

Sådan skaber du vækst i din indpakningsforretning



Introduktion

I nutidens ekstremt konkurrenceprægede klima med stigende ekspertise er det sværere end nogensinde før at opbygge dit omdømme og få større succes med din virksomhed. Uanset om du kun lige er gået i gang, eller du vil holde dit momentum oppe, er det ikke nogen nem opgave at skabe vækst i din folieindpaknings- og grafikvirksomhed.

Din virksomhed kan nå et godt stykke ved at udnytte jeres kreative potentiale og installationstalent, men for at skille jer ud i forhold til konkurrenterne skal der mere til end bilbeklædningsekspertise. **Markedstilgængeligheden for folieindpakning og grafik giver dig rigtig gode kort på hånden.** Med den rigtige kombination af viden, planlægning og lidt knofedt har folieindpakningsvirksomhederne mulighed for at vokse, og 3M står klar til at hjælpe. Vores engagement i denne branche handler ikke kun om de produkter, vi laver, og vi ser lyst på fremtiden for grafik og folieindpakninger. Vi har taget højde for alt lige fra identifikation af branchetendenser og marketingstrategier til gennemgang af best practices og innovation, og vi har udviklet en handlingsplan, som kan få din butik til at skille sig ud og få din virksomhed op på næste niveau. Når du bliver ved med at have succes, kommer det os alle til gode.

Salgsprognose for folieindpakninger

73%

af trykkerier har registreret en markant omsætningsstigning i forhold til sidste år

60%

af trykkerier forventer, at salget af folieindpakninger vil stige til næste år

Kilde: SDGMag.com, 2016

Branchetendenser

I løbet af de seneste mange år har branchen for folieindpakning og grafik til biler oplevet konstant vækst og forandringer. For at holde trit med udviklingen er det vigtigt for grafikinstallatører og -producenter at holde sig ajour med produktinnovation og branchetendenser. Denne branche udvikler sig hele tiden og giver fantastiske muligheder for dem, der ved, hvor de skal kigge, og hvordan de skal gribe tingene an.





Bilforhandlere bruger folieindpakning af køretøjer til at beskytte bilernes originale lak og udvendige dele.

Det personlige marked

Personlige folieindpakninger er et element i branchen, der gradvist bliver større og større. Det omfatter simple projekter som en prisbillig delvis bilindpakning og helt op til en dekadent folieindpakning af en yacht til en NBA-spillers fødselsdagsfest (Dwyane Wade).

Brugen af vinyl til at personliggøre ting bliver mere og mere udbredt blandt kulturelle ledere og indflydelsesrige personer. Personliggjorte og individuelt tilpassede ting har smittet af på kulturen helt generelt, og almindelige forbrugere har også fået mod på at skille sig ud fra mængden. Dette voksende marked giver fantastiske muligheder for grafikproducenter og -installatører, og bil- og vægindpakninger giver kunderne en unik og simpel måde at udtrykke deres individuelle stil på, når det gælder deres køretøjer og interiør.

Og i takt med mere individualiserede folieindpakninger kommer der flere kunder, der gerne vil forbedre eller opfriske deres look efter nogle år eller sågar nogle måneder. Der har også været en markant stigning for andre typer indpakninger,

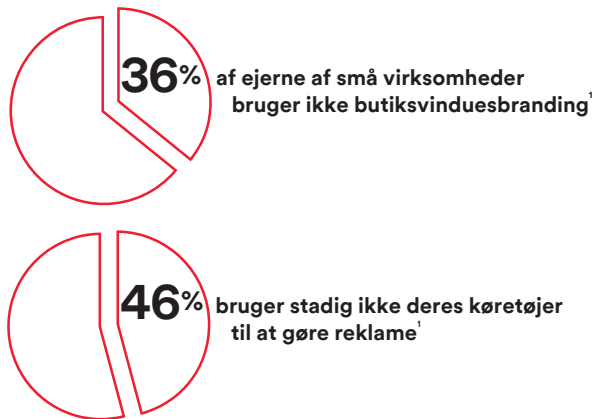


bl.a. både, motocrosscykler og en bred vifte af individualiserede produkter som f.eks. skateboards og terrængående køretøjer. Og man skal heller ikke glemme leasingbiler. Både privatpersoner og bilforhandlere bruger ikke kun indpakninger af køretøjer på grund af deres evne til at sætte et personligt præg, men også for at beskytte bilernes originale lak og udvendige dele.

Dwyane Wades
folieindpakkede yacht.
Foto: sneakerfiles.com

Det kommercielle marked

Med alt fra iværksættere med fart på til store, hæderkronede firmaer bliver den kommercielle branche for folieindpakning og grafik formet af både små og store virksomheder, der længe har stået for langt de fleste købte bilbeklædninger, grafik til vognparker, vægbeklædninger og meget mere. Denne branche har oplevet markant vækst, og der er grund til at bevare optimismen. 36 procent af små virksomheder bruger ikke branding på deres butiksfacader, og 46 procent bruger stadig ikke deres køretøjer i reklameøjemed ifølge en nylig rundspørge



¹ Data fra en undersøgelse af 3M blandt ejere af små virksomheder, marts 2014

² www.census.gov/data/tables/2014/econ/susb/2014-susb-annual.html

³ www.statista.com/statistics/281134/number-of-vehicles-in-use-worldwide/, 2015

⁴ www.afdc.energy.gov/data/10309, 2015

blandt virksomheder.¹ Hvis man fjerner magnetskilte på køretøjer fra resultaterne, når man helt op på 74 procent. Det betyder, at en stor del af virksomhederne har et stort potentiale for grafik og folieindpakning – og det er et marked, som grafikinstallatører og -producenter kan udnytte til at få vækst i omsætningen.

Brancher i forandring

Selvom man ved, at der er muligheder for vækst, kan det stadig være en stor udfordring rent faktisk at finde håndgribelige nye forretningsmuligheder. Her kan lidt information gøre en stor forskel. Når du kigger fremad, er det meget vigtigt at vide, hvilke markeder du bør bruge din tid på at gå efter, og hvilke du bør undgå.

Hvis du har erfaring med disse typer virksomheder, kan du bruge denne erfaring til at finde nye salgsmuligheder hos lignende virksomheder, der måske har brug for [køretøjsgrafik](#) og [vægbeklædninger](#).

Hvis du ikke har arbejdet inden for et af disse markeder, har du måske lige fundet din næste kilde til nye leads. Selvom du går efter nichevirksomheder eller har ekspertise på mindre markeder, kan disse udbredte brancher give dig en køreplan til fremtidig succes og hjælpe dig med at finde ud af, hvilke brancher der er bedst at arbejde videre med.

Håndværkervirksomheder er muligvis udbredte i nutidens erhvervsliv, men der er ingen garanti for, at de bliver ved med at være det i de kommende år. Ved at analysere og forudse den fremtidige opgang og nedgang i bestemte brancher kan du lettere beslutte, hvem du bør arbejde med,

og hvor du finder det bedste vækstpotentiale.

Find dit nichemarked

Hvis du driver en stor virksomhed, er der gode chancer for, at du har kapaciteten og ekspertisen til at klare de fleste opgaver, som du får ind. For nye eller mindre virksomheder kan det være nemmere at klare sig mod et overmættet marked, hvis man finder et nichemarked. Tænk over, hvor salgsmulighederne ligger i forhold

Potentielle nicheområder inden for folieindpakning, som er værd at overveje:

► luksuskøretøjer



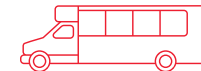
► racerbiler



► tilpasset RV-turbus



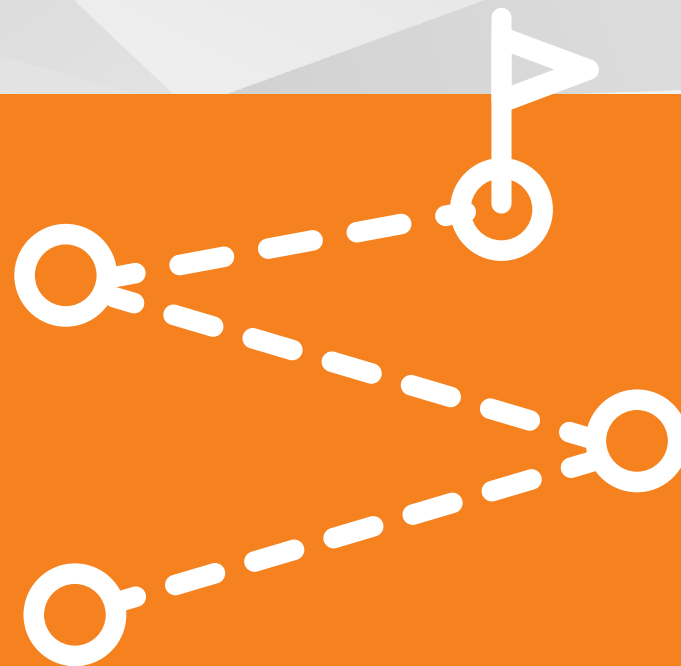
► bybusser

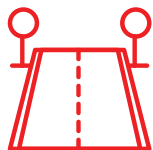


til din virksomheds spidskompetencer og den eksisterende kundebase. Potentielle nicheområder, som kan være relevante, er bl.a. foliebeklædning af luksuskøretøjer, racerbiler, tilpassede RV-turbusser eller bybusser, grafik til sportsbegivenheder og professionelt interiør.

Udvikling af en strategi

Ud over at holde dig ajour med tendenser i branchen kan det bidrage til at skabe vækst i din virksomhed, hvis du har de rette planer og systemer på plads. En gennemtænkt forretningsplan og marketingstrategi kan gøre en enorm forskel i forhold til at få succes på den korte og den lange bane





Udvikling af en forretningsplan

En forretningsplan er en slags køreplan til succes. På baggrund af din forståelse af branchen, dine tjenester og dine fremtidige mål skal dette dokument være unikt for din virksomhed og vise, hvor du er, hvor du gerne vil hen, og hvilke metoder du regner med at bruge for at nå dertil.

De områder, du skal overveje i forbindelse med udvikling eller opdatering af en forretningsplan, er bl.a.:

- ▶ Marketing
- ▶ Driftsprocesser
- ▶ Ledelse og organisation
- ▶ Økonomi

Når din forretningsplan er færdig, bør du få den gennemlæst af en person, som du stoler på og betragter som en mentor. Med en mentor kan du få hjælp til at tackle udfordrende situationer med både medarbejdere og kunder, skabe netværk til at finde nye projekter eller

potentielle nyansættelser og blive holdt til ilden i forhold til at nå de mål og milepæle, du har opstillet som en del af din forretningsplan.



Marketingstrategi

Efter at have defineret din forretningsplan er næste skridt at udvikle en marketingplan. Marketingplaner er meget individuelle og kræver normalt en del research. Ved at analysere markedet og din målgruppe kan du finde salgsmuligheder, som kan skabe vækst i din virksomhed.

Det kan være svært at identificere disse problemstillinger og muligheder og beslutte, hvad dit næste skridt skal være. Hvis du bruger en guide eller en skabelon, undgår du at skulle famle i blinde, når du udarbejder en marketingstrategi fra bunden. Den gennemgår, hvordan du kommer i gang med at opstille klare mål, målsætninger og en handlingsplan samt med at definere konkurrencesituationen.



En mentor kan hjælpe dig med at tackle udfordrende situationer



DOWNLOAD
[Sådan bruger
du digital marketing
til at nå ud til
kunder– hvidbog](#)

Digital marketing

Udarbejdelsen af en detaljeret digital marketingstrategi, der optimeres løbende, kan give flere leads og i sidste ende føre til større omsætning. Data er meget vigtige i forbindelse med implementeringen af en succesfuld digital marketingstrategi, og de kan hjælpe dig med at få mere information om dine kunder og om, hvordan du kan nå ud til dem.

Du kan få et godt overblik over digital marketing ved at downloade guiden [Sådan bruger du digital marketing til at nå ud til kunder.](#)

Medier

Selvom digital marketing er et vigtigt værktøj med hensyn til at nå ud til din målgruppe. Det involverer ofte en ekstra økonomisk investering for at sikre, at du bliver set. Det er dog ikke tilfældet med PR og social mediemarketing. I erhvervslivet skal der bruges penge for at få tingene til at ske, men korrekt brug af PR og sociale medier giver mulighed for at levere dine budskaber på tværs af ejede medier og fortjente medier. Det kan kræve noget tid og knofedt, men du kommer ikke til at blive ramt på pengepungen.



PR

PR er en strategisk kommunikationsproces, der opbygger relationer mellem organisationer og offentligheden, der er gavnlige for begge parter. God PR er en langsigtet proces, der hjælper med at opretholde og styrke din synlighed og tilstedeværelse som frontfigur i grafik- og skiltningsbranchen. Uanset om det handler om et unikt projekt, du har arbejdet på, en lokal erhvervspris, f.eks. en kåring, eller succesfulde partnerskaber med andre virksomheder og lokale foreninger, kan PR skabe nye salgsmuligheder for dig, opbygge troværdighed via tredjepart og tiltrække dygtige medarbejdere.

PR kaldes nogle gange for fortjente medier, hvilket ikke er det samme som betalte medier (også kendt som annoncering). Læsere og offentligheden opfatter PR på en anden måde end annoncering. Uanset om du får dækning i lokalaviser eller tilbyder ekspertise i fagblade, kan PR styrke din troværdighed som en pålidelig virksomhedsejer og være med til

at forbedre dine nuværende relationer og give dig nye kunder.

Du kan få PR-omtale af din virksomhed ved at udsende pressemeddelelser og medienotitser, ligesom du kan koordinere redaktionelle muligheder i fagblade, f.eks. i form af artikler, interview og indsendelse af fotos.

De potentielle PR-muligheder er bl.a.:

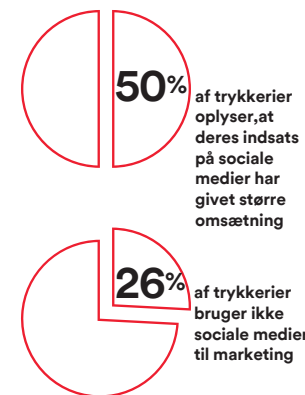
- ▶ Unikke fuldførte projekter med billeder i høj opløsning, som er taget før og efter installationerne
- ▶ En virksomhedsprofil, herunder et kig bag kulisserne i din virksomhed
- ▶ Lokale kåringer af små virksomheder, involvering i lokalsamfundet og opdateringer om kundernes succes

For at få yderligere viden om, hvilke redaktionelle muligheder du har, skal du sikre dig, at du abonnerer på de relevante fagblade og er tilmeldt daglige/ugentlige nyhedsbreve. Du kan også overvåge emnerne i erhvervssektionen i din lokalavis.

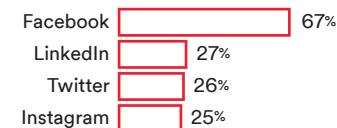


Sociale medier

Hånden på hjertet: sociale medier er blevet en af vores primære kanaler til information og kommunikation med venner og familie. Gennem sociale medier kan du give din virksomhed et menneskeligt ansigt og opbygge brandambassadører. En af de gode ting ved sociale medier er, at der er forskellige platforme, så du kan identificere, hvilke(n) kanal(er) der hjælper dig og din virksomhed bedst. Her er nogle grunde til, at hver enkelt kanal fungerer godt.



Mest populære sociale mediekanaler til folieindpakkingsværksteder



Kilde: SDGMag.com, 2016



Facebook

Via Facebook kan du oprette en virksomhedsside for at styrke dit brands tilstedeværelse og opbygge et fællesskab af brugere. Med over en milliard brugere over hele verden giver



Folk ser i gennemsnit
100.000.000
timers video på Facebook
hver dag, primært på deres
mobilenheder

Kilde: VendeSocial.com, 2017

Facebook adgang til en platform, så du kan interagere direkte med din målgruppe. En god tommelfingerregel i forhold til interaktion med målgruppen er at have 80 procent af indholdet fokuseret på at interagere med målgruppen og 20 procent fokuseret på at promovere din virksomhed (marketing, salg osv.). En Facebook-virksomhedsside giver dig mulighed for at fremvise kundeudtalelser og -anmeldelser, som også kan blive vist i søgemaskiners søgeresultater og føre flere potentielle kunder til din virksomhed.



YouTube

YouTube er et fantastisk værktøj i grafik- og skiltningsbranchen, fordi installatører altid er interesserede i at dele og lære tricks fra branchen. Når du har oprettet en



Folk ser i gennemsnit
1.000.000.000
hours of video on YouTube
every day on mobile alone

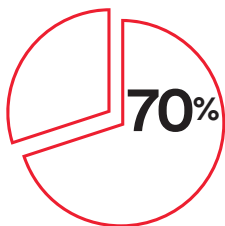
Kilde: fortunelords.com, 2017

YouTube-kanal til din virksomhed, er det vigtigt, at du jævnligt tilføjer spændende indhold, der fanger brugernes opmærksomhed inden for de første fem sekunder. Dette kan omfatte gode eksempler på dit seneste arbejde, der viser din designproces, eller andre former for indhold, som kan vække potentielle kunders interesse. Hvis du inkluderer en opfordring til handling i videoen, kan du sikre, at seerne ved, hvor de kan finde dig.



Instagram

Det siges, at et billede siger mere end tusind ord. Det gælder i endnu højere grad i grafikbranchen, hvor visuelle elementer er ekstremt vigtige i forhold til at demonstrere, at dit arbejde er unikt og har høj kvalitet. Det anslås, at 80 procent af brugerne på Instagram følger en virksomhed, så sørg for, at din virksomhed er blandt dem. En af fordelene ved at have en dedikeret Instagram-konto for din virksomhed er, at kunderne og folk i branchen kan finde på at tage et billede af din virksomheds arbejde og dele det med deres følgere. **Bonus!**



70% virksomheder i USA vil bruge Instagram til marketing i år

Kilde: e-marketer.com, 2015

Udvikling af en digital marketingstrategi

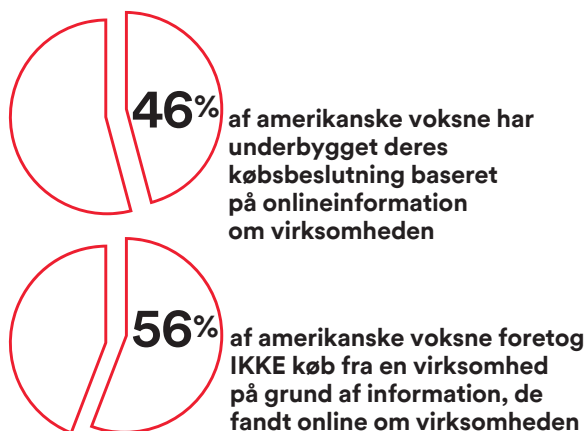
Med et solidt fundament til, hvordan du kan udvikle en marketingstrategi og implementere PR og sociale medier på bedst mulig vis, er du godt på vej til at styrke din tilstedeværelse over for offentligheden. Nu er det tid til at tage det næste skridt med hensyn til at styrke din virksomhed og øge din rækkevidde. Læs vores guide til digital marketing, og find ud af, hvordan den kan hjælpe dig med at få endnu større succes med din folieindpakkingsvirksomhed ved at optimere din tilstedeværelse online for at øge din eksponering og leadgenerering.

Beskyttelse af omdømme

Dit omdømme betyder alt – lige fra kvaliteten af dine medarbejdere og de materialer, du bruger, til de garantier, du tilbyder, og de sikkerhedsforanstaltninger, du implementerer. Den måde, offentligheden opfatter din folieindpakningsvirksomhed på, kan have stor indflydelse på, hvordan din virksomhed klarer sig nu og fremover.



Hvis du opbygger en brandidentitet og et positivt omdømme, kan det være med til at tiltrække nye kunder og fastholde eksisterende kunder. Der er uendelige mængder virale data, som er tilgængelige for nye og eksisterende kunder, og derfor er det vigtigere end nogensinde før at beskytte dit brand. Her er yderligere marketinganbefalinger til, hvordan du kan skille dig ud fra mængden og fortsætte med at skabe vækst i din virksomhed:



Source: Forbes.com, 2017

Vær et godt eksempel

Hvis du vil give anbefalinger om branding og fremvise bilbeklædninger og grafikprojekter til nuværende og fremtidige kunder, bør din virksomheds branding og grafik skille sig ud. Det samme gælder for grafik på bygninger og indendørs vægbeklædninger. Overvej foliebeklædning til din butiksfacade og dine medarbejderes køretøjer. Selvom det kræver, at du investerer tid og ressourcer, vil investeringen komme igen med renter på grund af den effekt, det vil have på udbredelsen af din virksomheds brand og mund-til-mund-omtale. Det vil også vise kvaliteten af dit arbejde, hvilket er meget nyttigt, når du fremviser designmuligheder til potentielle kunder.



Overvej foliebeklædning til din butiksfacade og dine medarbejderes køretøjer.

Etabler dig som brandrådgiver, eller tilbyd et brandingprogram

Brug din ekspertise inden for foliebeklædnings- og grafikbranchen som en kreativ drivkraft til at gøre mere end bare at udføre opgaverne. Du kan blive brandrådgiver med henblik på at samarbejde med kunderne og tilbyde din ekspertise, så de kan styrke deres brand, få mere gennemslagskraft og forbedre deres image. Ved at bruge ressourcer som 3M Brand You kan du sætte virksomhedsejere i kontakt med uddannelsesressourcer og inspiration fra brancheledere og brandingeksperter. I stedet for kun at tilbyde grafik kan du tilbyde en komplet brandingservice til virksomheder, der gerne vil starte på en frisk.

Vær altid helt transparent

Størstedelen af dine kunder vil komme til dig uden tidligere erfaring med foliebeklædning. De skal bruge din ekspertise til at forventningsafstemme i forhold til, hvordan processen skal være, og hvad der skal til for at gennemføre et projekt på en effektiv måde. For at sikre, at du er helt transparent, kan du overveje at skrive et kreativt brief, så du og din kunde er i øjenhøjde fra start. Du skal også sørge for, at dine kontrakter og estimater er opdaterede, og at du har klar kommunikation med din kunde. Målet er at skabe et system, hvor du undgår potentielle misforståelser og opbygger dit omdømme som en virksomhed, der er let at samarbejde med og kun sjældent laver fejl.

Kundeuddannelse

Effektivitet, produktvalg, yderligere anvendelser

I takt med at indpakninger af køretøjer og andre grafikopgaver bliver mere populære, begynder vækstmulighederne på både det kommercielle og det personlige marked at nærme sig hinanden, og det giver mulighed for at få nye kunder inden for begge områder. Det er meget vigtigt at uddanne kunderne om værdien og alsidigheden i foliebeklædninger – og dataene viser det med al tydelighed.



Bilreklame har vist sig at være en af de mest succesfulde og prisvenlige former for marketing, da det kun koster omkring 3 kr. for 1.000 eksponeringer. Det er meget mere effektivt end gennemsnitspriserne for tv, print, radio og andre former for reklame.

Reklame med indpakningsfolie og grafik er en omkostningseffektiv strategi, men det behøver ikke være begrænset til biler eller vognparker.

I dag kan man pakke stort set alt ind i folie: vægge, gulve, både og teksturerede overflader – listen er stort set uendelig. Der er dog mange, som ikke er klar over alle de muligheder, der findes. Ofte er det op til dig at uddanne dit marked omkring udskiftning af lak, indendørs grafik og vægbeklædninger med vinylfolie.

Eksisterende kunder er et oplagt sted at starte, når du vil skabe vækst i omsætningen. Måske har du lavet bilbeklædninger for en lille virksomhed i dit lokalområde eller indpakket en virksomheds vognpark i folie. Men har de tænkt over andre måder, hvorpå grafik og folieindpakning kan bruges til at promovere deres virksomheder? Ofte er de ikke klar over, hvor mange muligheder der er, og det er din

opgave at hjælpe dem med at få overblik over mulighederne.

Hvis du vil lave en god visuel demonstration over for dine kunder af, at alt kan lade sig gøre med foliebeklædning, kan du omdanne din butik til et showroom.

Du kan bruge perforeret vinduesfilm, gulvgrafik og teksturerede overflader som f.eks. mursten i dit arbejdsområde til at vise anvendelsesmulighederne med grafikfolie. Det kan hjælpe dem med at se nye måder, hvorpå de kan bruge grafik til branding af deres butiksfacader eller bruge midlertidig grafik til at formidle en kortvarig og sæsonbestemt kampagne, der nemt kan udskiftes, da grafikken er påsat med en ultralet aftagelig folie.

Det er også en god idé at have en digital og en fysisk mappe med casestudier, som du kan vise til kunderne. Det kan give et enormt udbytte at investere i et kvalitetskamera og bruge tid på at filme og fotografere alle de projekter, du arbejder på. Hvis kunderne er i tvivl om, hvad de gerne vil have, kan du vise dem eksempler på projekter, du har arbejdet med, og vise dem grafikinstallationer, som de ikke anede var mulige.



Investér i et kvalitetskamera, og tag billeder af hvert enkelt projekt.



HJEMMESIDE:
[3M](#)
[Printindpakningsfolie – produktside](#)



Hav en digital eller fysisk portefølje med casestudier, så du kan vise kunderne eksempler

MAN ved aldrig, hvilket projekt der kan vække en anden persons interesse – det kan være det største projekt, du har haft, eller en lille opgave, som du næsten havde glemt. Hvis du har en katalogiseret historik over din virksomheds arbejde, kan du også understøtte dine marketinginitiativer og gøre det nemt at huske detaljer fra projekter i forbindelse med nye salgsmuligheder.

Udvikling af nye måder at bruge produkter på

Den eneste metode til at uddanne dine kunder omkring alle de muligheder, som indpakningsfolie og vinylprodukter har at byde på, er selv at kende dem. Med 3M har du adgang til produkter, som er specialudviklet til stort set alle opgaver og overflader. Det betyder, at de mulige design og farvekombinationer er nærmest uendelige. Med alt det, der er på markedet i dag, er det lettere end nogensinde før at finde nye måder at bruge produkterne på. Nu findes der printbar reflekterende folie, metallisk og klar folie, overlaminater med særlige effekter og meget mere, der kan forbedre dine projekter og udvide dit kreative potentiale. Teknologien har også ført til udviklingen af folie, der er særligt designet til mursten og andre overflader, der normalt ville give problemer i forbindelse med beklædning.

Selv med alle disse muligheder kan det være nemt at falde tilbage i de gamle rutiner. Du kan kickstarte din fantasi ved at tage et kig på vores [Instagram-side](#).



HJEMMESIDE:
[3M-grafik](#)
[på Instagram](#)

Nye måder og nye steder til at bruge indpakningsfolie

Næsten alle overflader kan bruges til beklædning. Hvis de kan ses med det blotte øje, kan den også bruges til reklame. Når du arbejder med kunder, kan du tage dem med på en rundtur i deres egne bygninger eller gennemgå hele deres vognpark. Du kan se områder med køretøjer, kontorlokaler eller usædvanlige udvendige afsnit på deres bygninger, der er perfekte til beklædninger og grafik, som din kunde aldrig ville have tænkt over. Derudover skal du huske at samle inspiration fra andre. Noget af den bedste kunst og musik er opstået ved at

inkorporere stilarter eller brudstykker i nye kreationer. Abonner på fagblade, og følg andre folieindpakningsværksteder på sociale medier. Man ved aldrig, hvor det næste innovative design vil komme fra, eller hvornår din egen kunde har brug for sådan en kreation.

Ved at udvikle nye måder at bruge folie på kan du vise kunderne, at intet er umuligt, og dermed tiltrække nye kunder. Ved at give kreativiteten frie tøjler med unikke projekter og design kan du blive bemærket i branchen og få positiv eksponering af din virksomhed. Du kan få mere at vide om, hvordan du gør din virksomhed mere synlig, ved at læse om digital marketing [her](#).



DOWNLOAD
[Sådan bruger
du digital marketing
til at nå ud til kunder](#)

Galleri med inspiration til folieindpakning



Kvalitetsmaterialer

Hvis du har været i beklædnings- og grafikproduktionsbranchen i kortere eller længere tid, har du sandsynligvis bemærket en stigning i det antal personer og virksomheder, der tilbyder ensartede tjenester. Mange af dem kan dog ikke levere den samme høje kvalitet som dig. Alle brancher oplever prispres og underbydning, men det kan være den sikre vej til ruin at prøve at indlede en priskrig med andre virksomheder.



Virksomheder, der har erfaringen og resultaterne til at bevise deres værd, bør ikke kompromittere deres omdømme. Det handler om at fokusere på værdi, ikke på pris. Underbydning vil ske, men det kan aldrig konkurrere med den ekspertise og kvalitet, du tilbyder – både med hensyn til service og produkt.

Underbydning og prispres resulterer ofte i et dårligt slutprodukt. Disse virksomheder kan måske godt få omsætning på den korte bane, men dårligere produkter og talent giver dårligere resultater.

Potentielle folieproblemer



Bilbeklædninger, der begynder at løfte sig og skalle af



Grafik, der falmer for hurtigt



Aftagelighed

Disse virksomheder vil hurtigt blive berygtede for deres dårlige arbejde, og du vil sandsynligvis være den virksomhed, som

deres kunder henvender sig til, når de skal have lavet fremtidige projekter eller rettet op på de elendige foliebeklædninger, de allerede har fået lavet. Det er derfor, det er så vigtigt at bruge kvalitetsmaterialer til hvert projekt.

Brandkvalitet

Grafikproducenter, virksomhedsejere og brancheledere har givet udtryk for, hvad 3M-navnet står for i disse personers og deres virksomheders øjne. De stoler på 3M's produkter, fordi 3M er et globalt anerkendt navn, der appellerer til kunderne. Det er et brand, de kender. Uanset om de har brugt Post-It® Notes eller Scotch® tape, har de sandsynligvis brugt 3M's produkter i en eller anden udstrækning. Kunderne vil blive mere trygge, når de hører, at 3M's materialer bliver brugt til deres biler eller vægge i stedet for en mindre kendt virksomhed. Se, hvilken effekt [3M's indpakningsfolie](#) kan have på kvaliteten af dit arbejde og din virksomheds omdømme.

3M Science.
Applied to Life.™



Nøjagtige estimer

Nøjagtige estimer og priser er meget vigtige for at få succes med en folieindpakkings- og grafikinstallationsvirksomhed. Korrekt prissætning er med til at afstemme forventningerne mellem en grafikproducent og en brandejer vedrørende prisen for et projekt, og det er med til at danne præcedens for fremtidige projekter for den samme kunde.





Ved nye projekter skal du bede om en udbetaling, der skal overføres, før projektet starter

Når du skal udarbejde et estimat, er en af faktorerne at finde ud af, hvor mange kvadratmeter materiale du skal bruge til at fuldføre et projekt. Husk, at i forbindelse med udfordrende installationer, f.eks. **køretøjer med mange kurver, er det vigtigt at medregne lidt ekstra materiale, så du ikke løber tør.** Hvis du er på udkig efter en kantfri indpakning, er det en fordel at have så meget materiale som muligt at arbejde med.

Med hensyn til designomkostninger kan du overveje at granske potentielle kunder for at finde ud af, hvor opsatte de er på at handle med dig, før du starter på designarbejdet. En metode til at gøre dette er at bede om en udbetaling for et projekt, før designomkostningerne påløber.

Du vil nogle gange opleve kunder, der gerne vil inkorporere alt i et enkelt design. Du har ekspertisen til at minde dine kunder om, at hvis de vil have det optimale ud af deres folieindpakning, skal de gøre alt, hvad de kan, for at sikre, at budskabet er let at læse og kommer hurtigt til sagen. Det hjælper også, hvis de kan give et eksempel på et design, de godt kan lide.

Hvis du har mange samtaler frem og tilbage med en kunde, kan du henvise dem til [3M Brand You](#), som er et uddannelseswebsted til brandejere, eller du kan invitere dem til din virksomhed, så de kan tale et kvarters tid med din designer. **Hvis du møder dem ansigt til ansigt og laver ændringer i et design, kan du og din kunde spare mange timer i designtid.**

Designanbefalinger til kunder

- ☒ Let at læse
- ☒ Løjnefaldende branding
- ☒ Ren grafik
- ☒ Definerede farver
- ☒ Gør mere med mindre



DOWNLOAD
[Styring af
bundlinjen i din
indpakningsforretning](#)

Prisen skal ikke kun afspejle brug af simple produkter og tid. Den skal også omfatte faste omkostninger, hele den kreative proces og potentielle revisioner. Hvis du forstår det overordnede billede samt prisen for arbejdstid og folie og kan sikre, at du præsenterer kunden for en klar plan og dine forventninger, kan det lette processen og redde din bundlinje. Du kan finde flere oplysninger om best practices for estimater i 3M's hvidbog, [Styring af bundlinjen i din indpakningsforretning](#).

Uanset om du bruger et prissætningsprogram eller laver estimater i hånden, **er det vigtigt at få fastlagt omkostningerne så tidligt som muligt i din virksomhed**, så du kan give ensartede estimater for arbejdet, lægge et passende dækningsbidrag på produktomkostningerne og identificere potentielle kilder til tabt omsætning. Ved at lægge fundamentet på et tidligt tidspunkt kan du få et større overskud ud af anstrengelserne og være med til at sikre, at din virksomhed får succes.

"De fleste virksomheder oplyser, at de bruger en eller anden form for prissætningsstruktur baseret på pris pr. kvadratmeter ... Der benyttes andre prissætningstrukturer, f.eks. specifik prissætning efter opgavens kompleksitet, opkrævning af en fast timepris eller en pris baseret på arbejdstid og anvendte materialer."

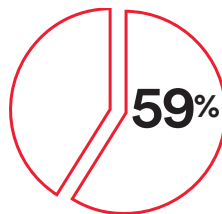
– Sign & Digital Graphics, 2016

Tiltrækning og fastholdelse af dygtige medarbejdere

Dine beklædninger bliver kun gode, hvis gode folk installerer dem. Uanset om du har en lille folieindpakningsvirksomhed eller en franchisekæde i vækst, er det ekstremt vigtigt for din vækst og din succes at ansætte dygtige og pålidelige medarbejdere.



For at kunne opbygge et fantastisk folieindpakningsteam, er du nødt til at kigge indad. Hvis du driver en velrenommeret virksomhed, vil dygtige og engagerede mennesker få lyst til at arbejde for dig. **Når folk godt kan lide at gå på arbejde, skinner det igennem i kvaliteten af de tjenester, de leverer.** Færdighederne og kompetencerne er meget vigtige faktorer, når du skal ansætte en person, men det er lige så vigtigt at sikre, at personen passer ind i virksomhedskulturen. En forkert ansættelse kan give dårlig stemning i virksomheden og skævvride balancen i dit team med installatører og designere – også selvom



Engagerede medarbejdere er mindre tilbøjelige til at søge job i en anden virksomhed

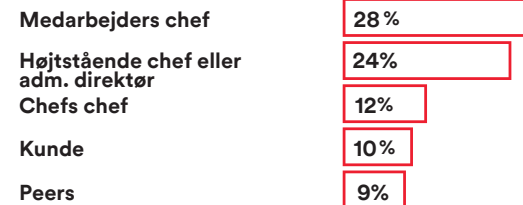
Kilde: Gallup News, 2015

det oprindeligt var et stærkt og harmonisk team. Kandidater, der sætter teamets interesser over sine egne og har en positiv attitude og gåpåmod, vil kun komme din virksomhed til gode.

Når du har samlet et stærkt team, er det vigtigt at vise, at du sætter stor pris på dem. Folk, der er glade for deres job, vil med større sandsynlighed

blive længere tid i jobbet og opfordre andre gode medarbejdere til at komme med i teamet. Sørg for at behandle dine medarbejdere med respekt, og find nye metoder til at vise dem, at du sætter pris på dem. Det kan f.eks. være via en god løn, et tilstrækkeligt antal fridage,

En medarbejders vigtigste anerkendelse kommer fra



Kilde: Gallup News, 2015

medarbejdere og ved at vise dem, at alle medarbejdere i teamet er vigtige. Det er også vigtigt at nedbryde barriererne mellem ejer og medarbejdere. Husk, at der ikke er nogen opgaver, der er under din værdighed. Hvis du hjælper til med alle typer opgaver, viser du medarbejderne, at du er lige så meget en del af teamet som alle andre. Hvis du gør virksomheden til et rart sted at være, er der bedre muligheder for, at dine medarbejdere bliver hos dig i det lange løb.



Overvej at hyre en underleverandør ind, når du er underbemandet eller har brug for stærkere eller mere specifikke kompetencer.

Brug af underleverandører

En af ulemperne ved at arbejde med folieindpakning er, at der kan være rigtig mange ventende projekter, men ikke nok medarbejdere til at udføre opgaverne. Virksomhedsejere står ofte over for den svære beslutning om, hvorvidt de skal ansætte fuldtidsmedarbejdere eller hyre uafhængige leverandører. Når du er underbemandet eller har brug for specifikke kompetencer, kan det være en fordelagtig løsning at hyre en underleverandør ind.

Underleverandører er ofte et bedre valg for store virksomheder, da det giver dem større fleksibilitet med hensyn til kundekrav og likviditetsstyring. Hvis du samarbejder med underleverandører, kan du beskytte din bundlinje og mindske behovet for administration og oplæring. Det kan dog også føre til mindre profitpotentiale på visse projekter. Fuldtidsmedarbejdere er derimod optimale, når der hele tiden er opgaver, der skal laves. Uanset om de har de nødvendige kompetencer fra starten, eller du investerer i deres oplæring, kan fuldtidsmedarbejdere omstille sig til virksomhedens kultur og udføre arbejdet på den måde, du ønsker det. Ansættelse af fuldtidsmedarbejdere fungerer ofte godt i mindre virksomheder, hvor forskelligartede

kompetencer kan give fordele i forbindelse med unikke projekter med korte deadlines.

Det første skridt på vejen mod at udvikle en virksomhedskultur er at identificere dine ansættelsesbehov og definere, hvad der fungerer bedst i din virksomhed. Hvis du skaber et arbejdsmiljø, hvor medarbejderne føler sig værdsatte og godt kan lide at være, kan det hjælpe dig med at finde flere gode medarbejdere, når du har brug for dem, og fastholde dem i dit team. Når du har etableret denne base, vil det styrke din virksomheds omdømme, og dine glade medarbejdere vil tiltrække flere dygtige folk i fremtiden.

Medarbejdersikkerhed

Det er vigtigt at opretholde et sikkert arbejdsmiljø, både for at sikre dine medarbejders trivsel og din bundlinje. Skader kan koste mange penge, og ved at drive en sikker arbejdsplads kan du påvirke medarbejderfastholdelsen og dit brands omdømme i positiv retning.

Ved at holde din butik ren kan du skabe et indbydende og troværdigt visuelt miljø for kunderne og øge butikssikkerheden. Rod eller et uorganiseret arbejdsområde

kan føre til ulykker. Læg alle dele og alt værktøj tilbage på deres respektive pladser spots efter brug. Sørg også for, at gangarealerne er ryddelige, og fjern unødvendige genstande, f.eks. koste og skamler, fra arbejdsområder.

En ren butik gavner ikke bare den overordnede sikkerhed og arbejdsgang, men er også et godt marketingtrick. En ren og ryddelig butik signalerer kvalitet og professionalisme, hvilket indgyder tillid hos nye og tilbagevendende kunder.

Hvis du driver en sikker virksomhed, vil det hjælpe dig og dit team med at producere folieindpkningsprojekter i høj kvalitet og opretholde et godt omdømme i branchen. At indføre dage med sikkerhedstræning er en god metode til at sikre, at alle dine medarbejdere, både nye og erfarne, er klar over virksomhedens regler. Sørg for, at alle butikssikkerhedsreglerne er slået tydeligt op i arbejdsmiljøet, for at minde dine medarbejdere om dem og undgå bøder, hvis der skulle ske en ulykke.

Hvis du får en ekspert til at komme og inspicere din butik for mulige farer, kan det spare dig

for problemer i det lange løb. Hvis du skrider til handling, før der sker ulykker, er der mindre risiko for fejl på arbejdspladsen, som

Et par andre best practices, der er værd at overveje



Efter at have vasket og rengjort biler skal de altid flyttes til et tørt område for at undgå, at medarbejderne arbejder i våde områder



Når dækpapiret er taget af vinylindpkningsmaterialet, skal du sørge for at fjerne det fra gangarealet for at undgå, at medarbejderne glider



Følg den korrekte procedure for knækkede knivblade for at forebygge farer og sår, der kan undgås

resulterer i skader. Sørg for at være meget påpasselig, når det gælder sikkerhed på arbejdspladsen. En sikker virksomhed sparer penge for dig, ligesom den holder dine medarbejdere sikre og giver dig et godt navn i branchen.

Konklusion

Uanset hvor langt din virksomhed er nået, er der altid plads til forbedring. Med skiftende branchetendenser og marketingsituationer skal både gamle og nye virksomheder lære nye ting for at holde sig foran konkurrenterne. **Der er aldrig et perfekt svar på, hvordan du kan skabe vækst i din folieindpakningsvirksomhed, men hvis du indfører best practices og strategisk planlægning på tværs af en lang række forskellige virksomhedsinitiativer, vil det betale sig i det lange løb.**

Nye kunder kan komme overalt fra. Anbefalinger og tilbagevendende kunder er de klart vigtigste årsager, men sociale medier og websøgninger, artikler i lokale og landsdækkende aviser samt omfattende digital marketing kan også gøre en markant forskel i forhold til, hvem der kommer ind i din butik eller skriver til din indbakke. Opskriften på succes er at blande dygtige medarbejdere, branchekendskab, marketing og professionalisme, og det er det, der gør denne branche til noget helt unikt og specielt.



3M Commercial Solutions Digital Marketing Resources

Hvis du fandt denne artikel nyttig, er du meget velkommen til at kigge nærmere på følgende artikler, der alle har til formål at hjælpe dig med at opbygge din grafikproduktionsvirksomhed.

- ▶ [Sådan bruger du digital marketing til at nå ud til kunder](#)
- ▶ [Styring af bundlinjen i din indpkningsforretning](#)
- ▶ [En vejledning til digitalprint](#)



3M a/s
Hannemanns Allé 53
DK-2300 København S
Danmark
Tlf.: 43 48 01 00
www.3m.com/dk