

Til info

Deler av presentasjonen inkluderer video og grafikk som ikke vises i en PDF.

Se på tilhørende opptak for disse elementene.

frend



Bielke & Yang

Våg å være

deg selv

Derfor vinner
distinkte merkevarer
morgendagens retail.

Bielke&Yang
18. april 2024



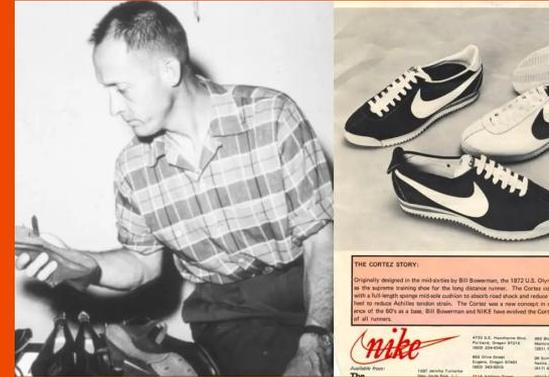
Hvorfor er merkevaren din
så viktig for å lykkes med
internasjonal vekst?

Alt handler om å engasjere.

Men hvordan?

No.1

En sterk historie



THE CORTEZ STORY

Originally designed in the mid-sixties by Bill Bowerman, the 1972 U.S. Olympian, as the ultimate training shoe for the long distance runner. The Cortez was built with a full-length wedge midsole cushion to absorb road shocks and reduce stress on runners. A full-length cushion to absorb road shocks and reduce stress on runners. A full-length cushion to absorb road shocks and reduce stress on runners. The Cortez was a new concept in the history of the shoe as a line, Bill Bowerman and Nike's first investment for Cortez of all runners.



© 1972 Nike, Inc. All rights reserved. Nike is a registered trademark of Nike, Inc. in the U.S. and other countries. Nike is a registered trademark of Nike, Inc. in the U.S. and other countries. Nike is a registered trademark of Nike, Inc. in the U.S. and other countries.

No.2

Menneskelig og troverdig



No.3

Skil deg ut visuelt, vær tydelig





No.4

Ikke undervurder kundene* dine

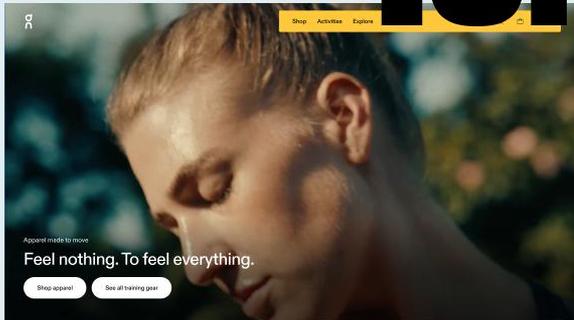


*Fans, venner eller community — ikke tenk på dem som brukere

No.5



Tenk helhetlig



(Digitalt og fysisk hånd i hånd)

**Men, hvor
starter man?**

CRASH

(fra B&Y)

COURSE

Hvilken fase er du i?

Facelift

Små justeringer på eksisterende merkevare.

Evolusjon

En naturlig videreutvikling av en merkevare over tid.

Revolusjon

En full redesign av en merkevare.

Tre steg

1. Tydeliggjør din historie

Tre steg

2. Oversett den til det visuelle

1. Tydeliggjør din historie

Tre steg

3. Skap engasjement

2. Oversett den til det visuelle

1. Tydeliggjør din historie

Tre steg

3. Skap engasjement

2. Oversett den til det visuelle

1. Tydeliggjør din historie



Hvordan tydeliggjøre din historie:

Hva står du for og hvorfor?

Hva tilbyr du som er anderledes?

Hvordan oppleves du fra utsiden?

Snakk med kunder og partnere.

Tre steg

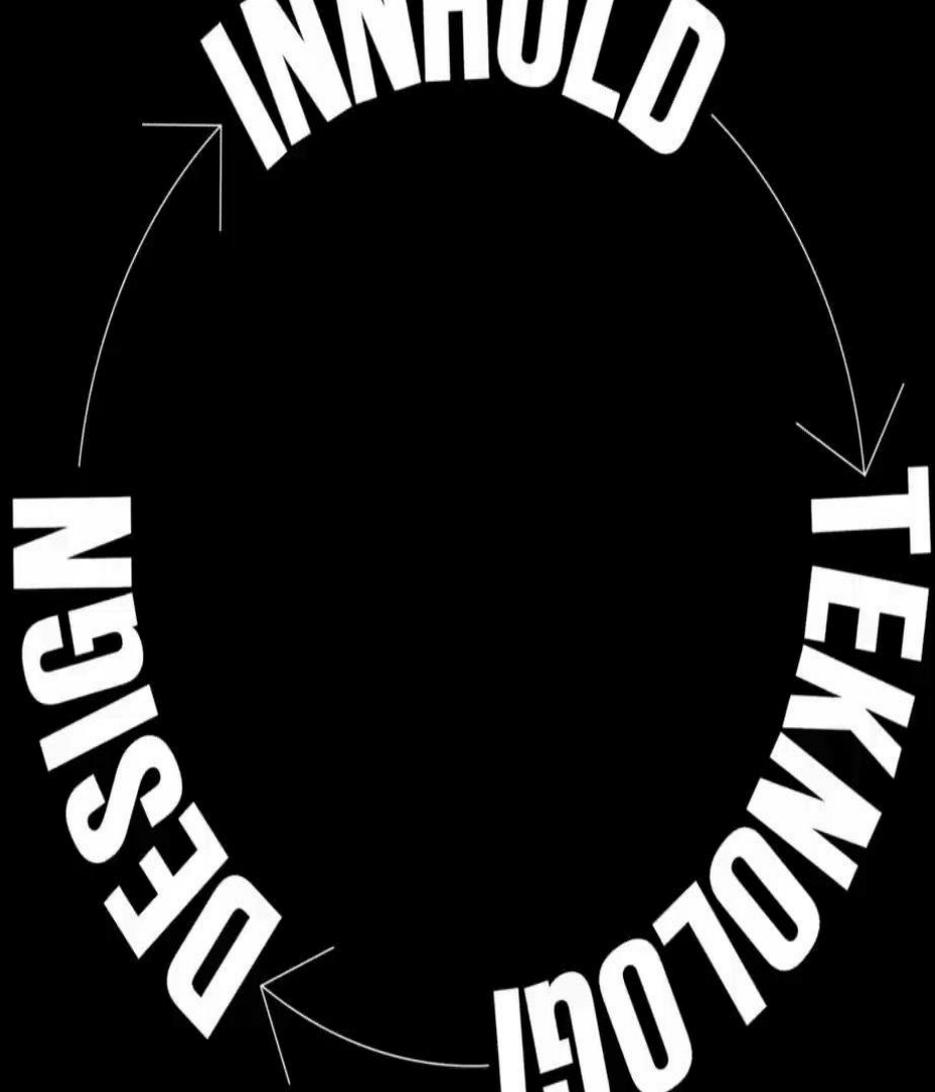
3. Skap engasjement

2. Oversett den til det visuelle

1. Tydeliggjør din historie

A photograph of a brick building facade. The building is constructed of red brick and features several rectangular, multi-paned windows with dark frames and light-colored surrounds. A horizontal concrete or stone ledge runs across the middle of the facade, upon which the name 'SOMMERO' is displayed in large, dark, three-dimensional block letters. The windows are arranged in a grid pattern, with three windows visible in the row above the sign and three in the row below. The overall appearance is that of a classic, multi-story urban building.

S O M M E R R O



Bygge en sterk identitet:

Hvordan videreføres historien din visuelt?

Hvordan skiller du deg fra konkurrenter?

Hvordan kobler du sammen den fysiske
og digitale opplevelsen?

Tre steg

3. Skap engasjement

2. Oversett den til det visuelle

1. Tydeliggjør din historie



Hvordan skape engasjement:

Tenk helhetlig i alle flater.

Tørr å være spisset og tydelig.

Engasjer deg i ditt community.

Vær personlig og menneskelig.

Tre steg

3. Skap engasjement

2. Oversett den til det visuelle

1. Tydeliggjør din historie

**La oss snakke
sammen!**

bielkeyang.com

@bielkeyang



Internasjonal eCommerce for norske merkevarer

Frends