

BRAND DESIGN GUIDE

# Har du den røde tråd i din markedsføring?

DIN HANDS ON GUIDE TIL  
**DET PROFESSIONELLE DESIGN**  
I AL DIN MARKEDSFØRING

gra  
phi  
con  
fetti.  
VISUEL  
BRANDING  
&  
KOMMUNIKATION  
I ♥ GRAPHIC DESIGN

# 1

VÆR KLAR OVER AT:

**”INTET DESIGN  
ER OGSÅ DESIGN  
– ET DÅRLIGT ET!”**



Forhold dig til dit design og sæt en retning for det.

**SÅDAN GØR DU**

Med en plan er det nemmere at være mere konsekvent = mere prof!

SKRIFTTYPER

# DEFINER OG BRUG MAX. 2-3 SKRIFTTYPER

➤ Her bruges f.x. en kombination af en "sans serif" (moderne skrifttype)

...og en "serif" ➤  
(klassisk skrifttype)

## SÅDAN GØR DU

Find vejledning i font psykologi, som fx her ➔

Vælg 1 til overskrifter og 1 til brødtekst.

Vælg evt. også en til særlige afsnit eller andet, du ønsker skal bruges til at fremhæve et særlig budskab.



PRIMÆR FARVER  
PINK & BLÅ



SEKUNDÆR FARVER  
GUL & HVID / SORT

FARVE PSYKOLOGI

**VÆLG 2  
PRIMÆR FARVER  
+  
VÆLG 2 SEKUNDÆRE**

### **SÅDAN GØR DU**

Find vejledning i farve psykologi.

Definér de vigtigste værdier du ønsker at udtrykke, og vælg to farver ud fra det.

Vælg 1-2 neutrale til at supplere, som fx hvid, grå eller sort.



FORM PSYKOLOGI

# RUND ER BLØD, FIRKANTET ER HÅRD. HVAD ER DU?

## SÅDAN GØR DU

Find vejledning i  
geometrisk form  
psykologi.

Definér de vigtigste  
værdier, du ønsker at  
udtrykke.

Hold dem op mod form  
psykologien, og afstem  
formerne du vælger til  
dine værdier.

# 5

VALG AF BILLEDER /  
FOTO STIL

**FIND DIT  
UNIKKE  
UDTRYK OG  
BRUG DET  
HVER GANG**



## **SÅDAN GØR DU**

Fotos kan også have en form for fælles træk.

Det kan være farvetonen, typen af miljø de er taget i, typen af person(erne) på dem, vinkler eller perspektiv på motivet.

Uanset hvad der er det træk på dine fotos, lad dem gå igen og vær konsekvent.

1

2

3

PRIORITERING

# VÆLG DINE BUDSKABERS RÆKKEFØLGE

## SÅDAN GØR DU

Når det kommer til grafisk design er en skarp prioritering eller "hierarki" af indholdet vigtigt at lave.

Altså rækkefølgen på de sætninger eller ord, du vil have læseren til at følge.

Så prioritéér både billeder, tekst, grafik – hvad er det du vil have fanger øjet først? Og prioriteret derefter..?

Hjælp læseren til at se et tydeligt budskab, med en god prioritering.



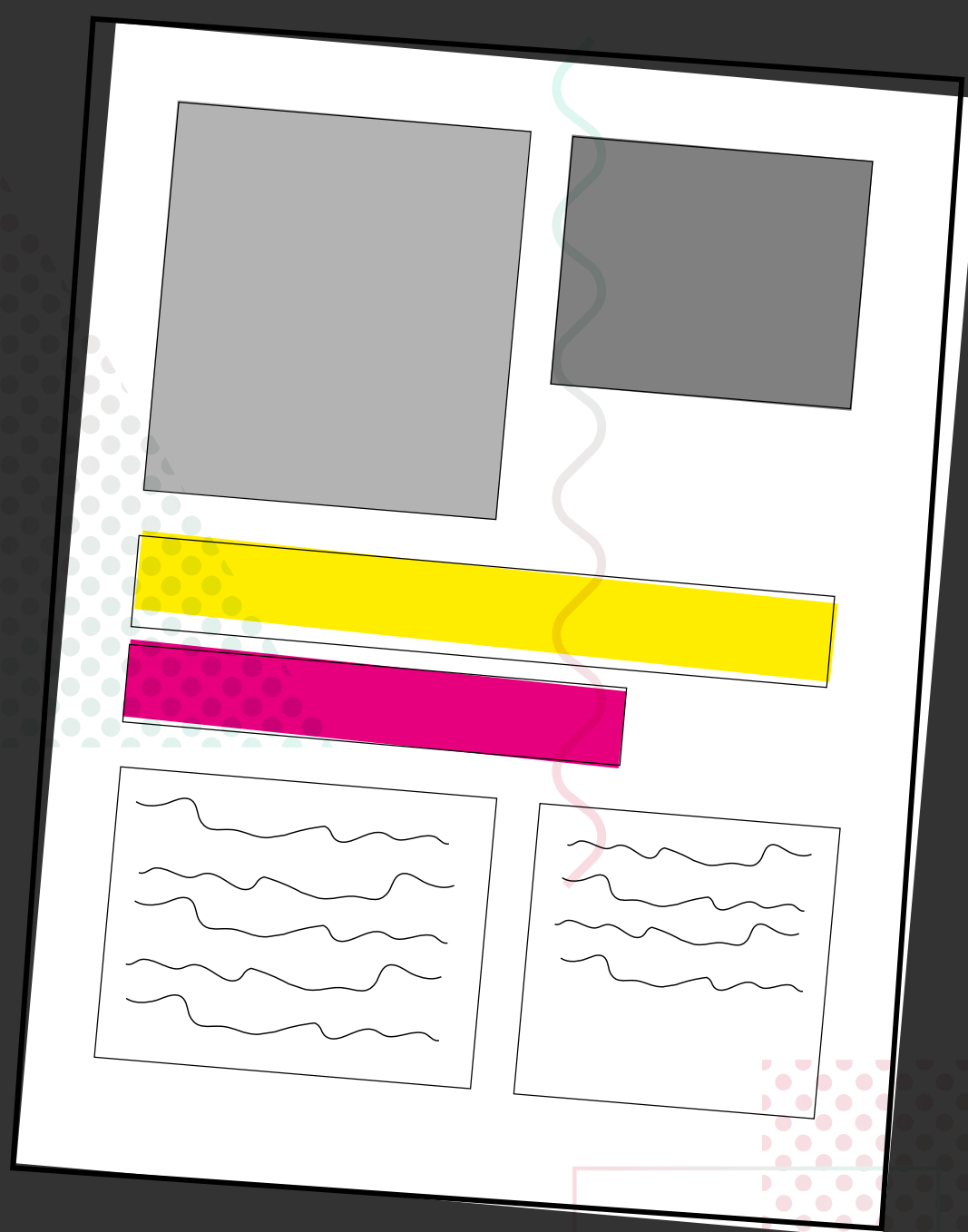
LUFT

# GIV DIT DESIGN PLADS TIL AT FOLDE SIG UD

## SÅDAN GØR DU

Hav altid for øje at hver del sat sammen, skal skabe et stærkere udtryk. Det kan beskrives som en effekt af  $2+2=5$ .

Når du bruger luft i dit design, vil delene stå mere frem. Så prøv at flytte lidt rundt og få luften ind omkring billeder og tekst.





FACTS

# HVAD ER PRISEN FOR DÅRLIGT DESIGN?

NÅR VI TALER OM VÆRDIEN AF GODT DESIGN, KAN DET VÆRE EN GOD ØVELSE AT VENDE DET LIDT PÅ HOVEDET.

Hvad nu hvis vi valgte at sige: "Hvad kan konsekvensen være for at have dårligt design?"

Tænk hvis du har et godt produkt, men dårligt design? Eller et godt brand med en super service, men dit logo og visuelle udtryk kommunikerer ikke kvaliteten?

Konsekvensen kunne potentielt være at du mistede måske et salg om ugen – hvis du regner på det, hvad ville det så beløbe sig i, på et år?

Tænk hvis konsekvensen af at have et professionelt design, som understøttede den service eller produkt af høj kvalitet og værdi du tilbyder, kunne give dig et salg mere om ugen. Den tanke er mere appellerende, ikke...?



VIDSTE DU  
AT KONSISTENT  
PRÆSENTATION  
AF ET BRAND,  
ØGER I GENNEMSNIT  
OMSÆTNINGEN  
MED CA. 23%



**JEG HÅBER DEN HER GUIDE HJÆLPER DIG PÅ VEJ.**

**RIGTIG GOD FORNØJELSE MED DET!**

Du er altid velkommen til at spørge om input til din visuelle udfordring hos GraphiConfetti.

Find flere tips på blog'en og på  
[www.instagram.com/graphiconfetti](http://www.instagram.com/graphiconfetti)



Ønsker dig en dag fuld af konfetti moments



WWW.GRAPHICONFETTI.DK