer, at dit brand og din kommunikation fremstår ensartet og professionel. Desuden er velfungerende skabeloner fantastiske og brugervenlige redskaber for alle medarbejdere.

Det starter ofte med en PowerPoint

I BGRAPHIC elsker vi PowerPoint. Vi ved allerede, at det er mange af vores kunders favoritprogram. Og vi bliver faktisk ofte fundet via Google pga. et behov for en flot og professionel PowerPoint-præsentation.

Vi har derfor valgt, at vi skal være de bedste i byen til at udvikle gode PowerPoint-skabeloner for vores kunder. Så du nemt kan komme i mål med en tjekket præsentation.

PowerPoint-præsentationer anvendes på de fleste arbejdspladser – fx til interne møder, møder med kunder, interessenter, samarbejdspartnere, store og små forelæsninger og konferencer. Og til mange typer af præsentationer – fx information, videndeling eller sparring.

En PowerPoint-skabelon består af et antal masterslides, hvor designet er defineret på forhånd, og du skal som bruger blot tænke på det indhold, du vil have i din præsentation. Det er en fordel, hvis selve skabelonen er så enkel som muligt. Især når mange forskellige medarbejdere skal kunne arbejde i den.

Men det er ofte ikke nok kun at have en velfungerende PowerPoint-skabelon. De fleste virksomheder har også brug for at kunne udsende professionelle breve, notater og rapporter. Og her kommer Word-skabeloner ind i billedet.

Der er mange fordele ved en skabelon

En Word-skabelon gør på mange måder det samme som en PowerPoint-skabelon. Den fungerer som et værktøj, der sikrer, at al kommunikation fra din virksomhed ser ensartet ud og bærer virksomhedens branding.

En rapportskabelon, udarbejdet i Word, består af forskellige sidetyper. Det kan fx være forside, kolofon, indholdsfortegnelse, kapitelsider og almindelige tekstsider. Har du brug for grafer, faktabokse og andre elementer, der skal kunne indsættes, definerer vi også designet til disse. En brevskabelon i Word er mere simpel, men konceptet er det samme.

Typografi, skriftstørrelser, farver, marginforhold, grafer, tabeller og figurer bliver programmeret, så dine medarbejdere altid har samme udgangspunkt for at udarbejde en præsentation eller en udgivelse.

Dit design og dine behov

Når vi udarbejder skabeloner til vores kunder, tager vi udgangspunkt i jeres behov, og jeres ønsker til funktioner. For dem kender I bedst selv. Det er vigtigt at afdække, hvad skabelonerne skal kunne, for at de virker optimalt for dig og i jeres arbejdsgange.

Formålet er i sidste ende, at du hurtigt kan udarbejde en præsentation, en rapport eller et brev. Som fungerer som et arbejdsredskab til dig – og som sikrer, at din virksomhed fremstår professionel, fordi al kommunikation er ensartet både i indhold og design.

PowerPoint- og Word-skabeloner gør det nemmere for alle medarbejdere i virksomheden at kommunikere og præsentere jeres idéer, ydelser eller produkter.

ESPON

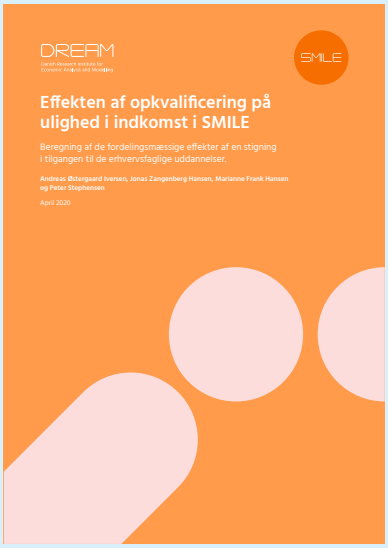
Design af en visuel identitet, som bl.a. udfolder sig på en rapportskabelon i Word.

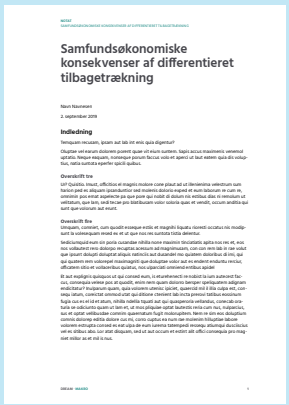
https://www.espon.eu/

DANMARKS EVALUERINGSINSTITUT (EVA)

Design af en visuel identitet, der bl.a. inkluderer en rapportskabelon i Word og PowerPoint-præsentation.

https://www.eva.dk/





WORD-SKABELONER

Rapport,
Arbejdspapir,
Notat,
Kort notat,
Brev

Vi opfylder drømmen om effektive, gode og indbydende skabeloner

Dream. Smile. Grøn reform. Man kan da kun blive i godt humør af DREAMs navnevalg. Vi har optimeret alle gode drømme i et nyt design, der dækker fremtidens digitale behov.

DREAM – Danish Research institute for Economic Analysis and Modelling leverer nationaløkonomiske analyser af den danske økonomi. Analyserne anvendes bl.a. af ministerier, kommissioner, interesseorganisationer og tænketanke.

Designinspiration i DREAMs eget materiale

Et af DREAMs vigtigste analyseredskaber er fem unikke økonomiske modeller. I det nye grafiske udtryk har vi ladet os inspirere af grafer, der viser fremskrivninger, fordi DREAMs økonomiske modeller bl.a. illustrerer dette om mange forskellige samfundsforhold, fx tilhørsforhold til arbejdsmarkedet, boligefterspørgsel og indkomstfordeling.

→

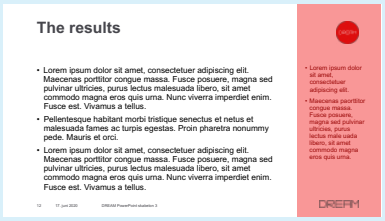
POWERPOINT-SKABELON

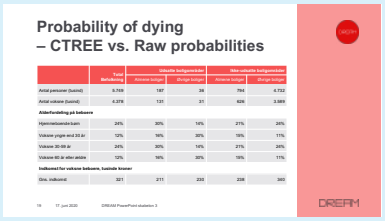
Man kan i samme skabelon vælge det arbejdsområde og dermed det design, præsentationen skal vises i.

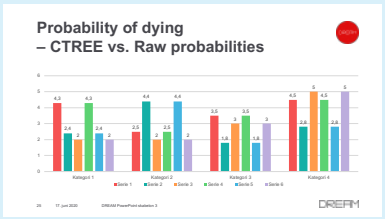
→ →

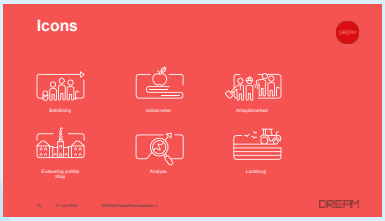
WEBSITE

https://dream-gruppen.dk/









De fem modeller profileres ligeledes i den visuelle identitet med hver sit logo og farve. Det giver DREAMs interessenter et godt overblik over deres arbejdsområder og adskiller tydeligt modellerne, samtidig med at der er en visuel sammenhæng på tværs af de fem modeller. De fem farveuniverser er også gennemgående på billeder samt i illustrationer og ikoner.

Fremtidens digitale behov

Den digitale udvikling giver hele tiden mulighed for at kommunikere på nye og mere avancerede måder. Vi har designet Word- og PowerPoint-skabeloner, der giver DREAMs medarbejdere gode værktøjer til selv at kunne udarbejde visuelt indbydende rapporter og præsentationer med et komplekst indhold. Skabelonerne sikrer ensartethed og professionel kommunikation gennem hele organisationen og til omverdenen.

DREAMs nye visuelle identitet opfylder virksomhedens kommunikationsbehov i dag. De har fået flere muligheder og værktøjer – og deres arbejdsområder og modeller er mere overskuelige. Derudover samler identiteten virksomheden og styrker dens brand.

WEBSITE

MARINE INGREDIENTS DENMARK

Webdesign med flot infografik, godt overblik og fokus på nyheds- og Twitterfeed.

https://maring.org/

Let's go online: Optimér dit website

Hos BGRAPHIC brænder vi for at udtænke, designe og udarbejde et website, som har fokus på flot design, brugervenlighed og intuitiv struktur.

Har du prøvet at google, hvordan du får mere trafik på dit website og læst dig til, at du skal søgeords-optimere? Søgeord er absolut en del af løsningen. Det er vi enige i. Dine tekster på websitet skal naturligvis indeholde de ord, som du forventer, at dine kunder søger på.

Stærk webkommunikation med stærkt design

Mange web-managere og andre specialister inden for den verden fokuserer dog nærmest udelukken de på søgeord. Som vi ser det, så er den mest optimale løsning, når søgeord og design går op i en højere enhed.

Hvis du virkelig vil shine og sikre mere trafik på dit website, så skal struktur og design virke optimalt og være gennemarbejdet. Dit website skal professionaliseres hele vejen rundt. Så står du stærkt i din webkommunikation.

Læs vores fire gode råd til, hvordan du optimerer dit website:

1.

Opdatér løbende dit indhold – det giver dig et Google-venligt website

Design og struktur skal udtænkes på en måde, så der løbende tilføres nyt indhold på websitet, især på forsiden. Når Google ser opdateringer på indholdet, kommer websitet højere op i søgningerne (den såkaldte Google ranking).

Nyheder på forsiden kan fx være med til at optimere din Google ranking. Nyhederne kan være placeret på en underside, men de seneste 2-3 nyheder kan trækkes frem og automatisk vises på forsiden.

Du kan også vælge at have et feed fra et af dine sociale medier, fx Twitter eller Instagram. Så bliver dine seneste posts vist på websitet. Det kræver naturligvis, at du er aktiv på de sociale medier, så både besøgende på websitet og Google kan se, at der sker noget i din virksomhed.

DREAM

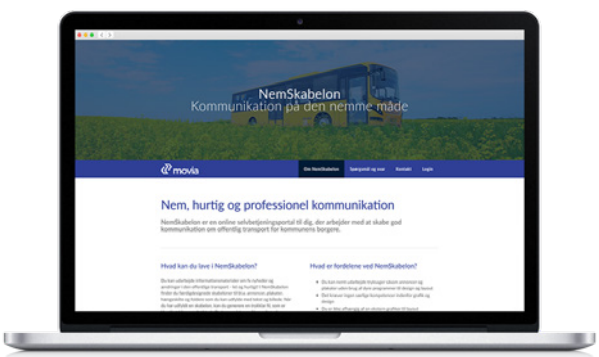
Det nye design matcher virksomhedens digitale behov og præsenterer arbejdsområder og modeller på overskuelig og professionel vis.

https://dreamgruppen.dk/

KONSULENT-GRUPPEN STRANDGADE

Det moderne webdesign giver overblik over konsulenternes stærke kompetencer.

https://kgstrandgade.dk/



MOVIA

Portalløsning til kommunal trafikinformation. Indeholder skabeloner til printprodukter med tilhørende explainervideoer.

http://www.nemskabelon.dk/

2.

Tænk din målgruppe ind i alle aspekter af processen

Du skal ikke udarbejde dit website for at få så meget trafik som muligt. Du skal udarbejde det for at få så meget RELEVANT trafik som muligt. Du skal ramme din målgruppe – alle andre er ikke så vigtige. Du skal derfor tænke over, hvem det er, du vil have til at besøge dig. Hvad tiltaler dem? Hvad vil de se? Hvad leder de efter hos dig – og hvordan kan du lettest give dem det, de søger?

Er dit website en videns- eller informationsportal, hvor modtageren skal kunne finde information, materiale og viden? Er dit website et udvidet visitkort, hvor potentielle kunder kan få en introduktion til dig og dine projekter? Er dit website et salgsværktøj, hvor du med en bookingside eller indkøbskurv skal have de besøgende til at placere en bestilling?

Du skal have en tydelig call to action – og den skal være tiltalende for lige præcis din målgruppe. Både i struktur, design og tekst – og søgeord :-)

WEBSITE

KILDEGÅRD PRIVATSKOLE

Skolen vil med sit website gerne tiltrække nye elever og henvender sig primært til forældre, der leder efter en ny skole til deres barn. I det daglige er skolens intranet omdrejningspunktet for lærere, elever og deres forældre.

https://kildegaard.dk/

3.

Hav fokus på kunderejsen i webdesign og resten af dit brand

Modtagerne skal føle sig trygge og velkomne og føle, at de bliver guidet på rejsen rundt i dit brand – det gælder på dit website og generelt på dine platforme.

For det er vigtigt, at alle dine platforme fungerer optimalt og effektivt sammen. Betragt dine platforme som værktøjer, der skal fungere godt for dig i din kommunikation. Det er vigtigt, når du møder en kunde – fx når du præsenterer dig og din virksomhed i en PowerPoint-præsentation, eller når du uddeler salgsmateriale eller visitkort.

Når kunderne senere googler sig frem til dit website, skal der være en klar sammenhæng mellem det, de tidligere har set og websitet. Kunderne skal genkende dig og din virksomhed.

Det gør sandsynligheden større for, at de benytter sig af dine services, husker dig, kommer igen – og ikke mindst anbefaler dig til andre.

4.

Hav også kunden i tankerne, når det gælder det responsive website

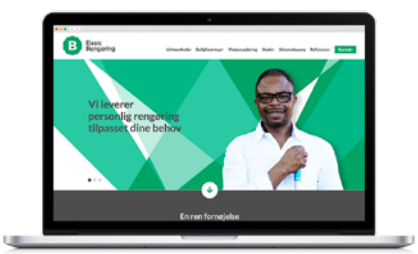
Flere og flere går på nettet via mobil eller tablet. Derfor er det vigtigt, at dit website er optimeret til alle skærmtyper og digitale enheder – mobil, tablet og desktop.

Et website skal altid være responsivt, men det er dog også vigtigt, at du tænker over, hvem din specifikke målgruppe er, og hvilke kanaler de anvender. Hvis dine kunder næsten udelukkende besøger dit website via desktop, skal der muligvis bruges ekstra energi på designet til netop denne skærmstørrelse. Hvis dine kunder derimod altid besøger dit website fra mobilen, vil det være oplagt at fokusere særligt på udtrykket i den mindre skærmstørrelse.

ELVAND

Book en elektriker online – med det samme :-)

http://elvand.dk/



BASIC RENGØRING

Nyt brand til en succesfuld rengørings- og servicepartner.

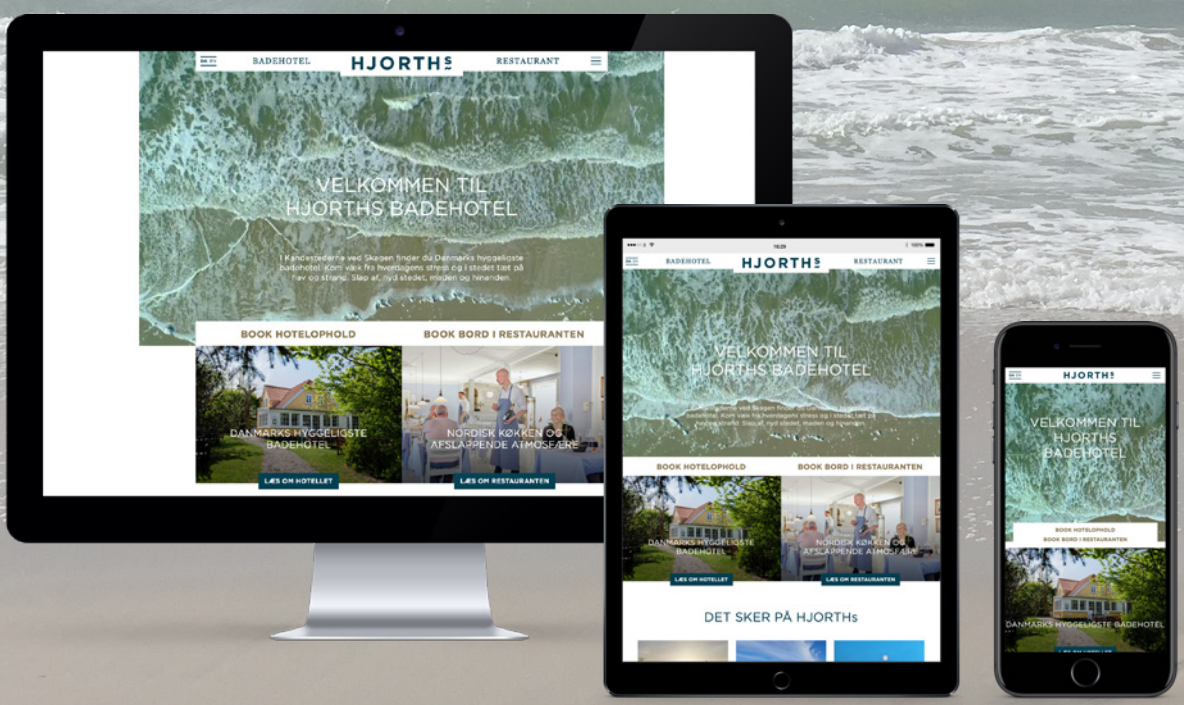
http://basicren.dk/

Vi har tabt hjertet til et badehotel

Design med tradition og masser af fornyelse. Allerede på websitet skal du mærke den ro og afslapning, du får på HJORTHs.

BGRAPHIC har udarbejdet nyt logo, visuel identitet og website for det populære badehotel i Kandestederne ved Skagen. Det er klart et besøg værd!

https://hjorthsbadehotel.dk/



Del din verden med kunder og interessenter

At udsende nyhedsbreve giver din virksomhed mulighed for at informere, skabe opmærksomhed eller sælge jeres ydelser og produkter. Det kan være en simpel og effektiv måde at kommunikere med dine kunder eller interessenter på.

Du kan udarbejde forskellige nyhedsbreve til forskellige segmenter, hvis du kan inddele dine modtagere i mindre grupper. Du rammer stadig mange modtagere med samme information, og du kan føre statistik og tilrette din kommunikation ud fra de konklusioner, du kan drage ud fra statistikken. Det kan fx have at gøre med, hvilken dag og hvad tid på dagen nyhedsbrevet sendes ud. Hvad du skriver i emnefeltet, hvad dine overskrifter er, emner for indhold, dine call to actions osv.

Billig måde at kommunikere på
I dag kan man relativt hurtigt udsende nyhedsbreve ved hjælp af programmer som fx Mailchimp og Apsis. Programmerne kan både hjælpe med opsætning af nyhedsbrevet, håndtering af modtagere, styring af selve udsendelsen samt statistik over antal leveringer, åbningsrate, klik m.m.

Nogle programmer koster penge, og andre er gratis indtil et vist antal udsendelser og/eller modtagere.

Programmerne hjælper dig også med at holde styr på til- og frameldte modtagere, så du sikrer, at du overholder GDPR-reglerne.

Design gør en forskel for succesrate
Det er vores erfaring, at der – selvom man kan komme rigtig langt ved at arbejde i et af disse programmer – ofte kan være behov for hjælp til at sikre, at nyhedsbrevene får et ensartet design, og at nyhedsbrevet bliver en naturlig og professionel del af din virksomheds kommunikation i både tekst og visuelt udtryk.

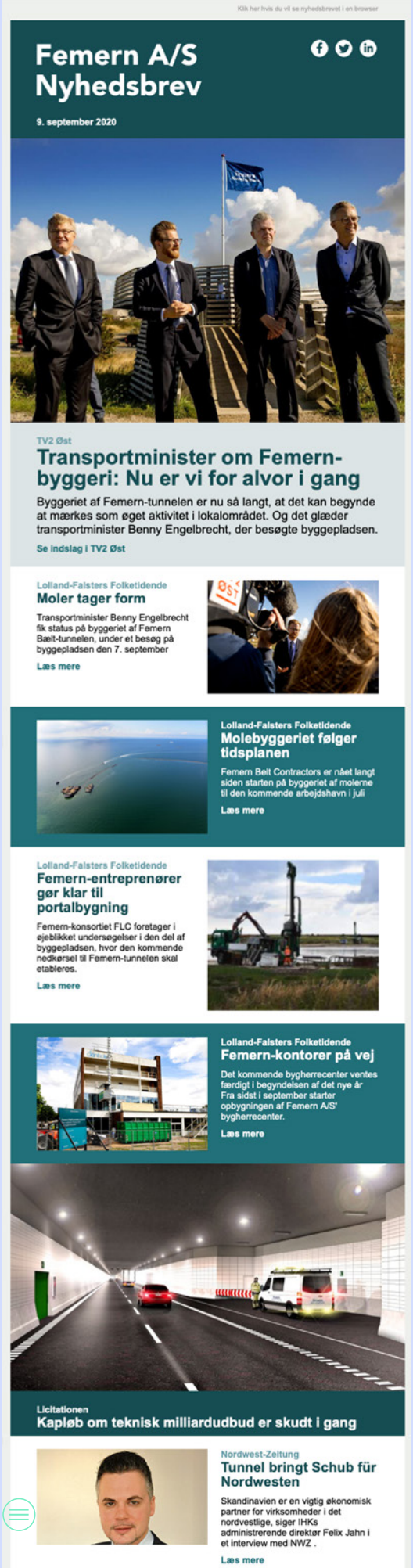
De fleste mennesker modtager mange nyhedsbreve, og derfor gælder det om at sikre, at netop dit nyhedsbrev bliver åbnet, læst og klikket på. Du kommer langt med brug af elementer fra din virksomheds visuelle identitet, ikoner, fotos, infografik og farver.

De tre nyhedsbreve på næste side er udarbejdet i tre forskellige email-programmer – og med forskellige designvalg, der er foretaget med udgangspunkt i hver virksomheds visuelle identitet. Alle tre nyhedsbreve signalerer professionalisme og seriøsitet. Samtidig med, at de skaber opmærksomhed med bl.a. farver og billeder.

Husk at tilmelde dig BGRAPHIC NEWS :-)

Vi sender nyhedsbrev ud ca. 4 x årligt med tips & tricks, artikler om design og vores nyeste cases til inspiration for dig.

Tilmeld dig her >

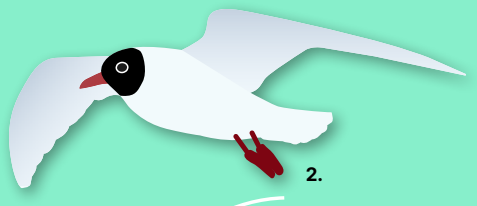


← ←
FEMERN A/S

←
STENO DIABETES CENTER SJÆLLAND

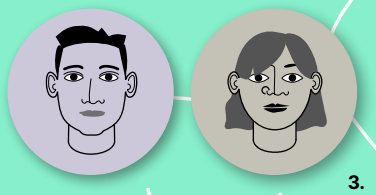
←
DANSK BIBLIOTEKS-CENTER (DBC)

1.



2.

Infografik kan sige så meget mere end mange



3.

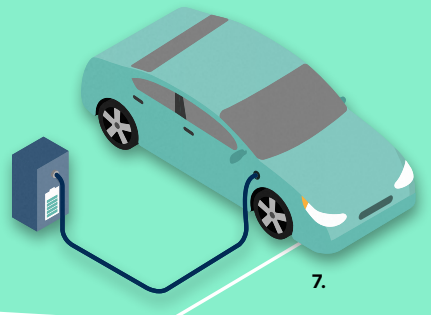
4.

ord

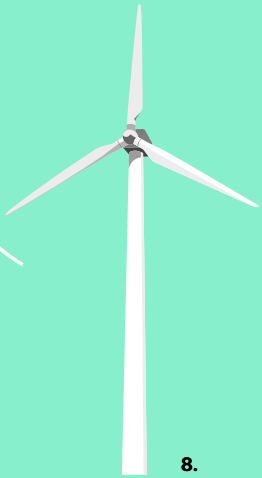
5.

1. Sundheds- og Ældreministeriet, De Nationale Mål
2. Femern A/S
3. Rambøll
4. Institut for Menneske-rettigheder
5. Miljøstyrelsen
6. Femern A/S
7. FLSmidth
8. FLSmidth

6.



7.

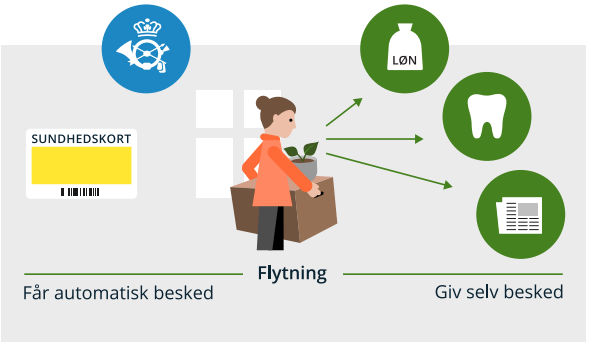


8.

INFOGRAFIK: **EKSEMPLER**

8. Sundhedsstyrelsen
9. Borger.dk
10. ESPON
11. Sundhedsstyrelsen
12. Arbejdsmiljørådet
13. Femern A/S

8.



9.

Infografik er vejen frem. Vi bliver bombarderet med information og data, så snart vi kigger på vores smartphones, computere, tablets eller tv – og det må de fleste af os nok indrømme, at vi gør ret tit.

Infografik kan være med til at overskueliggøre data. Det kan gøre det komplicerede håndgribeligt, og det kan hjælpe til at fremhæve pointerne i din kommunikation. Og så kan en infografik spare os tid, fordi vi hurtigere forstår informationen, som infografikken beskriver.

Det med den hurtige, brugbare information ses ofte som et vigtigt parameter, fordi vi får så meget information. Og fordi, vi tit får informationen, når vi er på farten, fx i toget, i venteværelset eller i køen i supermarkedet. Og der er vi ikke helt så meget til stede, som hvis vi har tid til fordybelse.

At designe en infografik

Det er en kunst at finde på og udarbejde gode, informative infografikker.

Ofte skal infografikken udtænkes alene ud fra data, fx tal og korte tekster i en tabel, men det kan også være, at den visuelle infografik kan give det gode overblik og dermed spare mange ord.

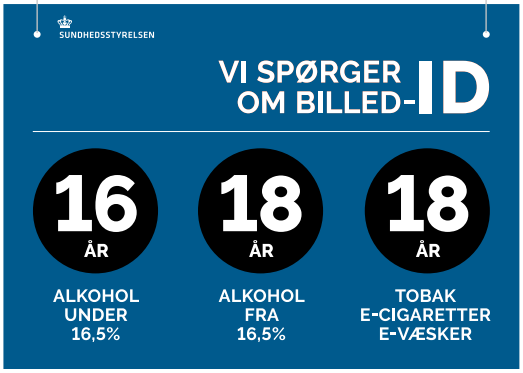
Det er vigtigt, at infografikkerne passer til kundens visuelle identitet og farver – samt til den øvrige kommunikation. Og hvis der allerede findes en illustrationsstil, så vil det også være en fordel at designe infografikker med den som udgangspunkt.

Som designere tænker vi over, hvor infografikken skal anvendes, og hvem målgruppen er. Enkeltheden, detaljegraden, illustrationsformen kan afhænge af disse ting, og de skal understøtte formålet og den valgte kommunikationsplatform.

Bevægelser fanger øjet

En mulighed – hvis infografikken anvendes på digitale platforme – er at animere infografikken, så en eller flere dele bevæger sig. Det er endnu et virkemiddel til at skabe opmærksomhed og sikre, at netop dit data og dit budskab opfanges og forstås af modtageren.

10.


SUNDHEDSSTYRELSEN
VI SPØRGER OM BILLED-ID
16 ÅR
ALKOHOL UNDER 16,5%
18 ÅR
ALKOHOL FRA 16,5%
18 ÅR
TOBAK E-CIGARETTER E-VÆSKER

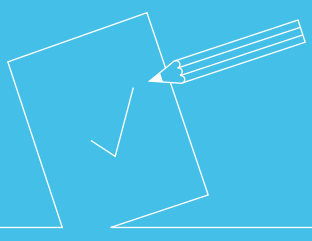
11.

12.

13.

VERDENS LÆNGSTE SÆNKETUNNEL
Femern-forbindelsen bliver verdens længste sænketunnel og den korteste og hurtigste forbindelse mellem Danmark og Tyskland.
LÆNGDE 18 KM
DYBDE 39 M
I BIL VED 110 KM/T 10 MIN
I TOG VED 200 KM/T 7 MIN
KØBENHAVN – HAMBORG 2,5 T
VI ÅBNER 2028
UDVEKSLING UDVIKLER
Femern-forbindelsen giver helt nye muligheder for samarbejde på tværs af grænsen, fordi vi rykker tættere sammen. Det udvikler samhandel, arbejdspladser, uddannelse og turisme.
NYE ARBEJDSPLADSER
Byggeriet skaber 4.000 arbejdspladser – 3.000 i Danmark og 1.000 i Tyskland. I 2028 giver det 300 faste arbejdspladser til drift og vedligehold på Lolland-Falster.
BRUGERNE BETALER
Femern-forbindelsen bliver brugerfinansieret. Indtægterne tilbagebetaler de lån, der finansierer byggeriet. Det er samme model, der finansierer Storebælts- og Øresundsforbindelsen.
FEMERN-FORBINDELSEN
DEN TRAFIKALE RYGRAD I EN NY EUROPÆISK REGION
Femern-forbindelsen bliver en 18 km lang sænketunnel mellem Danmark og Tyskland, som giver mange nye muligheder for virksomheder, pendlere og turister.
TYSKLAND
DANMARK
VI TÆNKER PÅ MILJØET
Tunnelløsningen er skånsom for havet omkring. Elektrificeret togdrift er en klimavenlig transportform, og bilerne sparer kilometer til gavn for miljøet.
89 ELEMENTER BLIVER TIL EN TUNNEL
Tunnelen rummer en tosporet motorvej i hver retning og to elektrificerede jernbanespor. Tunnelen består af 79 elementer på hver 217 meter og 10 specialelementer med kælderetage til brug for udstyr til drift- og vedligeholdelse.
TÆTTERE PÅ EUROPA
Femern-forbindelsen bliver den korteste og mest direkte vej mellem Skandinavien og Centraleuropa. Skandinavien får en hurtig adgang til sine vigtigste markeder.
LOLLAND
Rødbyhavn
FEMERN
Puttgarden
Femern Sund & Bælt

Design til de aktuelle dagsordener



Design, der gør en forskel

Uddannelse, infrastruktur, sundhed, innovation og miljø.
Det er blot nogle af de temaer, vi gennem årene har udarbejdet design- og kommunikationsløsninger til. Det er vigtige områder, som har betydning i hverdagen for os alle.

Design kan bevæge verden og sætte din dagsorden

At sætte en dagsorden kan kræve flere måder at kommunikere på til forskellige interessenter. På dagen skal vi sammen med dig sikre, at alle de digitale værktøjer og kommunikationsplatforme går op i en højere enhed.

Design og værktøj skal løbende udarbejdes, udvikles og opdateres. Det sker i takt med, at de vigtige temaer sættes på dagsordenen – at der foretages nye undersøgelser, at der drages nye konklusioner, og at der tages nye politiske beslutninger.

En del af vores opgave er at sikre, at der altid er en rød tråd i designet. At designet optimeres til den enkelte kommunikationsopgave, og at det udvikler sig og følger med tiden – hele tiden. Der skal være en klar sammenhæng mellem alle virksomhedens materialer, og alt design skal kontinuerligt holde det samme høje niveau. Det sikrer en troværdighed og professionalisme, som er meget vigtig for at få budskaberne ud til politikere, forvaltning og den brede offentlighed.

Lange kunderelationer

Vi har mange gode og lange kunderelationer. De lange samarbejder har mange styrker. En af de vigtigste er måske, at vi som designbureau får et dybdegående kendskab til virksomheden og designet. Vi har en historik sammen – i designudviklingen og i virksomhedens aktiviteter – og altid super dialog med de enkelte medarbejdere i virksomheden. Det kendskab og tætte samarbejde er med til at sikre stærke, succesfulde og holdbare designløsninger.

EVA vil gøre uddannelser og dagtilbud bedre

Danmarks Evalueringsinstituts udarbejder og kommunikerer vigtige-evalueringer og analyser til bl.a. ministerier, kommuner, skoler og institutioner. På den måde spiller de en vital rolle inden for uddannelsesverdenen.

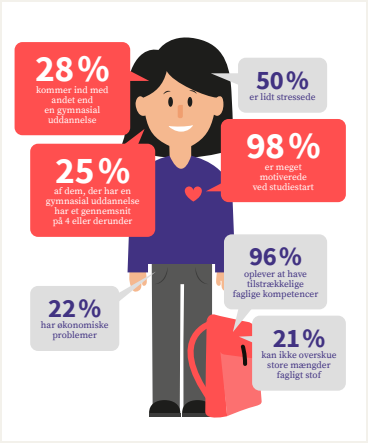
Målrettet design
EVA fokuserer og målretter altid informationen til deres modtagere, og det støtter designet op om ved at være fleksibelt, men samtidig stringent, så EVA altid fremtræder med den faglige tyngde, som de repræsenterer. Man skal som modtager føle sig godt informeret, og man skal få lyst til at bruge de redskaber, EVA udvikler.

DAGTILBUD
Temahæfter, der udkommer 4-6 gange om året, med aktuelle emner i dagtilbud.

GRUNDSKOLEN
Inspirationskatalog til projektet "Elevernes oplevelse af skoledag og undervisning".

VIDEREGÅENDE UDDANNELSER

Infografik til de sociale medier om pædagog-uddannelsen.



ERHVERVSUDDANNELSER

Inspirationsmateriale om digitale kompetencer.

GYMNASIALE UDDANNELSER

Inspirationsmateriale om grundforløb.

VOKSEN- OG EFTERUDDANNELSE

Plakat til projektet "Erfaringer med digitalisering af VEU".

EVA's design bygger på grundlæggende principper fra det tidligere design, men er tilpasset de nye platforme og den nyeste Office-pakke. På den måde oplever man som modtager en stor fornyelse, og at man får serveret informationen på en ny og indbydende måde, hvor der altid er tænkt i de rigtige kommunikationskanaler.

Find alle materialer på https://www.eva.dk/

KONCEPT OG DESIGN: **FEMERN A/S**

Danmarks største infrastrukturprojekt

Femern Bælt-tunnelen er Danmarks hidtil største infrastrukturprojekt. Den faste forbindelse til Tyskland vil ændre vores trafikmønstre og åbne op for nye markeder i Europa.

Femern A/S blev i 2009 udpeget til at gennemføre forberedelser, undersøgelser og projektering af Femern Bælt-forbindelsen. I den forbindelse har BGRAPHIC bl.a. været med til at udarbejde danmarkshistoriens nok største VVM-redegørelse. Sidenhen er det blevet til mange forskellige opgaver.

Professionel bygherre
Femern A/S skal kommunikere til mange forskellige målgrupper, fx borgere, politikere og interessenter – og om emner, der bl.a. har at gøre med den egentlige byggeproces, om muligheder for virksomheder, fordele for borgere og hensyntagen til miljøet. Materialet kan derfor være meget forskelligartet – men fælles er, at alt materiale tydeligt skal profilere Femern A/S som en professionel bygherre.

Design til digitale platforme
Vi har opdateret og revitaliseret Femern A/S' design – i særdeleshed optimeret designet til den digitale verden og sociale medier. Vi har yderligere også udarbejdet infografikker, annoncer, brochurer, skilte, popup-stande og udstillingsmateriale til Femern A/S' to infocentre i Danmark og Tyskland.

Lang erfaring med infrastrukturprojekter
Hos BGRAPHIC har vi udarbejdet design- og kommunikationsløsninger i forbindelse med lang række store, danske infrastrukturprojekter. Vi har siden firmaets start løst opgaver for både Øresundsbro Konsortiet, Storebæltsbroen og Sund & Bælt Holding.

TARGET ZERO-KAMPAGNE
Logo, der skal være grundlag for kampagne om sikkerhed og godt arbejdsmiljø på byggepladsen hos Femern A/S.

ANNONCERING
Annoncer til lokalaviser med information til borgerne i nærområdet.

Feste Fehmarnbeltquerung:
REGIONALE ENTWICKLUNGS-PERSPEKTIVEN

BOG OG E-BOG PÅ TRE SPROG
Interessant bog om udviklings-perspektiverne for den nye Femern Bælt-region. Bogen blev udarbejdet på dansk, tysk og engelsk.

VVM-REDEGØRELSE
Dette digre værk på 1.800 sider er grundlaget for beslutningen om den faste forbindelse.

TRANSPORTABEL UDSTILLING
En mobil skibscontainer med plakater med informativ infografik transporteres rundt til forskellige events, fx de arkæologiske udgravninger.

KONCEPT OG DESIGN: **SUNDHEDSSTYRELSEN**

Indsatser for god sundhed

God sundhed for os alle er et af de store, vigtige emner på den politiske dagsorden. Vi lever længere, og hvordan kan vi sikre et godt liv for alle i alle aldre?

Håndbøger om demens
Demens opstår hos flere og flere borgere. Hvad kan vi gøre for at sikre, at demente borgere får et værdigt og meningsfuldt liv, når sygdommen rammer?

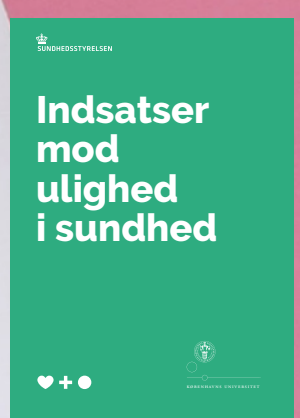
BGRAPHIC har designet et omfattende sæt af håndbøger for Sundhedsstyrelsen. Håndbøgerne er udarbejdet til personalet på plejecentre. Viden om demens udvikler sig hele tiden, og dermed skal personalet opkvalificeres og informeres om den nyeste viden, der kan skabe bedre forståelse for sygdommen. Bøgerne indeholder både instrukser til, hvordan man skal håndtere de demente i givne situationer og gode råd til samtaler med pårørende.

I forlængelse af håndbøgerne udviklede vi også et sæt refleksionskort til medarbejdere i plejecentrene til hjælp i arbejdet med demente borgere.

SOCIAL ULIGHED

Rapporter om social ulighed i vores samfund.

Find materialet på https://www.sst.dk/



DEMENSPRIS

Sundheds- og Ældre-ministeriet uddeler hvert år en demenspris. BGRAPHIC har skabt konceptet og designet til diplomerne.

FOKUS PÅ DEMENS

Mappe med plads til de seks demenshåndbøger. Håndbøgerne er målrettet medarbejdere og lederei hjemmepleje og plejebolig.

Find materialet på https://www.sst.dk/

Innovation, der spreder sig i hele verden

COI's opgave er at finde, kvalificere og sprede innovation i den offentlige sektor – blandt medarbejdere, ledere og beslutningstagere i stat, regioner og kommuner.

Center for Offentlig Innovation har fået sat innovation på agendaen i det offentlige Danmark. Nu spreder innovationen sig også på tværs af landegrænser, og især de andre nordiske lande har de fået øjnene op for både spredning af innovation generelt og for at kvalificere og sprede det ved hjælp af oprettede innovationsafdelinger og centre specielt til formålet.

At skabe et design fra bunden

I 2014 fik BGRAPHIC til opgave at skabe logo og visuel identitet for det nyoprettede Center for Offentlig Innovation (COI). Det indebar bl.a. designretningslinjer til udgivelser, præsentationer og anden ekstern kommunikation.

Selve brandprocessen er udviklet i samarbejde med COI, og brandet og den visuelle identitet er løbende blevet tilpasset centrets aktiviteter.

VÆRKTØJER OG UDGIVELSER

Vi har designet mange interessante værktøjer og publikationer, der kan være med til at sætte gang i innovationen i din virksomhed.

INNOVATIONSPRAKTIK

Kan en voksen komme i praktik? Ja, i uge 37 kan du søge om at komme i innovationspraktik, eller du kan tage en praktikant ind. Formålet er at udvikle og dele innovation i din eller andres offentlige virksomhed.

Strategien har været at udarbejde simple og innovative designløsninger.

Det innovative og opsigtsvækkende prioriteres

Man skal jo tage sin egen medicin, så COI tænker meget i at udarbejde anderledes typer af kommunikation. Der er udviklet gode og effektive værktøjer til deling af innovation, COI har skrevet inspirerende bøger, som vi har designet, og informationsmateriale til COI's interessenter er produceret i metermål.

COI er altid åben over for sjove indfald og idéer fra BGRAPHIC – ligesom vi er åbne over for vidtrækkende, store og høje ønsker om udførelse fra COI. Ofte ender opgaverne med helt andre og spændende løsninger, end hvor vi begyndte.

KONCEPT OG DESIGN: **VESTFORBRÆNDING**

Når affald skal blive til genbrug

Vestforbrænding er Danmarks største affaldsselskab. Vestforbrænding arbejder for at forbedre miljøet ved hjælp af genbrug og effektiv udnyttelse af energi i de 19 kommuner, som ejer selskabet.

POSE TIL SORTERING AF AFFALD I LEJLIGHEDER

Affaldssortering til fire forskellige affaldstyper.

INFOFOLDERE

Information til borgere i villaer og rækkehuse om, hvordan du skal sortere dit affald. Folderne er udarbejdet i flere sprogversioner, bl.a. dansk, engelsk, arabisk og serbisk.

ROLLUP-BANNERE

Bannerne er opstillet på rådhuse og i borgerservice hos kommunerne.

BGRAPHIC har udarbejdet kampagnemateriale til de fire kommuner Vallensbæk, Ishøj, Furesø og Ballerup – så borgerne bliver godt informeret om, hvordan de skal sortere mere af deres affald til genanvendelse. Idéen bag samarbejdet mellem kommunerne er, at de kan optimere økonomien i afhentningen af affaldet, da skraldebilerne nu kan køre på tværs af kommunegrænserne.

Det er jo aldrig nemt at lave nye vaner, så kampagnen skal både anspore, informere og hjælpe borgerne til at forstå vigtigheden af affaldssortering – både i forhold til miljøet og økonomien i selve affaldshåndteringen. Og så skal vi jo alle forstå, at der faktisk er guld i genbrug. Hvis affaldet bliver sorteret korrekt, kan vi genbruge meget mere, end vi tror. Til nye produkter, til gode formål og ikke mindst til glæde for miljøet.

FIRMAPROFIL, ÅRSRAPPORT, CSR

Hvem er du?

Det kan din profilbrochure, årsrapport eller CSR-rapport give svaret på.

GROUPM

Præsentationsbrochure om virksomhederne i GroupM-koncernen, som blev udviklet til konferencen NextM i 2019.

FIRMAPROFIL, ÅRSRAPPORT, CSR

Nogle udgivelser SKAL jo bare udarbejdes. Årsrapporten er et MUST. CSR-rapporten er moderne. Profilbrochuren kan stadig være nyttig. Hvorfor ikke sætte barren højt, få visionen på plads og kom godt i mål med al praktikken, når dine +100 sider skal produceres?

Der er så mange fantastiske måder, hvorpå man kan udarbejde en tjekket profilbrochure, bog eller rapport.

Profilbrochuren – eksisterer den i dag?
Ja, det gør den :-) Profilbrochuren kan stadig noget. Den kan holde fokus på, hvordan dine modtagere får den bedste oplevelse af dig og din virksomhed. Den kan fortælle din historie på en overraskende måde. Og den kan bruges i mange sammenhænge og over en længere periode.

Årsrapport
En årsrapport har et fast format: Ledelsens beretning, året der gik, hvordan er det gået for virksomheden, regnskabsdel med resultatopgørelse, balance, aktiver og passiver – og nogle gange mange sider med noter, der skal trippeltjekkes inden trykstart.

Derudover indeholder rapporten også alle de spændende vinkler fra året, der kan være interessante at skrive om til dine stakeholders. Det kan være artikler om årets nye tiltag, om dine kunder, om faglig udvikling.

CSR-rapporter
Det er et lovkrav, at din CSR-rapportering bliver beskrevet i din årsrapport i helt kort form. Flere virksomheder er begyndt at gøre meget mere ud af CSR og udgive CSR-rapporten som en selvstændig udgivelse.

CSR-rapporten er sammen med FN's verdensmål blevet en god måde for en virksomhed at profilere sig på.

I CSR-rapporten kan du gå meget mere i dybden med din virksomheds strategi. Det kan fx være i forhold til ligestilling, klima, forbrug, produktion, hvilke formål I vil støtte, hvordan I arbejder for ligeløn, hvordan I vil sikre udvikling af unge talenter osv.

Man kan måske ikke fokusere på det hele hvert år, men man kan udvælge et par af FN's verdensmål, og så kan man matche virksomhedens CSR-mål op mod FN's globale mål. Du kan rapportere om, hvilket ansvar I tager som virksomhed, og hvordan medarbejderne skal forholde sig til CSR-politikken i virksomheden.

Hvis der udvikles infografik til års- og CSR-rapporten kan det efterfølgende nemt postes på sociale medier. På den måde skabes indholdet også til at kunne sprede de gode historier på andre platforme.

Hvordan vil du udgive?
Online kan du komme bredt ud med en pdf med klikbare links og andre interaktive effekter.

Som tryksag kan du udkomme til fx en generalforsamling, og du kan evt. samtidig have glæde af årrapporten som en udvidet præsentationsbrochure.

Nogle gange vælger virksomheder også at lave en kort pixiversion af årsrapporten.

Hos BGRAPHIC er vi vant til at udarbejde års- og CSR-rapporter. Vi sikrer, at du kommer godt ud på flere sprog samtidig. At tallene holder kant efter revisorens input. Og at kvaliteten på produktionen er den ypperste – både i dialogen med os samt i det færdige produkt.

UDGIVELSER:

Sund og Bælt

Amgros

Danmarks Biblioteks-center (DBC)

Foreningen af Rådgivende Ingeniører (FRI)

Steno Diabetes Center Sjælland

KMD

MT Højgaard

Peder Lykke Centret

Diakonissestiftelsen

Innovative og indbydende konference- og messestande sikrer dig flere besøgende

Danmarks Lærerforenings Kongres 2020

I september 2020 blev der afholdt kongres for Danmarks Lærer-forening i Scandic Falkoners store sal på Frederiksberg. I ugerne op til dagen fik vi udviklet dekoration, der klædte konferencecentret ind i DLF's brand. Floorstickers blev monteret i indgangen, så de ledte folk hen til registreringsskranken. Pile på gulve og trapper ledte folk i den rigtige retning. De digitale skærme blev taget i brug til billeder og corona-information. Rollups, bannere og PowerPoints blev anvendt i foyer og i salen. Alt i alt en smuk løsning i en udfordrende tid med corona.

MT HØJGAARD

Kampen om de unge sker på jobmesserne. Her fik vi udviklet et flot koncept til DTU's jobmesse. Konceptet er blevet genbrugt i flere år.

For at sikre, at du og din virksomhed får en positiv og succesfuld oplevelse, når I deltager i en konference, messe eller udstilling, er der en række elementer, der skal spille. Det er vigtigt, at du rammer din målgruppe med din stand. Og at du fremstår professionel og tydeligt signalerer, hvem du og din virksomhed er, og hvad I står for.

Her er 4 tips til, hvad du og din virksomhed især skal tænke over for at sikre, at de besøgende på messen vælger at komme hen til netop din stand.

1.

Hvad handler konferencen om, og hvem er jeres målgruppe?

Hvem er deltagerne på konferencen, og hvad er jeres ønsker til, hvem I skal tiltrække med jeres stand? Det har stor betydning for udarbejdelsen af en stand.

Er I fx på karrieremesse, hvor I introducerer studerende og nyuddannede til jeres virksomhed vha. employer branding? Er det en B2B-konference (business to business) eller en B2C-konference (business to consumer)?

Jo mere præcise I er på, hvem I skal tale til, jo tydeligere kan vi sætte en stand sammen, som kommunikerer det rette budskab til den rette målgruppe.

FLSMIDTH

Mobil popup-stand, der hurtigt stilles op og har udskiftbare moduler. Enkelte moduler med LED-belysning.

2.

Hvor meget plads er der til din stand?

Den information er vigtig, når vi skal komme frem til, hvilket materiale standen skal bestå af, og hvordan den skal udføres.

Ønsker I – og er der plads til – at folk kan sidde ned? Skal de læse information på væggene eller på rollup-bannere, eller skal de have materialer "to go" i form af fx en flyer eller brochure?

Skal I have et eller flere højborde, en præsentation til at køre på en tv-skærm og standere til brochurer eller merchandise?

Nogle stande skal kunne "stå alene" – altså fungere uden medarbejdere til stede. Andre har medarbejdere, hvor besøgende kan stille spørgsmål, få hjælp osv. Nogle stande kan være meget avancerede og stadig have høj fleksibilitet i, hvordan de kan stilles op. Nogle skal kunne genbruges i forskellige arealer ved forskellige events. Samme koncept kan evt. anvendes på arealer fra 6 kvm til 16-20-30-50-100 kvm.

ARBEJDSMILJØTELT

Arbejdsmiljørådet sætter fokus på de unges arbejdsmiljø – både fysisk og psykisk. Spændende projekt til Ungdommens Folkemøde i Valbyparken i 2019.

3.

Skal der tænkes ud af boksen, eller skal I have en klassisk stand?

Afhængig af emnet for konferencen kan det være, at I skaber mest omtale og positive tilkendegivelser ved at have en anderledes stand. En messestand skal naturligvis matche jeres brand og visuelle identitet, og så skal konceptet samtidig være indbydende, innovativt og tiltrække de besøgende på messen.

DBC

Der afholdes årlige møder for bibliotekarerne rundt om i Danmark. Hvert år med et nyt og underfundigt koncept på DBC's stand.

Effekterne kan både være af teknisk art eller mere iscenesat sammen med medarbejderne på standen – det kan fx være interaktivt med lys eller knapper, man skal trykke på. Eller det kan være med VR-briller, som de besøgende kan tage på og fx komme på en virtuel tur i din virksomhed, i produktet eller omgivelserne.

Det er altid godt via konceptet på standen at hjælpe medarbejderne med at kickstarte snakken med kunderne på en nem måde med en aktivitet. Så kommer dialogen hurtigere i gang.

4.

Hvad er jeres budget til opgaven?

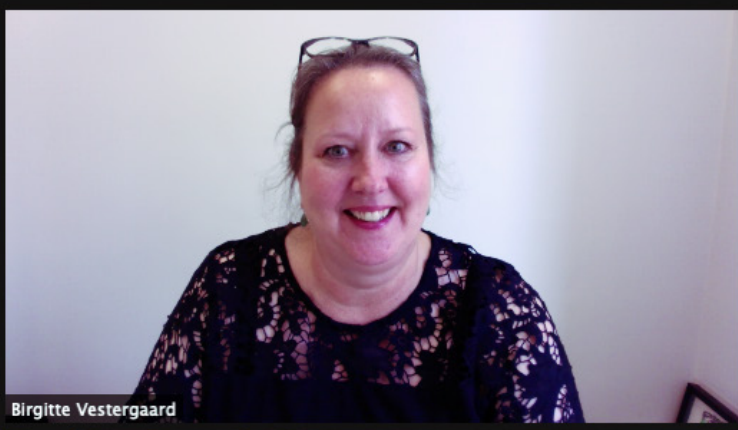
Budgettet er af afgørende betydning. Det sætter rammen for omfanget af projektet. Vi vil altid tænke i, hvordan I får den bedste løsning og får mest ud af jeres budget. Det er ærgerligt at drømme stort for efterfølgende at finde ud af, at det slet ikke er muligt. Så det er en god idé at afstemme forventninger og budget med det samme, så drømmene forbliver realistiske.

Der kan også anvendes standmoduler, der kan genbruges med nyt udtryk fra konference til konference. Det betyder, at I i det lange løb kan spare penge, hvis I investerer i gode systemer.

Tag designerne med på råd

Vi har stor erfaring med at udtænke kreative løsninger i small, medium og large. Så vi kan hjælpe til, så vi helt fra starten kommer frem til den bedste løsning for jer, og vi kan bidrage med sparring undervejs i processen – også når det kommer til opsætning på dagen.

THE BGRAPHIC CREW



Kathrine Raunkjær

Vivi Schack Andersen

Kristian Skaarup

Jørgen Møller

Dorte Paaske

TAK TIL HVER OG EN AF JER

Vi samler på glade kunder :-)
Vil du være en af dem?

Tak til dig, der har handlet hos os i årenes løb. Vi lever og ånder jo for, at telefonen ringer hver dag, eller at mailen siger ”pling”. Listen af dejlige kunder er lang, og den kan jo altid blive længere :-)

Ring endelig til os på 70 22 87 89, hvis du har brug for hjælp til design og kommunikation :-)

1Kid
ABT-fonden
Advizer
Alex Poulsen Arkitektkontor
Amgros I/S
Anders Bach
Aquafeet
Arbejdernes Andels Boligforening
Arbejdsmarkedskommissionen
Arbejdsmiljørådet
Arriva
Astion
ATZ Kommunikation
Ballerup Kommune
Bang Mondrup
Basic Rengøring
Batida
Baunehøj Efterskole
Bech-Bruun
Beskæftigelsesministeriet
Birgitta Steen, Dyssekilde
Black Network
BLS Capital
Bluegarden A/S
BroBizz A/S
Busses Skole
Bygningsstyrelsen
Byrejsen
Børne- og Socialministeriet
Børne- og Undervisningsministeriet
Carlsberg
Caviar House & Prunier
Center for Familieudvikling
Center for Offentlig Innovation
Code Experts
CPH Green
CPH LEGAL
Dalberg
Danish Institute for Study Abroad
Danmarks Evalueringsinstitut
Danmarks Lærerforening
Dansk Bibliotekscenter
Dansk Byggeri
Dansk Industri
Dansk Vestindisk Selskab
Danske Regioner
Danske Spil
Datatilsynet
De Danske Bilimportører
Decisive
Det Etiske Råd
Diabetesforeningen
Diakonissestiftelsen
Digitaliseringsstyrelsen
DPA-System, Dansk Producentansvar
DREAMgruppen
Duddes Guesthouse
e-nettet
European Fishmeal and Fish Oil Producers
Efterskoleforeningen
Egedammen
Eksportrådet
eKVIS - Enheden for Kvalitetssikring i Speciallægepraksis
Else Marie Andersen
Elsebeth Nielsen, manuskriptforfatter
eTank.nu
ELVAND
Elvang & Partnere
Empower
Energi-, Forsynings- og Klimaministeriet
Energistyrelsen
Erhvervs- og Selskabsstyrelsen
Erhvervs- og Byggestyrelsen
Erhvervs- og Vækstministeriet

Erhvervsministeriet
Esencia
ESPON
Europas Maritime Udviklingscenter
Familie Pædagogisk Praksis
Femern A/S
Finansministeriet
Finanstilsynet
FLSmidth
Folketinget
Fonden Dansk Kyst- og Naturturisme
Fonden for Velfærdsteknologi
Forbrugerrådet
Forbrugerstyrelsen
Foreningen af Rådgivende Ingeniører
Frisør Henrik Andersen
Gate21
GCI Group, Malmö
Genius Access
Gennembrud.nu
GetSharp
GitteStoustrup.dk
Glostrup Hospital
Golder
GroupM
Hansen Agenda
Helsemin
Hillerød Kommune
HJORTHs Badehotel
Husqvarna Group
Høiberg
IBIKE
ICARS
Ingleby Farms
Insighters
Institut for Flerpartisamarbejde
Institut for Menneskerettigheder
Integrationsministeriet
Integrationsnet / Dansk Flygtningehjælp
Integrationsservice
International Institute for Sustainable Development
Invest in Denmark
Isar Ressourcecenter
IT- og Telestyrelsen
Itelligence
Justitsministeriet
Jøp Ove & Myrthu
Kalundborg Kommune
Kildegård Privatskole
KMD A/S
Knud Pedersen Optik
Kommunespeilet
Konfliktrådgivningen Frederiksberg
Konkurrencestyrelsen
Konsulentgruppen Strandgade
KORA
Kraft & Partners
Kystdirektoratet
Københavns Internationale Teater
Københavns Kommune
Københavns Professionshøjskole
Københavns Ældreråd
Køge Kommune
Landbrugsraadet
Levuk
Ligestillingsafdelingen
LindCom
Lundbeck Institute
Lyngby-Taarbæk Kommune
Lyngs Kommunikation
Lægemiddelindustriforeningen
Lægemiddelstyrelsen
Lærdansk / Dansk Flygtningehjælp
Lønkommissionen
Marine Ingredients Denmark
Miljøministeriet
Miljøstyrelsen
Moderniseringsstyrelsen
Movia
MT Højgaard
Nationalt Genomcenter
NaturErhvervstyrelsen
NETOP
Nils Francke
OK a.m.b.a.
OKI Europe
P-inline
Peder Lykke Centret
Personalestyrelsen
PlanBørnefonden
Plougmann & Vingtoft
Professionshøjskolen Absalon
PWS Danmark A/S
R&M-EL
Rambøl
Reflekt
Region Hovedstaden
Region Sjælland
Regionspsykatrien Horsens
Reorganiser
Rigshospitalet
Rud Pedersen
Scan Global Logistics
Seacon
Silkeborg Højskole
Skat
Skattekommissionen
Slots- og Ejendomsstyrelsen
Socialministeriet
Socialstyrelsen
Statens Administration
Statens IT
Statens Serum Institut
Statsforvaltningen
Statsministeriet
Steno Diabetes Center Sjælland
Styrelsen for Arbejdsmarked og Rekruttering
Styrelsen for Forskning og Innovation
Styrelsen for Forskning og Uddannelser
Styrelsen for It og Læring
Styrelsen for Undervisning og Kvalitet
Styrelsen for Universiteter og Internationalisering
Styrelsen for Videregående Uddannelser
Sund & Bælt
Sund & Bælt Partner A/S
Sundhedsdatastyrelsen
Sundheds- og Ældreministeriet
Sundhedsstyrelsen
Svanemøllekredsen
Sydvestjysk Sygehus
Tang + Krogh
Teater TT
Trafikstyrelsen
Transportministeriet
Uddannelses- og Forskningsministeriet
Udenrigsministeriet
Udenrigsministeriet, Danida
Udliciteringsrådet
Udlændingeservice
Vejdirektoratet
Velliv Foreningen
Velzeet
Verdo
Vestforbrænding
Videncenter for Jordforurening
Videnskabsministeriet
Vilsøe Boligadvokater
VIVE – Det Nationale Forsknings- og Analysecenter for Velfærd
VKR Holding
WHO Europe
Økonomi- og Erhvervsminsiteriet
Økonomistyrelsen
Øresundsbro Konsortiet

Der er plads til flere på listen :-)

FESTER OG HYGGE

Der har været nogle fester i de sidste 20 år ...

Sommerhygge i GoBoat.

B10-reception, sommerfester, julefrokoster, inspirationsture – vi hygger altid maks, når vi er på tur, og når huset er fyldt med glade gæster.

Happy days i BGRAPHIC – både på Amagertorv 19
og nu på H. C. Andersens Boulevard 37.

Skål fra HCA og B :-)

BHAVE
BREALLYSMART
BSURE
BLOVELY
BFUNKY
BAWSOME
B
BGRAPHIC
BHERE

B20-MAGASIN

BGRAPHIC 2020

Redaktion og design:
BGRAPHIC

Foto:
Istock, Colourbox,
Unsplash: Proscilla du Preez,
Andreaz Lazic
Noun Project: Jacob Lund,
Aerodan foto m.fl.

Publikationen kan hentes
på www.bgraphic.dk

B25...
B30...
B35...

Lad os skabe en god løsning sammen. Ring eller skriv til os: 70 22 87 89 info@bgraphic.dk

BGRAPHIC

H. C. Andersens Boulevard 37
1553 København V
70 22 87 89
info@bgraphic.dk

www.bgraphic.dk