Engineer Rådgivning

En sammanhållen identitet i olika kanaler

Utvecklade Engineer ApS varumärkesidentitet i tryckt och digitalt material, med koppling till företagets ingenjörsportfölj. Grundaren beskriver en ökning av varumärkeskännedomen med 200 gånger som resultat av arbetet.

2025

200x

varumärkeskännedom, byggd från noll

Situation. Engineer ApS var en helt ny konsultfirma med verkligt tekniskt djup och nästan ingen som hade hört talas om den. Det är en särskild sorts frustration: kompetensen finns, arbetet skulle bli bra, men inget av det spelar någon roll om de kunder och partner som skulle vilja ha det inte vet att firman finns. En ung firma måste synas innan den kan vinna något.

Uppgift. Uppgiften var att bygga ett varumärke som folk faktiskt skulle känna igen — både offline och online — och att omsätta firmans tekniska trovärdighet i en synlig närvaro på marknaden, i stället för att låta den förbli en väl bevarad hemlighet.

Handling. Varumärket byggdes medvetet och hölls konsekvent. Det började med en tydlig identitet — en röst, ett visuellt språk och en portfölj som lyfte fram konkreta tekniska resultat i stället för det vaga pratet om att ”leverera värde” som alla andra använder. Sedan fördes det ut i de kanaler som spelar roll för en firma av det här slaget — webbplatsen, LinkedIn, GitHub, fysiska evenemang — där varje kontaktpunkt sa samma sak i stället för att glida iväg åt sitt eget håll. Den röda tråden var att gå före med verkliga fallbeskrivningar och verkliga resultat, så att trovärdigheten blev något man kunde se belägg för, inte bara ett påstående.

Resultat. Grundaren beskriver en ökning av varumärkeskännedomen med 200 gånger som resultat av arbetet. Detta är grundarens beskrivning av resultatet. Någon oberoende mätning av varumärkeskännedomen hittades inte;

det motbevisar inte det beskrivna resultatet.

Använd erfarenheten i ert projekt

Använd ”En sammanhållen identitet i olika kanaler” som utgångspunkt för en liknande utmaning i er organisation. Tjänsterna bakom arbetet finns tillgängliga för ert projekt. Omsätter det verksamheten vill ha till något en utvecklare kan bygga, och säger rakt ut vad som inte är värt att bygga.

Se våra tjänster Hör av er →

Se bakom resultatet

Läs om situationen, besluten och resultatet i exemplet. Vi kan diskutera vad som passar era förutsättningar och vad som kräver ett annat angreppssätt. En sammanhållen identitet i olika kanaler — 200x varumärkeskännedom, byggd från noll

Se våra tjänster Hör av er →

Behöver du få ditt varumärke att synas?

Prata om ert projekt med ingenjören som ansvarar för leveransen. Vi avtalar omfattning, hur priset beräknas och överlämning skriftligt innan arbetet börjar.

Roll i uppdraget: Plattforms- och dataingenjör. Det bygger på Produkt och krav, Intressenter och rapportering och Varumärke och marknadsföring. Och nu när ni är här: vi är ganska bra på Produktstrategi och krav och Varumärke, marknadsföring och SEO.

Hör av er Se våra tjänster

En del av **en längre historik** — och den finns i sin helhet här.

Varje post är skriven på samma sätt: situationen, uppgiften, vad vi gjorde och vad som förändrades.

Se hela historiken

Definiera förbättringen ni behöver

Ta med beslutet, människorna som berörs och alternativen som övervägts. Vi kan tydliggöra avvägningarna och lämna en dokumenterad rekommendation.

Se vad det kostar Hör av er →

Behöver du få ditt varumärke att synas?

Fråga om besluten bakom ”En sammanhållen identitet i olika kanaler”. Ni talar med personer som kan förklara arbetet och bedöma ert eget projekt.

Se våra tjänster

welcome@engineer.company +45 50 10 61 84 Köpenhamn, Danmark

Ta med dig den här sidan

Visitkort

Omsorgsfullt skapad med kärlek av D.

CVR 45969703 · Tagensvej 105C, 3. th, 2200 København N

Upphovsrätt © 2025 – nu · Engineer ApS · Alla rättigheter förbehållna.

Utskrivet från https://advisory.engineer.company/sv/portfolio/a-brand-200-times-better-known/