

Få folieringsverk- samheten att växa



Introduktion

I dagens klimat med extrem konkurrens och ökande expertkunskaper är det svårare än någonsin att etablera ett gott rykte och öka företagets framgång. Oavsett om du precis har kommit igång eller vill hålla farten uppe är det inte så lätt att få folierings- och grafikverksamheten att växa.

Företaget kan komma långt genom att öka den kreativa potentialen och montörernas kunskaper, men om du vill skilja dig från konkurrenterna behövs mer än bara skicklig foliering. **Marknaden för foliering och grafik finns där ute.** Med rätt blandning av kunskaper, planering och lite knog finns det möjligheter för folieringsföretag i hela landet att växa, och 3M finns här för att hjälpa dig. Vårt engagemang i den här branschen sträcker sig bortom de produkter vi tillverkar, och vi ser på grafikens och folieringens framtid med spänning. För allt från att identifiera branschtrender och marknadsföringsstrategier till att diskutera de bästa metoderna och innovationer har vi tagit fram en plan som kan hjälpa dig att se till att din verkstad skiljer sig från mängden. Vi kan hjälpa dig att ta ditt företag till nästa nivå. Om du fortsätter att lyckas kommer vi alla att lyckas.

Verksamhetsprognos för foliering

73 %

av montörerna
rapporterar
en avsevärd
försäljningsökning
det senaste året

60 %

av montörerna
förväntar sig att
folieringsförsäljningen
kommer att öka nästa år

Källa: SDGMag.com, 2016

Branschtrender

Branschen för bilfoliering och grafik har vuxit stadigt och förändrats under de senaste åren. För att hålla jämna steg är det viktigt för grafikmontörer och tillverkare att hålla sig uppdaterade om produktinnovation och branschtrender. Eftersom branschen hela tiden utvecklas finns det otroliga möjligheter för de som vet hur och var man ska leta.





Bilhandlare väljer helfoliering av fordon för att bevara bilens ursprungliga lack och utsida.

Den personliga marknaden

Personliga folieringar är ett marknadssegment som växer stadigt. Det omfattar projekt som är så enkla som en billig delvis fordonsfoliering, ända till en extravagant folierad yacht för en NBA-spelares födelsedagsfest (Dwyane Wade).

Att använda vinyl för att göra ägodelar personliga har varit en växande trend bland kulturpersonligheter och influencers. Skräddarsydda och personliga ägodelar har i sin tur överförts på kulturen som helhet, vilket lockar konsumenter att också skilja sig från mängden. Denna växande marknad ger grafiktillverkare och foliemontörer stora möjligheter, eftersom bil- och väggfolieringar är ett unikt och enkelt sätt för kunderna att visa upp sin personliga smak på sina bilar och i sin inredning.

Med mer personliga folieringar vill dessutom kunderna förbättra eller uppdatera utseendet efter några år eller till och med några månader. Vi har även kunnat se en märkbar ökning av andra användningsområden för

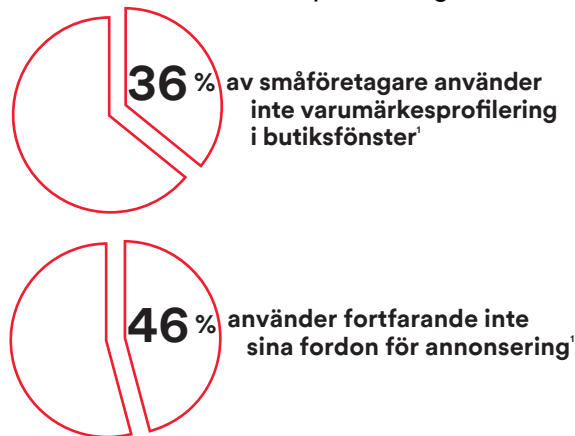


foliering, inklusive båtar, motocrossfordon och många olika skräddarsydda föremål, som skateboardar och terrängfordon. Glöm heller inte leasingfordon. Både enskilda personer och bilhandlare väljer fordonsfoliering inte bara för de möjligheter som finns till personlig anpassning, utan även för de fördelar det innebär när det gäller att bevara en bils ursprungliga lack och utsida.

Dwyane Wades folierade yacht. Fotokälla: sneakerfiles.com

Den kommersiella marknaden

Från entreprenörer på uppåtgående till etablerade storföretag – den kommersiella delen av folierings- och grafikbranschen formas av både små och stora företag som länge har dominerat statistiken för fordonsfoliering, grafik för fordonsparker, väggfolieringar med mera. Inom den här branschen har det skett en avsevärd tillväxt och det finns anledning att vara fortsatt optimistisk. 36 % av småföretagarna använder inte varumärkesprofilering i butiksfönster, och



46 % använder fortfarande inte sina fordon för marknadsföring, enligt en undersökning som nyligen utfördes bland företag.¹ Om man tar bort magnetiska fordonsskyltar ur ekvationen växer siffran ända upp till 74 %. Det innebär att en stor del av landets företag utgör möjligheter för grafik och foliering – en marknad som grafikmontörer och tillverkare kan omvandla till nya affärer.

¹ Data från en 3M-undersökning som utfördes bland småföretagare, mars 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

Branscher som förändras

Det är en sak att veta att det finns möjlighet till tillväxt, men att faktiskt hitta påtagliga nya kunder är lättare sagt än gjort. I det här fallet kan lite information räcka långt. När du planerar för framtiden är det viktigt att veta vilka marknader som är värda att satsa på och vilka du gör bäst i att undvika.

Om du har erfarenhet av att arbeta med dessa typer av företag kan du använda den erfarenheten för att dra nytta av nya möjligheter med liknande verksamheter som kan behöva [fordonsgrafik](#) och [väggfoliering](#).

Om du inte har arbetat med någon av just dessa marknader kanske du precis har hittat din nya källa till potentiella kunder. Även om du riktar in dig på vissa företag eller har erfarenhet av mindre marknader kan dessa större branscher utgöra en väg för framtida framgång. Det kan även visa vilka branscher som är bäst att lägga till i din jobbportfölj.

Företag för reparationer i hemmet kanske är vanligt förekommande på dagens marknad, men det finns inga garantier för att de är det även under kommande år. Analyser och prognoser för

framtida tillväxt och nedgång för olika branscher kan hjälpa dig att avgöra vem du bör arbeta med och var du kan hitta den bästa tillväxtpotentialen.

Hitta din del av marknaden

Om du har en stor verkstad har du troligtvis kapacitet och förmåga att hantera de flesta jobb som kommer i din väg. För växande verkstäder eller mindre företag kan det underlätta att hitta en viss del av marknaden att rikta in sig på. Fundera över var möjligheterna finns, vad gäller det din

Potentiella folieringsområden att överväga:

- exklusiva bilar



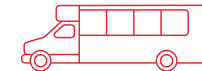
- racerbilar



- anpassade turistbussar



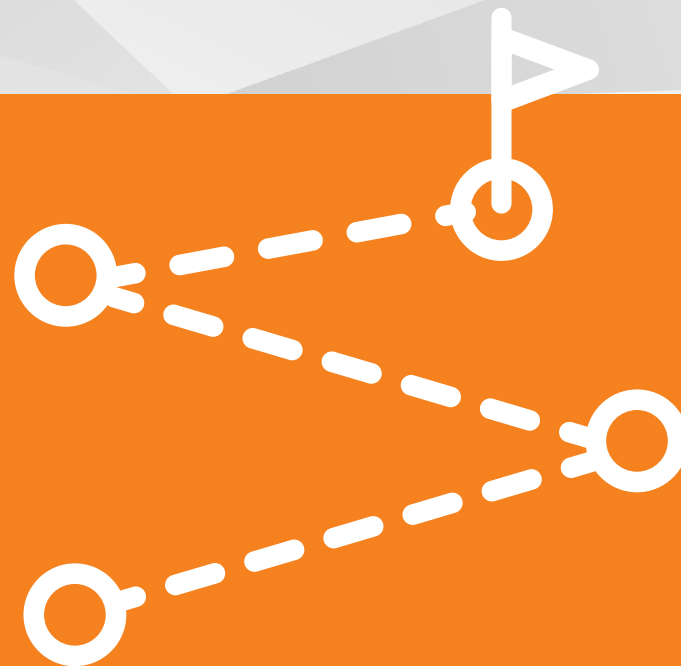
- stadsbussar

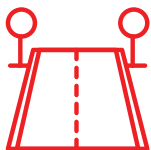


verkstad är bäst på och den befintliga kundbasen. Möjliga segment att överväga är exklusiva bilar, racerbilar, foliering för anpassade turistbussar eller stadsbussar, grafik för sportevenemang och professionell inredning.

Utveckla en strategi

Förutom att hålla koll på branschtrender bidrar lämpliga planer och system till att din verksamhet kan växa. En affärsplan av hög kvalitet och en marknadsföringsstrategi kan göra enorm skillnad när det gäller framgång på kort och lång sikt.





Ta fram en affärsplan

En affärsplan är som en karta för framgång. Det här dokumentet baseras på dina kunskaper om branschen, de tjänster du erbjuder och dina framtida mål. Det ska vara unikt för din verkstad och ska visa var du befinner dig, var du vill vara och de metoder du planerar att använda för att komma dit.

Områden att tänka på när man tar fram eller utvecklar en affärsplan är bland annat:

- ▶ Marknadsföring
- ▶ Driftprocesser
- ▶ Ledning och organisation
- ▶ Ekonomi

När affärsplanen är klar låter du någon du litar på och ser som en mentor titta på den. Att ha en mentor kan hjälpa dig att komma igenom svåra situationer med både medarbetare och kunder, att nätverka för att hitta nya projekt eller potentiella nya



En mentor kan hjälpa dig att lösa utmanande situationer

medarbetare, samt se till att du verkligen arbetar för att uppnå de mål och delmål du har ställt upp som en del av din affärsplan.



Marknadsföringsstrategi

När du har definierat din affärsplan är nästa steg att utveckla en marknadsföringsplan. Det finns inte en marknadsföringsplan som passar alla, och det krävs ofta en del efterforskningar för att ta fram en. Genom att analysera marknaden och din viktigaste målgrupp kan du hitta möjligheter att ta ditt företag längre.

Det kan vara svårt att identifiera dessa frågor och möjligheter, samt att avgöra vad man ska göra härnäst. Genom att använda en guide eller en mall kan du slippa en del av det gissande som kan uppstå när man skapar en marknadsföringsstrategi från grunden.



HÄMTA
[Använda digital marknadsföring för att nå kunder – rapport](#)

Digital marknadsföring

Genom att utveckla en detaljerad marknadsföringsstrategi som ständigt optimeras med tiden kan du öka antalet potentiella kunder och i slutändan öka försäljningen. Data är avgörande för att implementera en lyckad strategi för digital marknadsföring, och det kan hjälpa dig att upptäcka mer om dina kunder och hur du ska nå dem.

Om du vill ha mer omfattande information om digital marknadsföring kan du hämta [Använda digital marknadsföring för att nå kunder](#).

Media

Även om digital marknadsföring är ett viktigt verktyg när det gäller att nå din målgrupp krävs det ofta en ytterligare finansiell investering för att synas. Det är dock inte fallet med PR och marknadsföring i sociala medier. I affärer är det pengar som får hjulet att snurra, men om du kan använda PR och sociala medier på rätt sätt ger det möjligheter att leverera ditt meddelande på platser du själv äger och på förtjänade placeringar i media. Det kan kräva en del tid och tankearbete, men det gör inte plånboken tunnare.



PR

PR (Public Relations) är en strategisk kommunikationsprocess som bygger upp ömsesidigt fördelaktiga relationer mellan företag och allmänheten. Bra PR är en långsiktig process som hjälper till att upprätthålla och stärka din synlighet och närvaro som en ledare inom grafik- och skyltbranschen. Oavsett om det är ett unikt projekt som du har arbetat med, lokalt företagserkännande (t.ex. en utmärkelse) eller ett blomstrande samarbete med andra företag och personer i samhället, kan PR locka nya kunder till din dörr, ge trovärdighet hos tredje part och locka skickliga medarbetare.

PR kallas ibland förtjänade media, vilket inte är samma sak som köpta media (vilket även kallas annonsering). Läsare och allmänheten ser annorlunda på PR och annonsering. Oavsett om du får synas i en lokal tidning eller erbjuder expertkunskaper i branschtidningar kan PR öka din trovärdighet som en pålitlig företagare,

hjälpa dig att stärka befintliga relationer och generera nya uppdrag.

Du kan få PR-erkännande för din verkstad genom att distribuera nyheter och meddelanden i media, samt samordna möjligheter till text i branschtidningar, t.ex. placering av artiklar, samordning av intervjuer och insändning av foton.

Potentiella PR-möjligheter är bland annat:

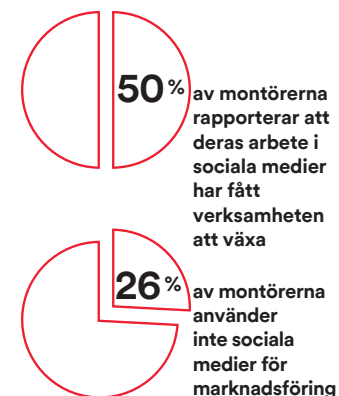
- Unika slutförda projekt, inklusive före- och efterbilder med hög upplösning
- En affärsprofil, inklusive en titt bakom kulisserna i din verkstad
- Lokala företagsutmärkelser, engagemang i samhället och uppdateringar om kunders framgångar

Om du vill veta mer om vilka möjligheter som finns när det gäller att synas i tidningar ska du se till att prenumerera på branschtidningar och elektroniska nyhetsbrev. Du kan även hålla koll på vad man skriver om i lokaltidningens ekonomidel.

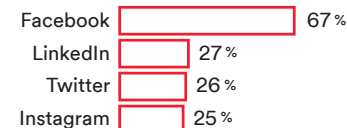


Sociala medier

Det är bara att inse att sociala medier har blivit en av de främsta kanalerna för att ta emot information och kommunicera med nära och kära. Genom sociala medier kan du göra ditt företag mänskligt och skapa förespråkare för varumärket. En av de bra sakerna med sociala medier är att det finns många olika plattformar, så du kan identifiera vilken eller vilka kanaler som passar dig och din verkstad bäst. Här är några förklaringar till varför de olika kanalerna fungerar bra.



Mest populära sociala mediekanalerna för foliemontörer



Källa: SDGMag.com, 2016



Facebook

På Facebook kan du skapa en företagssida som ökar varumärkesnärvaron och bygger upp en användargemenskap. Facebook har över en miljard användare världen över och utgör en plattform där du kan



Folk tittar i genomsnitt på
100 000 000
timmar film på Facebook
varje dag, främst på sina
mobila enheter

Källa: VendeSocial.com, 2017

interagera direkt med din målgrupp. En bra tumregel för målgruppsengagemang är att ha 80 % innehåll som är inriktat på målgruppsengagemang och 20 % som är inriktat på att marknadsföra ditt företag (marknadsföring, försäljning osv.). En företagssida på Facebook gör det även möjligt att visa upp kundberättelser och recensioner från kunder, som även kan visas i sökmotorresultat, vilket leder fler potentiella kunder till dig.



YouTube

YouTube är ett utmärkt verktyg för grafik- och skyltbranschen, eftersom foliemontörer alltid är intresserade av att dela med sig av och lära sig yrkesknep. När du har skapat en YouTube-



Folk tittar i genomsnitt på
1 000 000 000
timmar film på YouTube varje
dag enbart på mobila enheter

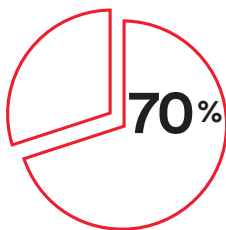
Källa: fortunelords.com.com, 2017

kanal för din verkstad är det viktigt att regelbundet lägga upp engagerande innehåll som får tittarna att fastna inom de första fem sekunderna. Det kan omfatta höjdpunkter bland jobb som har utförts nyligen, filmer som visar designprocessen eller någon typ av innehåll som kan väcka intresse hos potentiella kunder. Om du ser till att ha med en uppmaning i filmen är du säker på att tittarna vet var de kan hitta dig.



Instagram

Man säger ju att en bild säger mer än tusen ord. Det gäller ännu mer inom grafikbranschen, eftersom bilder är otroligt viktiga för att visa upp kvaliteten och de unika egenskaperna i det arbete du utför. Man beräknar att 80 % av Instagram-användarna följer ett företag, så se till att vidta de åtgärder som krävs för att ditt företag ska ingå i deras flöde. En fördel med att ha ett särskilt Instagram-konto för din verkstad är att kunder och personer i branschen med stor sannolikhet taggar en bild på arbete som har utförts i din verkstad och delar den med sina följare. **Bonus!**



70% av företagen i USA kommer att använda Instagram för marknadsföring i år

Källa: e-marketer.com, 2015

Ta fram en strategi för digital marknadsföring

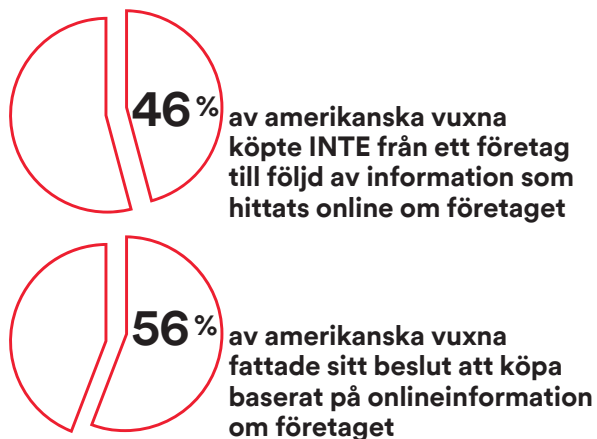
När du har en solid grund för att ta fram en marknadsföringsstrategi och hur du på bästa sätt ska implementera PR och sociala medier är du på god väg mot att öka din närvaro i allmänhetens medvetande. Det är nu dags att ta nästa steg mot att lyfta din verksamhet och öka din räckvidd. Ta en titt på vår guide till digital marknadsföring och upptäck hur det kan hjälpa dig att gå vidare med din folieringsverksamhet genom att optimera din onlinenärvaro för att öka din exponering och hitta nya kunder.

Skydda ditt rykte

Ditt rykte är allt – det gäller allt från dina medarbetares skicklighet och de material du använder till de garantier du erbjuder och säkerhetsåtgärderna du vidtar. Hur allmänheten uppfattar din monteringsverkstad kan ha stor effekt på din verksamhet i dag och längre fram.



Att bygga upp en varumärkesidentitet och ett positivt rykte hjälper till att locka nya kunder och behålla återkommande kunder. Eftersom det finns oändligt mycket tillgänglig information på Internet för nya och befintliga kunder är det viktigare än någonsin att skydda ditt varumärke. Följande är några ytterligare marknadsföringsrekommendationer för hur du kan skilja dig från mängden och få verksamheten att fortsätta växa:



Källa: Forbes.com, 2017

Var ett gott exempel

Om du ska rekommendera varumärkesprofilering och sälja in fordonsfolieringar och grafikprojekt till befintliga och framtida kunder bör ditt företags varumärkesprofilering och grafik sticka ut. Detsamma gäller grafik på byggnader och väggfolieringar inomhus. Överväg att foliera butiksfönstret och medarbetarnas bilar. Även om det kräver tid och resurser kommer effekten det har på marknadsföringen av ditt företags varumärke och ditt rykte att ge oändligt mycket tillbaka. Det visar dessutom upp kvaliteten på ditt arbete, vilket är till stor hjälp när du vill visa upp designalternativ för potentiella kunder.



Överväg att foliera butiksfönstret och medarbetarnas bilar.

Presentera dig själv som varumärkesrådgivare eller erbjud ett program för varumärkesprofilering

Använd dina expertkunskaper inom folierings- och grafikbranschen som ett kreativt uppdrag som inte bara omfattar att utföra arbeten. Bli en varumärkesförespråkare för att samarbeta med dina kunder, och erbjud dina expertkunskaper om hur de kan förbättra sitt varumärke, utnyttja sin röst och stärka sin image. Genom att använda resurser som 3M Brand You kan du få hjälp att sammankoppla företagare med utbildningsresurser och inspiration från ledare inom branschen och varumärkesexperter. I stället för bara grafik kan du erbjuda en komplett varumärkestjänst för företag som vill ha en nystart.

Var alltid helt transparent

Majoriteten av dina kunder kommer att vända sig till dig utan tidigare erfarenhet av foliering. De förlitar sig på dig när det gäller att fastställa förväntningar kring vad processen innebär och vad som krävs för att genomföra ett projekt på ett effektivt sätt. Om du vill se till att du är helt transparent kan du överväga att skriva en kreativ sammanfattning så att du och din kund är eniga från början. Se även till att dina avtal och beräkningar är aktuella och att du har en tydlig kommunikation med din kund. Målet här är att skapa ett system som förhindrar eventuella missförstånd och ger dig ett rykte om att du är lätt att arbeta med och att du inte gör misstag.

Kundutbildning

Effektivitet, produktval, ytterligare användningsområden

Vartefter fordonsfoliering och andra grafikapplikeringar blir allt mer populära börjar tillväxtmöjligheterna på både de kommersiella och personliga marknaderna att mötas, vilket ger en öppning för nya affärer inom båda sektorerna. Det är viktigt att utbilda kunderna om folieringens värde och mångsidighet – och det finns data som bevisar vikten av detta.



Marknadsföring på fordon har visat sig vara en av de mest framgångsrika och prisvärda typerna av marknadsföring, som bara kostar 4,30 kr per tusen visningar. Den här kostnaden är avsevärt mer effektiv än de genomsnittliga kostnaderna för annonsering i tv, tidningar, radio och andra medier.

Annonsering med foliering och grafik är en kostnadseffektiv strategi, men det behöver inte begränsas till bilar eller fordonsparker.

Idag går det att foliera nästan vad som helst: väggar, golv, båtar och ytor med struktur – listan är nästan oändlig. Det är dock många som inte inser alla möjligheter som finns. Det är ofta upp till dig att utbilda din marknad om hur det går att ersätta målarfärg, inomhusgrafik och väggpaneler med vinylfilm.

Befintliga kunder är en utmärkt plats att börja när du vill utöka din verksamhet. Du kanske har gjort fordonswraps för ett litet lokalt företag eller folierat ett företags fordonspark. Men har de funderat över andra sätt att använda grafik och foliering för att marknadsföra sina företag? Kunderna är ofta inte medvetna om de många alternativen,

och det är ditt jobb att hjälpa dem att förstå vad som finns att välja på.

Ett bra sätt att visuellt visa kunderna allt som är möjligt med foliering är att göra om din verkstad till en utställningshall.

Använd perforerad fönsterfolie, golvgrafik och texturerade ytor som tegel i dina lokaler för att visa upp allt som går att göra med grafikfolie. Det kan hjälpa dem att föreställa sig hur de kan använda foliering för att skapa en varumärkesprofil i sina butiksfönster, eller använda tillfällig grafik för att förmedla en kortsiktig säsongskampanj som är lätt att byta ut med avtagningsbar folie.

Det är också en bra metod att ha en digital och fysisk portfölj med projekt att visa kunder. Det kan löna sig stort att investera i en bra kamera och ta dig tid att spela in och fotografera alla projekt du arbetar med. Om kunderna inte är säkra på vad de vill ha kan du visa dem exempel på projekt som du har utfört, samtidigt som du visar dem grafikmontering som de inte visste var möjlig.

Du vet aldrig vilket projekt som kan väcka någons intresse, det kan vara det största projektet du har arbetat med



Investera i en bra kamera och fotografera alla projekt.



WEBBPLATS:
[3M Print Wrap](#)
[Film – produktsida](#)



*Ha en digital
eller fysisk
projektportfölj
så att du kan visa
exempel för dina
kunder*

eller ett litet jobb som du nästan hade glömt. Om du har en historikkatalog med företagets arbete hjälper det dig även med marknadsföringsarbetet och du får hjälp att komma ihåg detaljer om ett projekt för en ny affärsmöjlighet.

Utveckla nya sätt att använda produkter

Det enda sättet att lära dina kunder om alla möjligheter som finns med wrapfolie och vinylprodukter är att själv känna till dem. Med 3M har du tillgång till produkter som har utformats för nästan alla appliceringar och ytor, vilket innebär att möjligheterna till design och färgkombinationer är i princip oändliga. Det är lättare än någonsin att hitta nya sätt att använda produkter med allt som finns på marknaden i dag. Det finns nu printbara reflekterande folier, metalliska och klara folier, laminat med specialeffekter med mera för att förbättra dina projekt och utöka din kreativa potential. Tekniken har också skapat folier som är särskilt utformade för tegel och andra underlag som annars är en utmaning för folier.

Trots att det finns så många alternativ är det lätt att hamna i en rutin. Om du vill väcka din fantasi kan du titta på vår [Instagram-sida](#).



WEBBPLATS:
[3M Graphics
på Instagram](#)

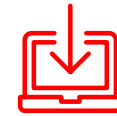
Hitta nya sätt och nya platser att använda folier

Nästan alla ytor kan vara ett substrat. Om man kan se det är det en tänkbar yta för annonsering. När du arbetar med kunder kan du föreslå att du kan komma och titta på deras lokaler eller deras fordonspark. Du kan upptäcka många platser på bilar, i kontor eller på ovanliga delar av byggnaden utomhus som är perfekta för folier och grafik, men som kunden kanske aldrig hade tänkt på. Glöm heller inte att låna inspiration från andra. En del av den bästa konsten och musiken kommer från att låna stilar eller samplingar i nya skapelser.

Prenumerera på branschtidningar och följ andra foliemontörer i sociala medier. Du vet aldrig var du kommer att hitta de senaste och bästa designerna, eller när din egen kund kan behöva något liknande.

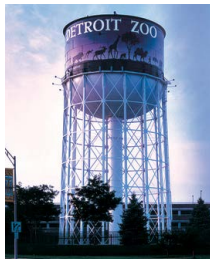
Genom att upptäcka nya sätt att använda film kan du visa dina kunder allt som är möjligt och på så vis locka nya kunder.

Om du utmanar de kreativa gränserna med unika projekt och designer kan du bli uppmärksam i branschen och få positiv exponering av din verkstad. Om du vill veta mer om hur du kan göra din verkstad mer synlig kan du läsa om digital marknadsföring [här](#).



HÄMTA
[Använda digital marknadsföring för att nå kunder](#)

Inspirationsgalleri för foliering



Kvalitetsmaterial

Om du har arbetat inom folie- och grafikfärdverkningsbranschen ett tag har du antagligen märkt att det dyker upp personer och företag som erbjuder liknande tjänster. Många av dessa har dock inte samma höga standard som du erbjuder. I alla branscher kan man se låga priser och folk som bjuder under, men att försöka konkurrera med andra montörer genom att ge sig in i ett priskrig kan leda till din undergång.



Företag som har erfarenheten och resultaten som visar deras värde ska aldrig kompromissa med sitt rykte. Det handlar om att sälja värde i stället för pris. Det kommer alltid uppstå situationer där någon bjuder under, men det går aldrig att konkurrera med den expertis och kvalitet som du erbjuder, både vad gäller tjänst och produkt.

En vanlig följd av låga priser och underbud är en dålig slutprodukt. Företagen kanske lyckas sno åt sig affären först, men undermåliga produkter och medarbetare leder till undermåliga resultat.

Möjliga problem med folie



Fordonsfoliering
som börjar släppa



Grafik som bleknar
för fort



Möjlighet att ta bort

Dessa verkstäder kommer snabbt att bli kända för sitt dåliga arbete, och du är

antagligen det företag som deras kunder vänder sig till för framtida projekt eller för att åtgärda de dåliga folieringar som de redan har fått. Det är därför det är så viktigt att använda kvalitetsmaterial i alla projekt.

Varumärkets kvalitet

Grafiktilverkare, verkstadsinnehavare och ledare inom branschen har sagt vad namnet 3M representerar för dem och deras verksamhet. De litar på produkter från 3M eftersom 3M är ett namn som är globalt erkänt och som lockar kunderna. Det är ett varumärke de känner till. Oavsett om de har använt Post-It® Notes eller Scotch® Tejp har de antagligen använt produkter från 3M i någon form. Kunderna känner sig mer bekväma när de hör att material från 3M används på deras bilar och väggar i stället för ett mindre känt märke. Ta en titt på den effekt som [3M Wrap Film](#) kan ha på kvaliteten hos ditt arbete och ditt företags rykte.

3M Science.
Applied to Life.™



Korrekta beräkningar

Korrekta beräkningar och priser är avgörande för att ett folierings- och grafikmonteringsföretag ska lyckas. Rätt prissättning hjälper till att fastställa förväntningar mellan en grafiktilververkare och en varumärkesägare vad gäller kostnaderna för ett projekt. Dessutom sätter det tonen för framtida arbete med den kunden.





Be om en förskottsbetalning för nya projekt, som betalas innan projektet inleds

När du beräknar kostnader är antalet kvadratmeter med material som krävs för projektet en faktor. **Tänk på att för svåra monteringar, till exempel om det finns många kurvor, är det viktigt att räkna på lite extra material, så du inte står där med för lite.** Om du vill skapa en sömlös foliering blir det bättre ju mer material du har att arbeta med.

Vad gäller designkostnader kan du överväga att kontrollera potentiella kunder för att se hur seriösa de är med sin förfrågan innan du påbörjar eventuellt designarbete. Ett sätt att göra detta är att be om en förskottsbetalning för ett projekt, innan designkostnaderna kommer.

Ibland möter du en kund som vill få med allt i en enda design. Du har expertkunskaperna för att kunna påminna dina kunder om att ifall de vill få ut mesta möjliga av sin foliering ska de göra allt de kan för att se till att meddelandet är lätt att läsa och att poängen framgår tydligt. Det är också till hjälp om de kan visa ett exempel på en design de gillar.

Om du märker att du diskuterar fram och tillbaka med en kund kan du tipsa dem om [3M Brand You](#), som är en utbildningswebbplats för varumärkesägare, eller så kan du bjuda in dem till din verkstad för att prata med din designer i 15 minuter. **Genom att träffas personligen och göra ändringar i en design kan du och din kund spara många timmars designtid.**

Designrekommendationer för kunder

- ☒ Lätt att läsa
- ☒ Framträdande varumärke
- ☒ Tydlig grafik
- ☒ Definierade färger
- ☒ Överdriv inte



HÄMTA
[Hantera](#)
[folieringsverksamhetens](#)
[slutresultat](#)

Priserna handlar inte bara om de produkter som används och arbetstiden. De omfattar också omkostnader, hela den kreativa processen och eventuella förändringar. Genom att förstå helhetsbilden, kostnaden för arbete och folie, samt se till att du ger kunden en tydlig plan och klara förväntningar kan du underlätta processen och få ett bättre ekonomiskt slutresultat. Om du vill ha mer information om de bästa metoderna för beräkningar kan du läsa 3M:s rapport [Hantera folieringsverksamhetens slutresultat](#).

Oavsett om du använder prissättningsprogramvara eller gör beräkningarna för hand **är det viktigt att fastställa kostnaderna så tidigt som möjligt i verksamheten** för att kunna tillhandahålla konsekventa arbetsberäkningar, ange lämpliga kostnader för produkter och identifiera potentiella områden med förlorade intäkter. Genom att skapa en grund tidigt kan du tjäna mer pengar och det hjälper till att göra verkstaden framgångsrik.

”De flesta montörerna säger att de använder någon typ av formel med pris per kvadratmeter ... Andra prisstrukturer som används är exempelvis pris specifikt baserat på jobbets komplexitet, debitering av en timkostnad eller prissättning baserat på den tid och det material som används.”

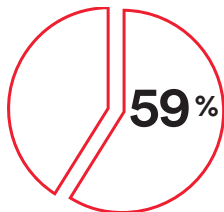
– Sign & Digital Graphics, 2016

Locka och behålla skickliga medarbetare

Folieringarna är aldrig bättre än de personer som monterar dem. Oavsett om du har en liten verkstad eller en växande kedja är det viktigt att anlita kunniga och pålitliga medarbetare som kan leda till tillväxt och framgång.



Arbetet med att skapa ett fantastiskt folieringsteam börjar med dig. Om du har en verkstad med ett gott rykte kommer kunniga och hängivna personer att vilja arbeta med dig. **När folk gillar sin arbetsplats syns det i kvaliteten på de tjänster de tillhandahåller.** Även om kunskapsnivå och kompetens är viktiga faktorer när man överväger om någon passar till ett jobb, är det även viktigt att personen passar in i gemenskapen. Ett felaktigt personalval kan sänka företagsmoralen och störa balansen i hela den hängivna gruppen med foliemontörer



Det är mindre troligt att engagerade medarbetare söker jobb på ett annat företag

Källa: Gallup News, 2015

och designers, även om det var ett starkt och kompatibelt team från början. Kandidater som lämnar sitt ego hemma och har en positiv inställning där allt är möjligt kommer att vara bra för din verkstad.

När du har skapat ett starkt team är det viktigt att visa hur högt du värdesätter dem. Människor som gillar sina arbeten

stannar troligtvis kvar på lång sikt och uppmuntrar andra bra medarbetare att komma med i teamet. Behandla personalen med respekt och se till att hitta sätt att visa att du uppskattar dem. Det kan till exempel

En medarbetares mest minnesvärda erkännande kommer från

Medarbetarens chef	28 %
Ledare på hög nivå eller VD	24 %
Chefens chef	12 %
Kund	10 %
Kollegor	9 %

Källa: Gallup News, 2015

vara en bra lön, tillräckligt många lediga dagar, förmåner och att visa att alla delar i teamet är lika viktiga. Det är också viktigt att minska avståndet mellan ägare och anställda. Tänk på att ingen arbetsuppgift är under din värdighet. Genom att hjälpa till med alla delar visar du personalen att du är en lika stor del av teamet som alla andra. Om du gör verkstaden till en trevlig plats att vara på är det större chans att personalen stannar kvar länge.



Överväg att anlita en underleverantör om du har personalbrist eller behöver någon med större eller mer specifika kunskaper.

Använda underleverantörer

En av riskerna med att arbeta inom folieringsbranschen är att det kan finnas många potentiella projekt, men inte tillräckligt med personal för att utföra dem. Verkstadsägare står ofta inför det svåra beslutet om ifall man ska anställa heltidspersonal eller anlita oberoende leverantörer. Om du har personalbrist eller behöver någon med specifika kunskaper kan det vara ett bra alternativ att anlita en underleverantör.

Underleverantörer är ofta ett bättre val för stora företag, eftersom det ger företagen större flexibilitet när det gäller kundernas krav och hantering av kassaflödet. När du arbetar med underleverantörer kan du skydda det ekonomiska resultatet och minska behovet av ledning och utbildning. Det kan dock även leda till mindre vinstmarginal på vissa projekt. Heltidsanställda är å andra sidan det bästa när det gäller löpande arbete. Oavsett om de har de kunskaper som krävs från början eller om du investerar i deras utbildning kan fast anställda anpassa sig till kulturen på arbetsplatsen och underlätta

att arbetet utförs så som du vill. Det fungerar ofta bra att anställa en komplett personalstyrka i små företag där breda kunskaper är till fördel i de dagliga projekten.

Att identifiera personalbehoven och vad som kommer att fungera bäst i din verkstad är det första steget mot att utveckla en företagskultur. Att skapa en arbetsmiljö där medarbetarna känner sig uppskattade och gillar att vara hjälper dig att hitta fler bra medarbetare när så krävs, och det hjälper dig att få dem att stanna kvar. Om du skapar en sådan här grund bygger du upp verkstadens rykte och dina glada medarbetare hjälper dig att hitta fler kunniga personer i framtiden.

Arbetsplatssäkerhet

En säker arbetsmiljö är viktig både för medarbetarnas välmående och för det ekonomiska resultatet. Det kan vara dyrt med skador och en säker arbetsplats kan påverka medarbetarnas vilja att stanna och varumärkets rykte.

Om renlighet prioriteras i verkstaden gör det ett lockande och pålitligt intryck på kunderna och det förbättrar arbetsplatsens säkerhet.

Oreda eller en dåligt organiserad arbetsplats kan leda till olyckor. Alla delar och verktyg ska sättas på sina respektive platser efter användning. Se även till att gångar är fria och ta bort föremål som inte behövs, t.ex. kvastar och pallar, från arbetsytorna. **En ren verkstad är inte bara bra för den övergripande säkerheten och arbetsflödet, utan är även en bra marknadsföringsstrategi.** En ren och prydlig verkstad utstrålar kvalitet och professionalism, som gör ett förtroendefullt intryck på nya och återkommande kunder.

Genom att se till att verkstaden är säker får du och ditt team hjälp att skapa folieringsprojekt av hög kvalitet, samt upprätthålla ett respektabelt rykte i branschen. Dagar med säkerhetsutbildning är ett bra sätt att se till att alla medarbetare, både nya och gamla, känner till reglerna i verkstaden. Se till att det finns tydlig information om alla säkerhetsregler i arbetsmiljön som en påminnelse till medarbetarna. Det hjälper dig även att undvika böter om en olycka skulle inträffa.

Låt en expert kontrollera verkstaden beträffande tänkbara faror för att slippa problem på lång sikt.

Vidta åtgärder innan olyckor inträffar för att minska risken för incidenter på arbetsplatsen som kan leda till skador. Se till

Några ytterligare bra metoder att överväga



Flytta alltid bilar till en torr plats när de har tvättats och rengjorts för att undvika att arbeta på hala ytor



När baksidan har tagits bort från foliens vinylmaterial ska du tänka på att ta bort den från ytor där man går så att ingen halkar



Följ lämpliga metoder för att bryta blad för att förhindra faror och skärskador

att ha allt i ordning när det gäller säkerhet på arbetsplatsen. En säker verkstad gör att du sparar pengar, ser till att medarbetarna är säkra och ger dig ett gott namn i branschen.

Sammanfattning

Det spelar ingen roll var du befinner dig som företag, det finns alltid utrymme att bli bättre. När branschtrender och marknadsföringslandskapet förändras måste både gamla och unga ta till sig nya metoder för att hålla sig före konkurrenterna. **Det finns inte ett perfekt svar på hur du ska få folieringsverksamheten att växa, men det betalar sig i längden att använda de bästa metoderna och strategisk planering på olika områden inom företaget.**

Nya uppdrag kan dyka upp var som helst. Hänvisningar och återkommande kunder är det bästa, men sociala medier och webbsökningar, artiklar i lokala och rikstäckande tidningar, samt omfattande digital marknadsföring kan också ha en enorm effekt på vem som kontaktar dig. Receptet på framgång är att blanda talang, branschkunskaper, marknadsföring och professionalism – och det är det som gör den här branschen så unik och speciell.



3M Commercial Solutions resurser för digital marknadsföring

Om du tyckte att den här artikeln var till hjälp vill vi tipsa om följande artiklar, som är avsedda att hjälpa dig att bygga upp din verksamhet för grafiktillverkning.

- ▶ [Använda digital marknadsföring för att nå kunder](#)
- ▶ [Hantera folieringsverksamhetens slutresultat](#)
- ▶ [En guide till digitalt tryck](#)



3M Svenska AB

Bollstanäsvägen 3
191 89 Sollentuna
Tel: 08-403 09 575

www.3m.com/se

e-post: 3m.customercare.se@mmm.com

© 3M 2018. Med ensamrätt. 3M, Post-It och Scotch är varumärken som tillhör 3M. Används på licens i Kanada.

Alla andra varumärken tillhör sina respektive ägare. Mars 2018. 75-5100-2671-1