



VILKA ÄR ID?

ID ÄR EN STRATEGISK OCH KREATIV kommunikationsbyrå i Malmö. Där sitter bland annat AD:ar, copywriters, strateger, projektplanerare, webbutvecklare, grafiska designers och originalare. De jobbar med varumärkesstrategi, digital marknadsföring, grafisk design, kommunikation och produktion av bland annat förpackningar. De flesta av ID:s kunder arbetar inom livsmedel, fastigheter eller industri.

Som praktikant på ID har jag bland annat fått ta fram visuella identiteter, designa logotyp, arbeta med original, göra research inför framtagandet av koncept och strategi, skissa, ta fram PPT-mallar, illustrera, designa trycksaker, skapa innehåll till sociala medier samt delta i möten och workshops med kund. Under praktikperioden har jag blivit säkrare i designprocessen överlag och särskilt att arbeta mot kund. Jag har också lärt mig mycket om rollerna som finns på en byrå som ID, och hur dessa arbetar ihop.

Ett uppdrag som jag själv ansvarade över var att ta fram en visuell identitet och manual till Businessgarden, ett företag som ger försäljningsrådgivning. Processen såg ut så här →

PROCESSEN

● BRIEFING

EFTER EN FÖRSTA KONTAKT med kund stämde jag möte för briefing och vidare planering. Under mötet tog jag reda på vilka behov som fanns hos kunden, vilka värden som skulle förmedlas kring företaget, vad jag skulle ta fasta på från tidigare branding och vad kunden ville få levererat i slutändan. Vi diskuterade även hur avstämningar skulle skötas och när produkten skulle levereras.

● SKISS

JAG BÖRJADE SKISSA på övergripande idéer till den visuella identiteten och konceptet. Här tog jag fasta både på den inspiration jag hittat under researchfasen och de ledord jag identifierat. Jag lade fokus på att leta typografi, färg och grafiska element som matchade de värderingar och riktlinjer jag fått från kund under briefing. Jag tog fram två förslag på koncept: ett revision-förslag med grund i tidigare branding, och ett evolution-förslag som innehöll fler nya element.

● PRODUKTION

UTFRÅN DET JAG KOMMIT FRAM TILL under skissarbetet som varvats med feedback från kund och internt, gjorde jag slutgiltiga val av typografi, färg och grafiska element. Baserat på detta satte jag ihop en grafisk manual, som sedan fungerade som riktlinjer för mig när jag tog fram visitkort, förslag på webbdesign, mejlsignatur och Powerpoint-mall. När allt material var färdigt exporterade jag det och samlade allt tillsammans med typsnittsfiler i en mapp. Mappen skickades sedan till kund för godkännande, och därefter tog vi ett sista möte för att prata igenom slutresultatet.

● RESEARCH

DÄREFTER INLEDE JAG mitt researcharbete. Jag gjorde en omvärldsanalys och benchmarking för att se vilka andra liknande aktörer som fanns samt hur de positionerar sig och kommunicerar kring sitt företag. Utifrån detta började jag fundera på hur Businessgarden skulle kunna positionera sig i förhållande till de övriga aktörerna. Vidare samlade jag ihop visuellt material som inspirerade mig och satte ihop en moodboard. För att ha en tydlig grund att utgå ifrån under skissarbetet, försökte jag formulera företagets kärna i en kort beskrivning och i några värdeord.

● FEEDBACK

UNDER ARBETETS GÅNG hade jag ett antal avstämningar med kund. Efter min research visade jag främst upp det material jag samlat in och stämde av med kunden att det kändes relevant. Under skissarbetet samlade jag mitt arbete i PDF:er och förklarade min process och mina tankar bakom arbetet. Slutligen presenterade jag mina två konceptförslag (revision och evolution), varpå kunden valde ett koncept att gå vidare med in i produktionsfasen.