

Bilden av kvinnor som är entreprenörer, bortom det rosa

Mincs marknadsföring

Minc är en startup-verksamhet som ligger vid hamnen i Malmö. De erbjuder program för personer som vill starta eget företag där företagarna dels kan ges coaching, dels ekonomisk hjälp. Det är även en plats där personer kan hyra kontorsplats.

Minc har en konferens vid namn Nordic Female Investor Meetup (NFIM) som är skapad för att få fler kvinnor till att vilja bli entreprenörer. På NFIM finns även ett pitching-event kallat Pinc Capital där företag med en kvinnlig grundare eller medgrundare kan pitcha sin startup till investerare.

Den grafiska profilen för dessa evenemang är tydligt utformad med stereotyper av kvinnlighet. Färgerna består av orange, röd och rosa. Orange är färgen som Minc har som signaturfärg och mörkröd använder de i marknadsföring av alla sina evenemang. Den rosa färgen däremot har inget uttalat syfte utan troligtvis är den använd för att förtydliga att NFIM och Pinc Capital är evenemang skapade för kvinnor.

Under analysen av Mincs kommunikation noterade jag dessutom att mångfalden av åldrar och etniciteter på personer som förekommer är låg. Eftersom den grafiska profilen innehåller få färger och siluetterna är relativt lika blir gruppen av siluetter homogen.



Så här ser marknadsföringen ut idag

Varför marknadsföringen behöver ändras

Jag anser att det finns anledning till att skapa en alternativ grafisk profil som visar en variation av kvinnor. Detta på grund av att kvinnor kan vara mer eller mindre "kvinnliga", ha olika stilar, olika etniciteter med mera. Genom att ge personerna olika hudtoner, hårfärger, kläder, storlekar med mera kan en känsla ges av att alla typer av kvinnor är välkomna.

Färgerna som används är ett medvetet val för att skapa neutralitet i form av en ljus gul bakgrundsfärg och en variation av färger på personernas kläder. Den röda färgen som används i konferensens namn har jag valt att behålla då Minc använder den för alla sina evenemang och därför är det relevant att använda färgen även här.

För att inte reproducera bilden av män som normen för vem som är entreprenör har dessutom färger som anses vara typiskt "manliga" undvikits i hög grad. Detta eftersom män länge setts som normen för vem som är entreprenör. Detta har varit tydligt då jag noterat att kvinnor som är entreprenörer i många sammanhang kallas "kvinnliga entreprenörer" och män endast för "entreprenörer".



Mitt förslag på alternativ grafisk profil