



The Mark™ New York

Okay man har vel lov til at drømme, men faktum er, at i en hel uge var The Mark repræsenteret i New York

Sammen med andre medlemmer af DDA [Danish Design Association] som vi blev medlem af i slutningen af 2007, rejste vi til AIGAs Design & Business konference. Selve konferencen var koncentreret fra torsdag til og med lørdag, men vi tog et par dage mere og besøgte bl.a. AKQA, verdens største privatejet digitale reklamebureau med 750 ansatte og i øvrigt kåret som et af verdens 50 mest innovative virksomheder. Her så vi fremtidens måde at lave reklame på og blev overvældet af inspi-

rationen fra Daniam Classens, den kreative direktør i New York.

Senere var vi på studietur hos Mother Design, hvor vi blev præsenteret for forskellige design-løsninger de havde lavet. Begge steder var utroligt inspirerende på hver sin måde, men meget forskellige.

Amerikanerne var som sædvanlig utrolig åbne og vi fik en hel del kontakter og nye venner af The Mark. Rigtig mange på konferencen kunne lide vores navn og vi blev hurtigt til "The Mark,

from Denmark". Vi brugte rigtig meget tid på at snakke med andre designere omkring vores daglige udfordringer og det glæder mig at vores egne helte har nøjagtig samme udfordringer som os. Udover samværet med ligesindede var der selvfølgelig en masse kloge mennesker der fremlagde en masse forskellig viden. Viden om kultur, trends, samarbejde, antropologi og en masse andet guf. Vi fik også set en del design-cases og det var spændende at høre om og se andres succeser med design. >>





Tro mig – du vil læse det her

Hvis jeg skal dykke lidt ned i et par af deting, der gjorde specielt indtryk på mig så var det bl.a. historien om Sony

der i 90'erne var helt på toppen på sit felt, men ikke formåede at udvikle sig selv og sin markedsføring og derved lod Samsung, der lå helt i bunden, overhale Sony i løbet af en forholdsvis kort periode på kun 10 år. Dette var ikke fordi, at Sony decideret gjorde det dårligt, men de glemte at løbe hurtigst. Der vil altid være små virksomheder, der brænder af energi, som umiddelbart ikke ligner en trussel for vores kunder, men som pludselig kan dukke op og overhale hvis vi ikke, som designere og marketingsansvarlige, hele tiden sørger for at forny os og holde vores kunders kunder interesseret.

Dette kan man gøre ved at følge tidens trends.

Det skal man slet ikke undervurdere og det kan man spørge Levis om, der ligeledes i 90'erne, på det strammeste mente at HIP HOP og hængerøv i bukserne var en døgnflue. Dette blev Levis værste årti og på ét år blev deres tab vurderet til 1 billion dollars. Derfor er det vigtigt, at holde et vågent øje på hvad der rykker.

Et andet eksempel er Best Buy der købte Musiclands 800 butikker fordi de ville ind på CD markedet midt i en tid hvor de unge var begyndt at downloade musik fra napster samt andre steder fra internettet. Dette køb resulterede ligeledes i et estimeret tab på 1 billion dollars. Igen, de så ikke den unge kulturs retning. Hvad lærte Best Buy så af den oplevelse. Jo de fandt ud af at alle deres ansatte i butikkerne var lige præcis den målgruppe de ville ramme, 18-30 år, og Best Buy havde alt den viden om de unge de skulle bruge, men udnyttede den ikke. Ak ak!

Hvor får man så den viden fra?

Det er her vi som designere og markedsføringsfolk skal dygtiggøre os eller samarbejde med eksperter på Trend & Culture-området og i den forbindelse kan jeg fortælle at vi hos The Mark i øjeblikket er i gang med at etablere et samarbejde med Bandit, et konsulent firma, der netop har fingeren på pulsen.

Dette er noget The Mark vil fokusere på i fremtiden, da vi mener, at kultur og trends er et område vores kunder bliver nødt til at interessere sig for og vi skal nok gøre det interessant. >>





Når vi nu kigger på kulturen, så skal man huske at kigge indad.

En anden af vores kæpheste har i årevis været service. Service service service! Dette er noget amerikanerne er utrolig stærke til. Hele deres kultur er gennemsyret af "det kan lade sig gøre", hvorimod vi alt for tit hører "det kan ikke lade sig gøre" i Danmark. Vi mener, at det er et område danske virksomheder skal arbejde meget fokuseret på. "nej" og "desværre" skal ændres til "ja" og "selvfølgelig". I Amerika taler folk med hinanden når de handler ind mens man i Danmark kun kan få "på beløbet" eller "kan jeg få den på 100 over" på tungen. Dette er et udforsket område i Danmark og efter vores mening et rigtig stærkt våben når en kunde skal vælge dit produkt fremfor din konkurrents. I vores branche findes der to programmer, der konkurrerer om designerens gunst. I gamle dage var der kun Quark, som var overvældende standardprogrammet, men de var kendt for den dårlige service. De havde ingen rigtige konkurrenter indtil skaberne af Photoshop og Illustrator, skabte Indesign. I dag er Indesign standarden og selvom Quark sikkert har hævet sit serviceniveau, så hænger det stadig ved.

Jeg gætter på, at jeg ikke behøver at skrive mere end; Teleselskaber!

Jeg havde ret ikke? For alle må da undre sig over, at et firma som lever af at skabe kommunikation mellem mennesker, er så umuligt at kommunikere med, hvis man altså overhovede kan komme igennem. I flere år har det været ganske vist, at ringede du til hvilken som helst teleselskab, så ville du ryge direkte i kø-helvede. Du kan altså ikke ringe til dit teleselskab. Hvad gør man så? Har du nogensinde været nede i en telebutik og forsøge at gennemskue deres abonnement-fælder? Det er ganske enkelt grufuldt.

Har du nogensinde prøvet at komme ind i en butik og få god service?

Det sker jo og er det ikke pragtfuldt? Min kone handler i den samme tøjbutik næsten hver gang og det er ikke fordi hun ikke kan finde tøj andre steder, men servicen hos Voigt på Østerbrogade er uovertruffen. Og så husker man at anbefale den butik, præcis som jeg har gjort lige nu. Det er god business. Det er det eneste rigtige.

Som designere kan vi hjælpe vores kunder til at forstå

dette og hjælpe dem med at skabe den rigtige service-kultur dybt ind i deres firma, for ellers falder vores arbejde til jorden og alt hvad vi brænder for, falder med. Vi kan ved visuelt ekspertise gøre vores kunders kunder interesseret i produkterne og få dem til at reagere, men hvis deres første opkald eller henvendelse på hjemmesiden er negativ, vil vores arbejde muligvis være forgæves i længden. Dette ønsker hverken vores kunder eller os.

Nu nævner jeg hjemmesiden for den bliver vigtigere og vigtigere

i både denne generation og især i den næste. Allerede nu har man "internet" som skolefag på flere skoler i Danmark og søgemaskinen Google er et powerhouse, som er i konstant udvikling og et fremragende sted for mulige kunder at finde dit produkt. Din hjemmeside må ikke være statisk, uoverskuelig og rodet. Du har folks opmærksomhed i så kort tid, at det de leder efter skal dukke op med det samme. Det er et værktøj som ethvert firma, der er seriøst med sit produkt, skal tage absolut seriøst. Igen en form for service som skal være i orden.

Vi har lært meget mere end det

og købt os fattige i bøger som vil gøre os endnu stærkere på områder vi har valgt at fokusere på. Vores tur til New York har været en bikube af informationer, indtryk, inspiration og værktøjer som vi glæder os til at tage i brug. >>





helt ærligt hvad har vi gang i

Samarbejde. Vi har allerede nævnt vores samarbejde med Bandit, men indtil flere samarbejder er på vej. Blandt andet taler vi med et firma, der forstår sig på, at optimere din hjemmeside til søgemaskiner sådan at når folk søger på dit produkt, så dukker du rent faktisk op. Vi er også stadig meget aktive i DDA og nyder godt af at netværke med andre designbureauer. Der er en frisk åbenhed over hele konceptet og alle taler med alle og deler af erfaringer og udfordringer. Det tegner til at blive en fantastisk brancheforening hvor store går i godt spænd med små og det er meget smukt at overvære.

Hos The Mark har vi i en periode været med i en Mentor/Menteeordning. Vores mentor, Mogens Røstbjerg fra 11Design, er en rolig, tænkende, lyttende klippe af guld, der med stor overvejelse og god indsigt har svaret på mange af de emner der tidligere bekymrede os. Vi er stadig i forløbet og vil gøre god brug af Mogens mangeårige erfaring som ejer/leder i reklamebranchen.

New Buiz. Et område vi vil øge indsatsen på er New Buiz. Dem der er stillestående vil blive kørt over af dem der bevæger sig, og vi er selvfølgelig interesseret i at udvide med nye kunder. Men det er svært at komme igennem den første dør. Der er for få nysgerrige design- og reklameindkøbere i Dansk erhverv eller også har jeg ikke ramt dem endnu. Når vi henvender os er det for at hjælpe en virksomhed med at blive taget mere seriøst, måske tage sig selv mere seriøst og til sidst at sælge mere. Vi vil rykke deres salg. Selvfølgelig vil vi sælge vores ydelser, så vi har råd til at blive ved med, at hjælpe vores kunder med deres grafiske udfordringer og markedsføring. Men New Buiz er ikke kun nye kunder. New Buiz er også at få lov til at hjælpe vores kunder på flere områder end vi gør nu. Og så vil vi ikke længere være tilbageholdende med at bede folk om anbefalinger, for det er altså bare den bedste måde at få foden ind på i dagens Danmark. Så har du været tilfreds med vores service, så spred ordet om vores butik, som vi gjorde det med Voigt og i øvrigt gør det med vores kunders produkter.

Kunder. Men helt stille er der selvfølgelig ikke hos The Mark. Vi har nogle fantastisk kunder som vi samarbejder godt med og konstant laver arbejde for og så har vi endda også nye kunder. Af nye kunder kan vi nævne AutismeCoach.dk, som vi laver logo og hjemmeside for. Vi laver fortsat Film Guide 10 gange om året og har et godt samarbejde med Dansk Reklame Film som ejer magasinet. Vores kunde MindShare, et mediebureau som er en Gazelle virksomhed, har fået ny grafisk identitet som er meget spændende at arbejde med og så har vores store kunde Bose netop modtaget titlen som Gazelle virksomhed også. Det er en stor ære for os at arbejde med firmaer der rykker sig så effektivt.

Vi har også mistet en lille kunde som vi havde fuld gang i. Et rockmanagement firma RockZoo som vi har udviklet logo, hjemmeside og koncertmateriale til er desværre lukket og har taget sin ufærdige hjemmeside med sig i graven. Det er trist, da vi var meget begejstret for arbejdet. En anden af vores små kunder, Blackout, som vi udviklede logo, annoncer og flyers for er også lukket. I næsten 8 år har vi fuldt den og det er da trist for

os at vi nu skal gå gennem studiestræde i København uden at se vores logo i fremtiden. Salg af musik online har ikke kun ramt megabutikken Musicland i USA, men også de små butikker herhjemme. Ærgeligt!

Nyhedsbrevet:

Nyhedsbrevet vil blive sendt ud, når vi har noget at skrive om, så du kan trygt regne med ikke, at blive forstyrret hele tiden. Hvis du af den ene eller anden grund ikke længere ønsker, at følge med i hvad der sker for os på The Mark, behøver du kun sende en mail til news@enterthemark.com og skrive "nej tak" i emnefeltet og så slipper du for flere små guldkorn.

Hvis du har læst hele vejen herved til og sidder tilbage med spørgsmål eller bare lyst til at lære os bedre at kende så er det nemmeste i verden at løfte røret og ringe til os. Vi er nemlig ikke noget teleselskab!

The Mark Kig ind

Guldbergsgade 29B / 2200 KBH N
+45 23 99 17 17 / +45 26 11 33 17
www.enterthemark.com
blogspot.enterthemark.com