

# Clienti Means Business

→ Se hvordan vi får brands til at  
leve i en kompleks verden

Clienti  
betyder  
kunder.

Og kunder  
betyder  
forretning.

Clienti er et brand- og marketingbureau, der hjælper med at positionere jeres brand i markedet, så I kan tiltrække flere kunder og skabe bedre forretning. Det er derfor, vi hedder Clienti. Hos Clienti sætter vi os altid ind i jeres kunder, virksomhed og forretningsstrategi. For kun ved at skabe sammenhæng mellem markedets opfattelse og behov samt jeres forretning og interne værdier kan vi skabe troværdige og succesfulde brands.



Vi får  
brands  
til at leve.

Hos Clienti har vi samlet alle de kompetencer, der skal til for at bygge stærke brands. Vi udvikler brand- og marketingstrategier og skaber brandidentiteter og koncepter. Men for at opnå resultater i markedet kræver det eksekvering og brand activation og ikke mindst evne til at forstå og nå målgrupperne dér, hvor de er.

## Brand

- Analyse & indsigter
- Brandstrategi
- Konzeptudvikling
- Identitet & design

## Marketing

- Go-to-market strategi
- Kampagneudvikling
- Websites
- Digital marketing
- Contentproduktion
- Film & foto

## Basic & More

# Mere inspiration Mindre pris

Basic & More er en butikskæde med fart på. I løbet af få år har kæden etableret mere end 25 butikker i Danmark, og de åbner løbende nye butikker i hele landet. Sammen med Clienti ville kæden derfor udvikle en national kampagne, der på den ene side skulle brande kædens kvaliteter og ambitioner og på den anden side teste markedets opfattelse.

**MERE  
INSPIRATION  
MINDRE  
PRIS**

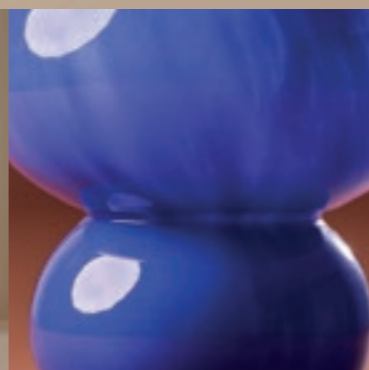
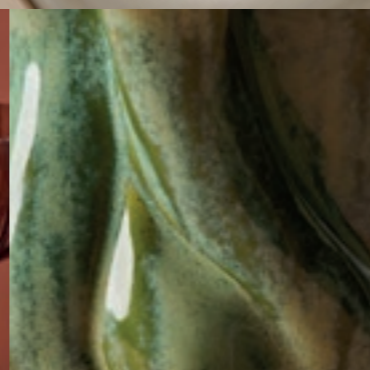
### Mere til mindre pris

På baggrund af forbrugertrends og en markedsanalyse udarbejdede Clienti et enkelt og letforståeligt koncept, der ikke bare skulle understøtte forbrugernes eksisterende opfattelse, men også en fremtidig og mere aspirerende position. "Mere inspiration. Mindre pris." blev det dynamiske koncept, som rundt om hele sortimentet gør det klart, at kunder hos Basic & More altid kan forvente mere for mindre, uanset hvad de søger i butikken.



### Om Basic & More

Basic & More er en landsdækkende butikskæde, der tilbyder boligartikler, interiør og isenkram til lave priser. Kernen i forretningen er opkøb af restpartier, overskudsvarer og 2. sortering. Det holder prisen nede og gør det muligt at opdatere butikkernes udvalg hver eneste uge med nye varer.





## Et univers med inspiration

Løftet om mere inspiration blev transformeret til et stramt, men stærkt farverigt univers, hvor kædens udvalg af krus, håndklæder, vaser, tallerkener og lysestager fik deres helt eget liv i tv-spots, hvor brugen af stop-motion gav både kant, humor og særkende til universet. Udover TV kørte kampagnen på sociale medier som Facebook, Instagram og LinkedIn, og som outdoor i større byer.

## Mere kendskab. Mindre tvivl.

I løbet af kampagneperioden steg kendskabet til Basic & More. Samtidig styrkede kampagnen målgruppens opfattelse af kæden som inspirerende – uden at ændre billedet af lave priser. Kort sagt: det nye budskab og univers har skabt et stærkt fundament for Basic & Mores videre vækst.

**& More**

**MERE**

**BOLIG**

**MERE**

**KØKKEN**

**MINDRE PRIS**



Let og legende giver filmuniverset danskerne en forståelse af, hvad Basic & More tilbyder: Mere til mindre pris.

## Moving design since 1928

Clienti og HOWE har haft et tæt samarbejde gennem flere år – både på strategisk og taktisk niveau. Samarbejdet blev etableret med udviklingen af brandplatformen "Moving design" – en platform, der taler ind i den særlige fleksibilitet, som kendetegner HOWEs løsninger og den lange tradition, de har for at flytte grænserne for funktionelt design.

### Nye strømninger på markedet

Man skal aldrig underkende tendenser og deres betydning. Det ved man hos HOWE, der har næsten 100 års erfaring med møbler og interiør. Derfor var det vigtigt at tilpasse kommunikation og identitet med afsæt i HOWEs unikke DNA, til de nyeste strømninger inden for bolig- og erhvervsdesign. Alt sammen med ønsket om at henvende sig mere inspirerende, mere effektivt og mere direkte til slutkunderne – arkitekter og designere.

### To veje til samme gode resultat

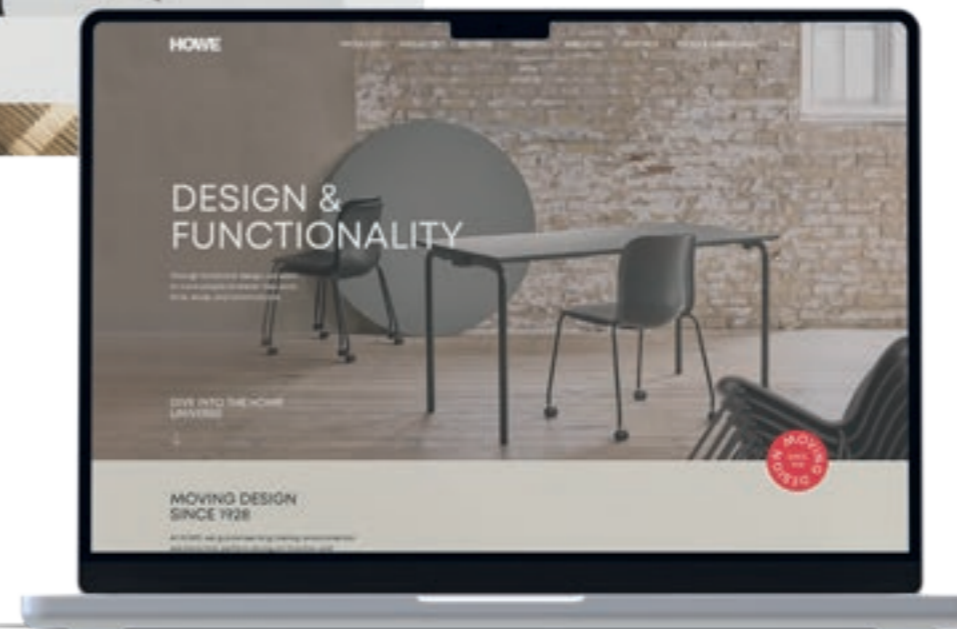
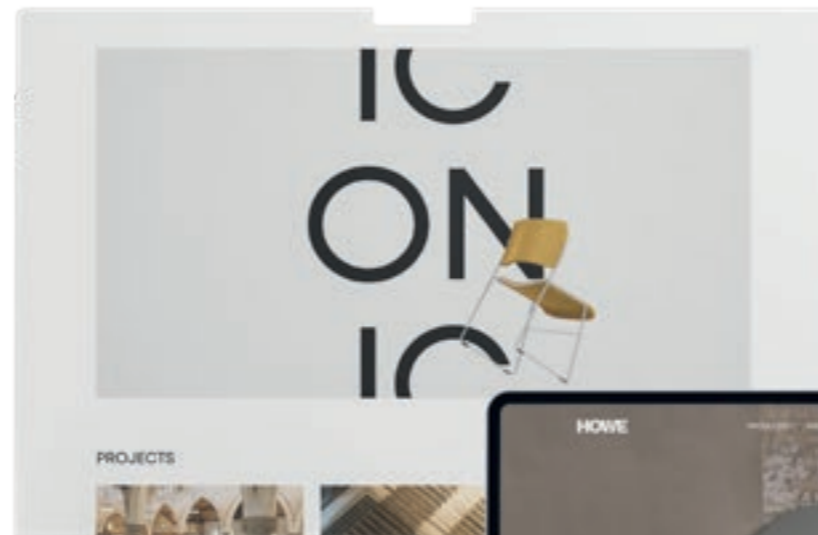
Clienti udviklede HOWEs website med afsæt i virksomhedens kerneværdier, inspiration og funktionalitet. Ambitionen var enkel, men ambitiøs – at motivere slutbrugerne, kræsne designere og arkitekter, til at opdage de nye muligheder og løsninger inden for bolig- og erhvervsdesign.

Websitet understøtter i den sammenhæng to typer brugerrejser: en eksplorativ og inspirerende rejse for de kreative – og en målrettet rejse for dem med konkrete behov her-og-nu.



### Om HOWE

HOWE har siden 1928 været lig med funktionelt møbeldesign. De producerer stole, borde og internationale klassikere som i forlængelse af Bauhaus-traditionen forener design med funktionalitet, praktik med æstetik. I dag er HOWE et førende møbelbrand til virksomheder, kontorer og kirker i Europa og Nordamerika.



MONT REGULAR

PLAYFUL

MONT REGULAR

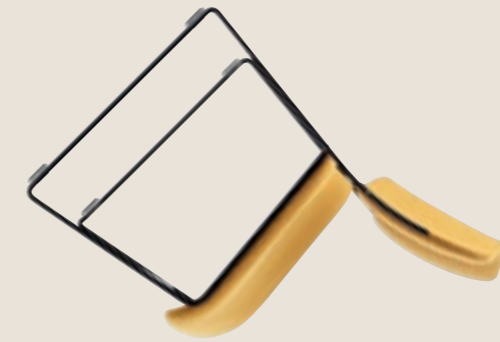
FLEXIBLE

MONT REGULAR

VIBRANT



HOWE



# 40/4<sup>®</sup> A MOVING LEGACY



### Inspiration til nye løsninger

Med det nye website er HOWE ikke bare blevet en kilde til inspiration – det er blevet et sted, hvor idéer omsættes til løsninger. HOWE fremstår som en design- og løsningspartner, der med mod og opfindsomhed følger med tiden. Noget som kan aflæses i de positive tilbagemeldinger fra designere og arkitekter verden over.

# Grønt sammenhold i erhvervslivet

Clienti har hjulpet VANA med at øge erhvervslivets kendskab til producentansvaret for emballage – og til VANA som kollektiv ordning. Gennem strategisk kommunikation og målrettet formidling har samarbejdet positioneret VANA som en markant aktør med en klar ambition om at blive Danmarks største og mest betroede ordning for producentansvar.

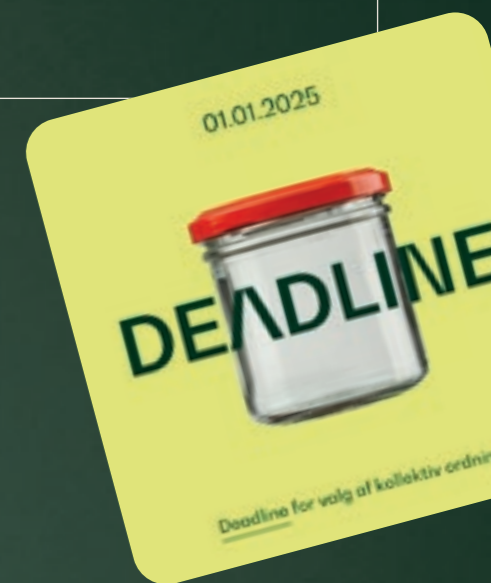
## Vi skaber forandring i fællesskab

Som medlem af VANA bliver man en del af et fællesskab af virksomheder, der tager ansvar for at sikre effektiv indsamling, håndtering og reduktion af emballageaffald – og for at skabe positiv forandring på området. Denne kollektive målsætning banede i sig selv vejen for kampagnens hovedbudskab "Forandring i fællesskab".



## Om VANA

VANA er en kollektiv ordning, der tilbyder danske virksomheder juridisk, økonomisk og praktisk hjælp i forhold til at leve op til producentansvaret for emballage. VANA er stiftet af Danmarks fire største erhvervsorganisationer – Dansk Industri, Landbrug & Fødevarer, Dansk Erhverv og DagSam.



**Fælles om at tage ansvar**

Clienti har udviklet et koncept og en kampagne, der kunne øge forståelsen af, hvad det vil sige at have producentansvar for emballage, synliggøre VANAs rolle som kollektiv ordning og tiltrække medlemmer på tværs af brancher.

Med Clienti som strategisk og kreativ partner udviklede vi kampagnen "Vi skaber forandring i fællesskab" – en kendskabskampagne med fokus på troværdighed og miljøansvar. Målet var at forklare, at VANA er stiftet for erhvervslivet af erhvervslivet selv, og at fællesskab er nøglen til at gøre den ekstra byrde, som følger med ansvaret, lettere for alle.

Kampagnen blev eksekveret på digitale medier samt print i relevante erhvervsmagasiner.



**VANA er blevet Danmarks største kollektiv ordning**

Kampagnen har været med til at sikre, at VANA i dag kan kalde sig Danmarks største kollektiv ordning. Da producentansvaret for emballage trådte i kraft 1. oktober 2025, stod VANA for håndteringen af langt størstedelen af Danmarks brugte emballage.





HOLSTEBRO  
750 ÅR



# En hyldest til by og borgere

I 2024 kunne man i Holstebro fejre 750 år. Hvordan samler man en by omkring dette? Det gør man bl.a. med 750 events, en folkefest af internationale dimensioner, og med bidrag fra alle – børn, unge, voksne og ældre. I tæt samarbejde med jubilæumskomiteen og Holstebro Kommunes kommunikationsafdeling udviklede Clienti logo, aktiviteter og konceptet "Din by. Din fest."

## Din by. Din fest.

Clienti, som i mange år har været brandstrategisk partner for Holstebro, fik til opgave at komme med svaret – og løsningen – på, hvordan man binder knap 60.000 mennesker og 750 events sammen. Der var ingen tvivl om, at nøgleordene var lokal inddragelse, skabertrang, stolthed og ejerskab. Konceptet "Din by. Din fest." blev den direkte invitation til borgerne om at deltage og sætte deres eget præg på jubilæet – et byjubilæum som ikke ville være en fest, hvor man bare møder op og kigger på, men netop en fest, hvor alle er med til forme den i løbet af året og skabe nye perspektiver og fællesskaber.



## Fra børnetegning til jubilæumslogo

Der skulle findes et logo for Holstebros 750-års jubilæum. Sammen med byen udskrev Clienti en logokonkurrence, hvor alle borgere blev opfordret til at komme med deres bud. Det blev en flot børnetegning, som vandt konkurrencen.

Fællesskabet på broen og kombinationen af både gamle og nye bygninger fortalte i al sin enkelthed, alt hvad byjubilæet havde ambitioner om. På den baggrund udviklede Clienti det endelige logo, som blev et let genkendeligt fikspunkt for jubilæet – både lokalt og nationalt.

## Om Holstebro

Holstebro er en af Danmarks ældste købstæder, og i kommunen bor der mere end 59.000 indbyggere. Byen er flere gange kåret til Danmarks bedste handelsby og er med sit rige erhvervsliv, uddannelsesliv samt kultur- og foreningsliv et naturligt centrum i det nordvestlige Jylland.



## Et fælles boost for fremtiden

Resultatet har været tæt på overvældende. De 750 events blev gennemført med stor lokal opbakning og samlede indbyggere på tværs af generationer. Blandt mange højdepunkter er der jubilæets åbningsfest, lysfesten henover Storeå, hele festugen og naturligvis også royalt besøg. Alt sammen markedsført gennem effektive kampagner i byen og på sociale medier.

Byjubilæet cementerede ikke blot Holstebros fællesskab, men styrkede også byens brand og den kongstanke, at der vitterligt er "Kulturen til forskel" i Holstebro.

# Et samlet brand – et større udbytte

Vækst stod øverst på agendaen hos Carsoe – både den organiske og den, som kan købes for penge. Med flere opkøb og virksomhedsintegrationer, senest KM Fishing Machinery, var der behov for at udvikle en ny identitet og kommunikationsplatform, der samlede alt og alle under Carsoe-brandet.

## Om Carsoe

Carsoe er en førende dansk ekspert i procesudstyr til seafood-industrien. Virksomheden er specialiseret i design, produktion og installation af komplette fiskefabrikker til moderne fartøjer over hele verden. Alle løsninger er 100% tilpasset til kundernes virkelighed – og med det formål at bevare fangstens kvalitet og friskhed.



## Kunsten at komme godt fra land

For at komme godt fra land – og samtidig imødekomme den planlagte single-brandstrategi – udviklede vi en række brandscenarier for Carsoes fremtidige retning. Disse scenarier blev testet og skærpet gennem workshops med ledelsen og udvalgte medarbejdere. Det fælles arbejde mandede ud i en ny brandfortælling for Carsoe og et nyt løfte: At være seafood-industriens 'trusted partner'.

# SHAPED BY THE SEA

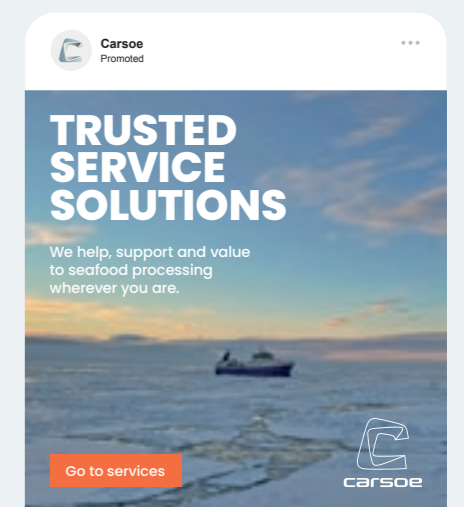
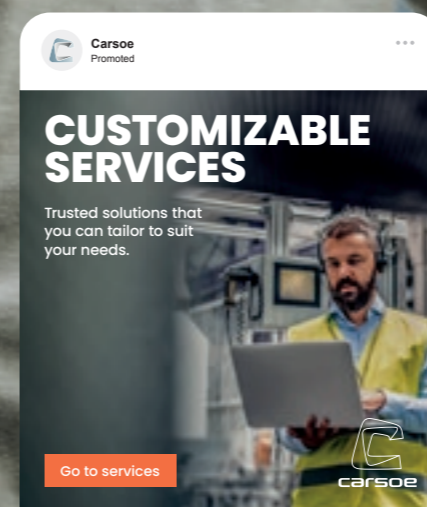
## Shaped by the sea

Seafood-industrien er en krævende branche, der kalder på stærke, holdbare løsninger. Den oplevelse er helt central i den nye brandfortælling og film "Shaped by the Sea", som fortæller historien om, hvad Carsoe er formet af – det særlige DNA, der kendetegner virksomheden – og hvad der skal til for at skabe procesløsninger til verdens største og mest avancerede fiskefartøjer.



## Fra ord til handling

Det var vigtigt, at alle Carsoe-medarbejdere – både nye og eksisterende – kunne genkende sig selv i det nye samlede brand og være med til at udleve det. Derfor var vi med til at implementere Carsoes værdier, blandt andet gennem et tool-kit, der hjælper med at gøre ord til handling og daglig praksis – samtidig med, at vi fortsat sikrer en kommunikation, der løfter i flok.



# Nordmark

## Når hver eneste detalje tæller

Nordmark stod over for en ambitiøs vækstrejse med et klart mål: at skabe en stærk og tydelig international markedsposition. Samtidig var der behov for at opbygge en stærk organisation, der kunne tiltrække og fastholde de rette talenter for fremtiden.

### Om Nordmark

Nordmark er en dansk produktionsvirksomhed specialiseret i højpræcisionsbearbejdning og fremstilling af komplekse metaldele. Siden etableringen i 2002 har Nordmark udviklet sig til en global leverandør, der betjener kunder inden for krævende tekniske industrier, herunder bl.a. vindenergi.



**Fra analyse til ambition**

Med udgangspunkt i en markeds- og konkurrentanalyse udviklede Clienti – gennem workshops og scenarier – sammen med Nordmarks ledelse en ny position og brandplatform. I en branche hvor præcision er afgørende, blev "Every Component Counts" den retning, der skulle støbe fundamentet for det fremtidige Nordmark-brand. Sideløbende blev der afholdt workshops på tværs af afdelinger med medarbejdere i Danmark og Tyskland for at identificere de værdier, der fremover skulle forme virksomhedens kultur og vækst.

**Every Component Counts – mere end et løfte**

Med "Every Component Counts" blev der skabt en stærk fortælling om Nordmark som en international vidensvirksomhed med talentfulde og dedikerede medarbejdere, der forstår kravene i en branche under stor forandring. Som en del af transformationen fik Nordmark også et nyt logo, en ny visuel identitet samt et nyt website.

**Nordmarks fem C'er**

Implementering er altafgørende. Derfor var det også en vigtig del af opgaven, for det nye Nordmark brand, at få skabt et værdisæt, der var til at forstå – og til at anvende.

I tæt samarbejde med virksomhedens medarbejdere blev der formuleret fem c'er: Competent, Credible, Collaborative, Committed og Climate Conscious. Sammen og hver for sig er de blevet ledestjerner for medarbejderne i hverdagen og en integreret del af kulturen.



# Kreativ kommunikation året rundt

Hos Tivoli Friheden stræber man efter at skabe unikke rammer for socialt samvær og gode oplevelser for alle – og i alle aldre.

Det hjælper Clienti med gennem kreativ og skarp kommunikation fordelt over hele året. Det kræver et stærkt og gennemtænkt digitalt set-up, uanset om der skal fortælles, brandes eller sælges billetter.

## Om Tivoli Friheden

Med over 600.000 årlige gæster er Tivoli Friheden Danmarks 10. største attraktion. I parken, i hjertet af Aarhus, er der året rundt unikke forlystelser og oplevelser for alle – fra Halloween til Jul til Fed Fredag – hvor landets største kunstnere holder koncerter gennem sommeren. Til parken hører der også en klatrepark på hele 8.000 m<sup>2</sup>.

**Et komplet og hurtigt reagerende digitalt setup**

Når man ønsker en stærk tilstedeværelse på Facebook, Instagram, Google, e-mail, website, Snapchat, TikTok, LinkedIn og YouTube kræver det en enorm mængde content – tilpasset de enkelte mediers præmisser. Det content, Clienti udvikler, taler altid ind i forskellige spor: et overordnet spor med fokus på branding og salg samt sæsonbetonede spor som Fed Fredag, Klatreparken, Blomsterfestival, Halloween mv. Uanset sporene, sørger vi hele tiden for høj udskiftning af content for at bevare friskheden. Med et komplet og hurtigt reagerende digitalt set-up leveres der kreativitet, der kort sagt, performer uge efter uge.



# SOMMER D FREDAG STERFESTIVAL SOMMER ATREPARK EFTERÅR ALLOWEEN ACK FRIDAY B2B WINTER

”Clienti er vores digitale ’sidekick’. Det har de været i en lang årrække. De er ganske enkelt vores marketingteams fantastiske sparringspartner i hverdagen. Jeg vil tro, at deres svartid er en time over en periode på otte år. En tilgængelighed, der er nødvendig i vores branche.”

Morten Palm Salgs- og marketingchef

280.000+  
Delinger

83 sekunder  
Gennemsnitlig afspilningstid



→ Et af de bedste våben til at skabe engagement og opmærksomhed er Snapchats "lenses". Til Tivoli Frihedens fredagskoncerter og Halloween-begivenheder benytter mere end 100.000 mennesker sig af disse, og deler dem med venner og familie på platformen. Data viser, at modtagerne i gennemsnit 'leger' med 'lenses' i næsten 25 minutter pr. gang. Det er meget tilfredsstillende i en tid, hvor brand engagement er dalende.

# Semler Mobility kom godt på vej

Bilmarkedet er i forandring på alle områder. Det stiller store krav til forhandlerledet, som er nødt til at tilpasse sig – både i forhold til deres rolle i markedet, de fysiske forretninger og til deres digitale tilstedeværelse.

## Om Semler Mobility

Semler Mobility er forhandler- og servicepartner af Volkswagen, Audi, Škoda, SEAT og CUPRA og en del af Semler Gruppen – Danmarks største bilaktør gennem mere end 100 år. Med mere end 19 forretninger fra København til Aalborg og et stort udvalg af de mest populære mærker, er Semler Mobility landets førende bilforhandler.



### Hele Danmarks Bilforretning

Clienti udviklede i første omgang en ny brandplatform i tæt samarbejde med Semler Mobility. Én ting er at være Danmarks største bilforhandlerkæde. Noget andet er at være Danmarks mest folkelige bilforhandlerkæde – dem med god service og de mest populære bilmærker. Den dimension manglede.

Det nye løfte "Hele Danmarks Bilforretning" favner brandets arv og position: at være dem, der er der for alle generationer og alle typer af danskere, hvad enten det hedder ny eller brugt bil, om det er eje eller leasing eller blot service på den nuværende. Den visuelle identitet fik i samme ombæring en overhaling. Dels for at understøtte Semler Mobility som et moderne og imødekomende brand, dels for at sikre større genkendelighed og sammenhæng på tværs af touchpoints.

### Samling på kunder og forretning

For at imødekomme de nye markedskrav og forventninger ville Semler Mobility samle sine bilforretninger under én fælles identitet med det formål at skabe en mere sammenhængende og mere trafikskabende kunderejse på tværs af digitale og fysiske touchpoints. Til det hørte der et behov for at udvikle en helt ny digital platform, men som det hurtigt viste sig, også et behov for en brandplatform, der kunne hjælpe med at sætte retning og skabe differentiering i markedet.

### Et digitalt fundament, der understøtter kunderejsen

Et bilkøb er i de fleste tilfælde en kompleks proces, der indbefatter omfattende research – såvel digitalt som fysisk i showroomet hos den lokale forhandler. Derfor var det ambitionen at udvikle et website, der understøtter kundernes rejse hele vejen frem til bilkøbet, og efter.

Af samme grund blev websitet designet med udgangspunkt i dybdegående kundeanalyser og interviews med det mål at skabe et stærkt digitalt fundament, der guider kunderne fra den allerførste informationssøgning til de ruller ud over kantstenen hos forhandleren med deres drømmebil.

### Til alle de veje du tager i livet

Den nye digitale platform og brandplatform er allerede i fuld gang med at understøtte Semler Mobilitys position som Hele Danmarks Bilforretning – og er samtidig et stærkt pejlemærke for de mere end 1.900 medarbejdere, der hver dag leverer rådgivning, autoriseret service og biler til alle de veje, danskerne tager i livet.

Vi er klar til at  
rådgive dig

Vores salgsrådgiver hjælper dig gennem hele dit køb. Fra valg af bil til finansiering og serviceaftale.

Bliv kontaktet

”Det startede med, at vi skulle have et nyt website, og så har vi i tæt samarbejde med Clienti bygget på ad flere omgange og har nu fået en platform, der viser vej og samtidig samler vores forretning.”

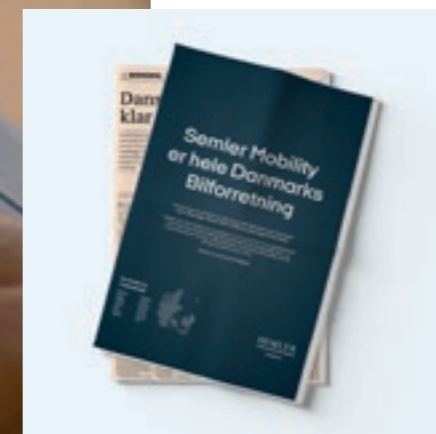
Mette Gaardbo Eriksen CMO, Semler Mobility

Semler  
Mobility  
er Hele  
Danmarks  
Bilforretning

Danmarks  
største  
udvalg

SEMLER  
Mobility

→ Besøg os



# Sammen om en ny kurs for marinemarkedet

Clienti har arbejdet tæt sammen med Svanehøj siden 2019. Et samarbejde, som blev yderligere intensiveret i forbindelse med, at Svanehøj præsenterede en ny strategi, som ikke kun skulle øge kendskabet til deres teknologier og ekspertise, men også markere dem som en fremsynet medspiller i den grønne omstilling.

I en tid, hvor skibsfarten gennemgår store forandringer med skærpede krav til CO<sub>2</sub> og behov for en overgang til ikke-fossile brændstoffer, måtte Svanehøj også transformere sig. Det krævede en klar retning og en stærk brandplatform.



## Om Svanehøj

Svanehøj er en global industrikoncern og har siden 2024 været en del af den multi-industrielle koncern, ITT Inc. Med lokationer i hele verden udvikler og producerer Svanehøj maskinrums-pumper, specialiserede marinepumper inden for fuel, cargo og offshore, samt avancerede målesystemer til LNG- og LPG-opbevaring på skibe og landbaserede terminaler. Og sidst men ikke mindst, er Svanehøj en førende totalleverandør inden for inspektion, service og kalibrering af cargoudstyr på gas samt produkt- og kemikalietankskibe.

### En klar position i en foranderlig branche

Med udgangspunkt i en fremsynet forretningsstrategi – og på baggrund af markedsanalyser, workshops og scenarierarbejde – udviklede Clienti sammen med Svanehøjs ledelse en ny global brandplatform for virksomheden. Taglinen "Powering a better future" skabte den fremtidige retning for kommunikationen – både internt og eksternt – og dannede samtidig grundlag for en større revidering af Svanehøjs visuelle identitet.

# FUTURE PROOF SOLUTIONS

### Et stærkt fundament med et stærkt brand

Sammen med Svanehøj er det lykket at skabe et moderne internationalt brand med en stærk fortælling og en tydelig identitet. I dag differentierer Svanehøj sig markant i et konservativt marinemarked og sikrer sig løbende, gennem succesfuld employer branding, attraktive talenter og medarbejdere – noget som er helt afgørende for en virksomhed i vækst.

Til den vækst hører også løbende opkøb af virksomheder og erhvervelse af nye kompetencer. Som fast samarbejdspartner understøtter Clienti alle aspekter af Svanehøjs forretning med alt fra brandstrategisk sparring og planlægning af internationale produktlanceringer til deltagelse i internationale messer og digitale kampagner.

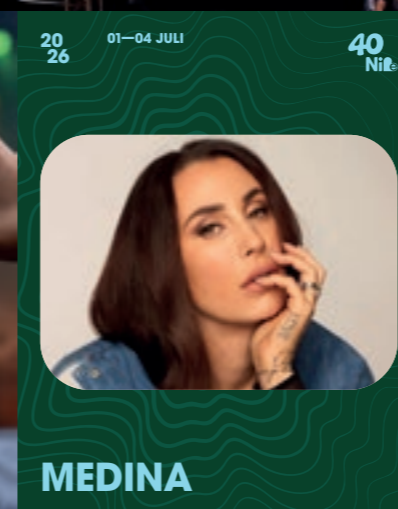
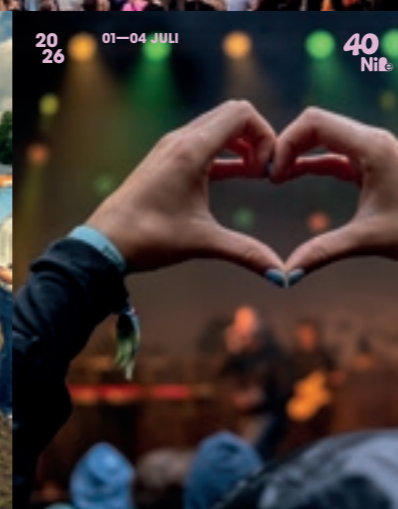


# Nye visuelle rytmer i Nibe

Hvert år summer Skalskoven af liv, når tusindvis af gæster samles om musik, fællesskab og fest. Nibe Festival begyndte i det små, men er vokset til en markant aktør på den danske festivalscene, uden at miste sin særlige sjæl og lokale forankring. I mere end tre årtier blev festivalen kaldt "den lille fede", ledsaget af en lyserød gris som maskot, og denne arv er stadig et varmt, humoristisk ekko i festivalens fortælling.

## Om Nibe Festival

Nibe Festival er en af Danmarks største og mest elskede musikfestivaler med udsolgt fire år i træk. Festivalen afholdes hvert år i Skalskoven i Nibe og byder på både danske og internationale kunstnere. Festivalen har gennem årene udviklet sig fra en mindre lokal begivenhed til en markant aktør på den danske festivalscene, men har samtidig bevaret sin særlige intime stemning og tætte bånd til både frivillige, lokalsamfund og publikum.



### Positionering af festivalen

I takt med festivalens udvikling opstod behovet for et visuelt udtryk, der både kunne hylde historien og styrke festivalens position i fremtiden. Clienti fik til opgave at skabe en identitet, der var fleksibel nok til at rumme et bredt musikalsk program, stærk nok til at skille sig ud i konkurrence med de andre festivaler, og samtidig stemningsfuld nok til at sende oplevelsen fra skoven videre ud i verden.

Resultatet blev en identitet, der bygger på organiske former, levende grafiske elementer og en bred farvepalet, der gør det muligt at variere udtrykket uden at miste genkendeligheden år efter år. Det centrale grafiske element samler alle stemninger i ét udtryk – der repræsenterer lydbølger, træstrukturer, mangfoldighed og de vibrationer, der fylder skoven under festivalen.

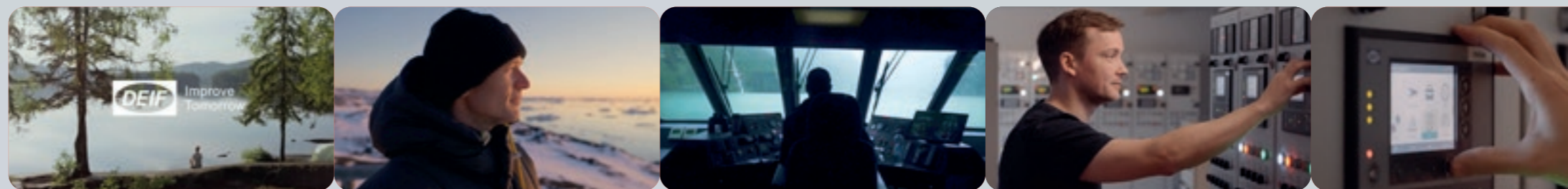


**Nibe**  
40  
FESTIVAL

### Et jubilæumslogo, der forener fortid og fremtid


I 2026 fejrer Nibe Festival 40 år. Det markeres med et jubilæumslogo, der kan spille tæt sammen med festivalens karakteristiske logo. Det nye jubilæumslogo fungerer som en organisk forlængelse af identiteten – levende og harmonisk – men samtidig med styrken til at markere en særlig anledning på alle festivalens medier og kanaler – fra plakater og digitale kampagner til merchandise og scenedesign.

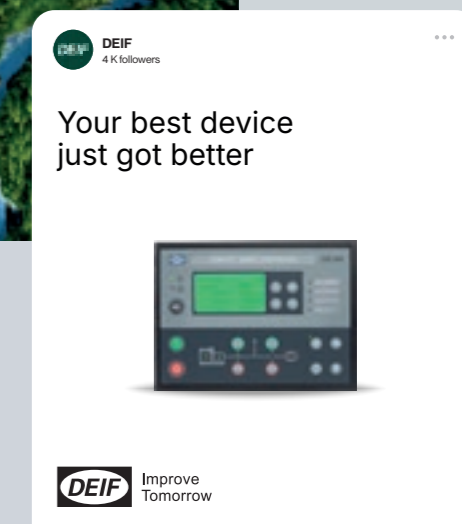
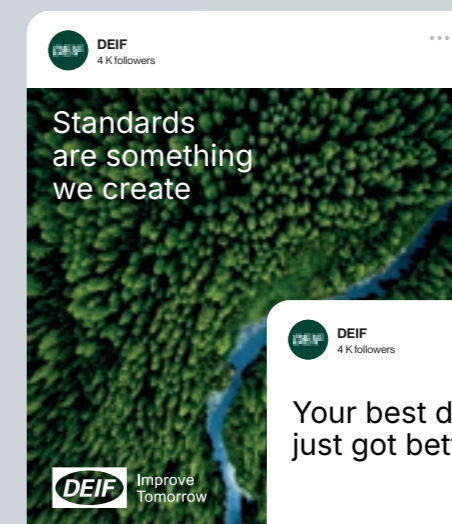




# Fra grøn ambition til ny brandplatform

Clienti har arbejdet tæt sammen med DEIF siden 2022. Ved starten af samarbejdet havde DEIF allerede fået implementeret ny strategi med større grønne ambitioner. Det gav anledning til at gentænke den eksisterende visuelle identitet og kommunikation.

 Brandfilm, der forklarer DEIFs kernebudskab og løfte "Improve Tomorrow".



## Om DEIF

DEIF er en familieejet virksomhed med næsten 100 års tradition for innovation. Virksomheden er global leverandør af styresystemer til decentraliseret energiproduktion, herunder løsninger til generatorer, hybride systemer og vedvarende energikilder.

## Fremtidssikret brandplatform

Clienti fik til opgave at udvikle en ny identitet og brandplatform, der matchede virksomhedens mål for fremtiden. Med afsæt i den nye strategi, markedsanalyser og interviews skabte Clienti en række scenarier for den fremtidige position, som blev diskuteret på interne workshops – alt sammen med det mål at skabe fælles forståelse og enighed om retning såvel som kommunikation for DEIF.

### Improve Tomorrow

Den nye brandidentitet tog udgangspunkt i DEIFs strategi og vision om en verden, der i højere grad bygger på miljøvenlige teknologier og vedvarende energiløsninger, og med det nye fokus gav det mening at løfte blikket ud mod verden. "Improve Tomorrow" blev virksomhedens nye kernebudskab og en ledestjerne, der minder om, at ingen alene kan ændre verden, men at vi alle ved fælles hjælp kan bidrage ved at lære nyt og gøre det, vi gjorde i dag, lidt bedre i morgen. Det er vejen til langsigtede forandringer for fremtiden.



### The World of DEIF

I 2025 kom DEIF til Clienti med et ønske om at få lavet et salgsværktøj, der kunne visualisere deres produkter og løsninger på tværs af markeder og brancher. Et tæt og spændende samarbejde resulterede i "The World of DEIF" – en visuel og let forståelig verden, hvor både medarbejdere og kunder kan navigere rundt og se, hvor DEIF kan hjælpe med deres løsninger – og hvordan.

Værktøjet har også fået stor værdi som redskab til onboarding af nye medarbejdere. "The World of DEIF" er naturligvis udviklet således, at verdenen hele tiden kan udbygges i forhold til nye løsninger, nye produkter og nye brancher.

### Mod til at gå foran

Både internt og eksternt er der blevet taget godt imod den nye brandplatform og identitet. DEIF opleves i langt højere grad som en visionær virksomhed, som tager ansvar for morgendagens udfordringer ved konstant at sætte nye standarder for de bedste og mest energieffektive styringsløsninger.



## Rådgivning, der rækker ud over regnearket

Flere erfarne profiler fra CFO- og rådgivningsmiljøet i Danmark havde en fælles ambition: at levere markedets bedste CFO-services og skabe de stærkeste partnerskaber i et nyt og mere personligt set-up, tættere på kunderne. Det var en ambition, der fik navn, identitet og retning i parløb med Clienti.

### Om &Peopl

&Peopl er et moderne konsulenthuss, der er specialister i CFO-services - herunder outsourcing og digitalisering af økonomifunktionen, interim assistance, implementering af ERP-systemer, ESG mm.



### Mennesker bag tallene

Ønsket om at skabe et helt nyt og langt mere samarbejdsdrevet konsulenthuss gav afsættet for navnet, &Peopl. Et navn, som manifesterer vigtigheden af nærhed, rådgivning og tilgængelighed i en stadig mere kompleks verden, og hvor værdien ligger i at have mennesker, der brænder for at løse opgaver med andre mennesker.

Det handler om at se om bag tallene; at være personligt investeret i hvert samarbejde med ejere, ledere og medarbejdere og bidrage med nye muligheder for at udvikle hele deres forretning.



# &Peopl

Din partner i CFO Services



### Din partner i CFO Services

Løftet til markedet "Din partner i CFO Services" ligger i naturlig forlængelse af navnet, &Peopl. Et løfte, der på den ene side fortæller, hvad det er &Peopl tilbyder markedet og på den anden side, måden, det gøres på. En tro på, at det giver større værdi at være tæt på – at være en agil, integreret, og altid tilgængelig hjælp i kundernes virksomhed og hverdag.

### Fart, succes &Peopl

Hele processen – fra udvikling af navn til udarbejdelse foregik i en meget koncentreret proces på tre måneder.

&Peopl er siden deres lancering vokset hurtigt - både i antal medarbejdere og kunder og har nu kontorer flere steder i Danmark. Men &Peopl har fastholdt sit vigtigste fokus: at skabe en stærk kultur og en arbejdsplads, hvor medarbejderne har medbestemmelse, mulighed for udvikling og frihed i hverdagen.

AMPFUNKTION

# Råd til det rigtige

Skousen ønskede at sende deres humoristiske direktør-univers på pension og erstatte det med de tre elementer, som Skousen historisk har været bedst til: Rådgivning, service og pris. Valget faldt på Clienti, der på baggrund af voxpops, data og en større positioneringsanalyse udviklede brandplatformen: "Råd til det rigtige" og et nyt kreativt univers, der tager kundeindsigterne helt bogstaveligt.

## Om Skousen

Skousen, som er en del af Whiteaway Group, er med sine snart 70 år vel nok landets mest erfarne og mest kendte hvidevarekæde. Gennem alle årene har kædens butikker leveret frydere, køleskabe, emhætter, el-piskere og meget andet til danskerne til skarpe priser og med høj service.

### Hvad oplever kunderne, når hverdagen går i stykker?

For at få en reel forståelse af danskernes forhold til hvidevarer, til Skousen og til deres reaktioner, når noget ikke virker, gjorde vi mere end blot at analysere data. Vi tog ud i hele landet og talte direkte med forbrugerne. Det gav en dybere indsigt i målgrupperne, købsprocessen og de vigtigste touchpoints – og ikke mindst konkrete input til udviklingen af både brandplatform og tone of voice.

### Skousen er der, når det brænder på

Tal, indsigter og 'findings' resulterede i to personaer, der hver især eksemplificerede de behov, som kunderne vægter højest i forhold til at vælge hvidevarer – for når det brænder på i køkkenet, når køleskabet er gået kold, når vaskemaskinen synger på sidste vers, så er Skousen altid klar til at give kunderne 'råd til det rigtige'. Skousen er, kort sagt, den bedste hjælp til den bedste pris.



\*\*\*  
**BEDST**  
i test

**ENERGIMATCH**



Årets  
**GAVE**

**Skarpe  
PRISER**

**PRISMATCH**

Åbn  
**TILBUD**

**TESTVINDER**

**Vinter  
UDSA**

**NYHEDI**

*Vi matcher*  
**DEN LAVESTE  
NETPRIS**





**NÅR DU HAR FÅET NOK AF BLØDE FRITTER**

SPRØD PRIS!



**BLA%K WEEK**

31.08 - 14.09



**Nyt rådgivende tv-univers**

Platformen gav også anledning til et nyt univers, nye farver og tonalitet. Et af målene var at sikre genkendelighed til det kendte Skousen brand på tværs af medierne med den røde Skousen farve og font. På tv betød det en udskiftning af den karikerede direktør og "et goddag" til et mere varmt univers med afsæt i de sjove, men også evigt udfordrende situationer, vi kender fra hverdagen, når ting går i stykker – og den rådgivning som Skousen kan tilbyde. Kommunikationen på print, SoMe og outdoor lå i forlængelse af universet og talte på samme indsigtfulde måde ind i situationerne.

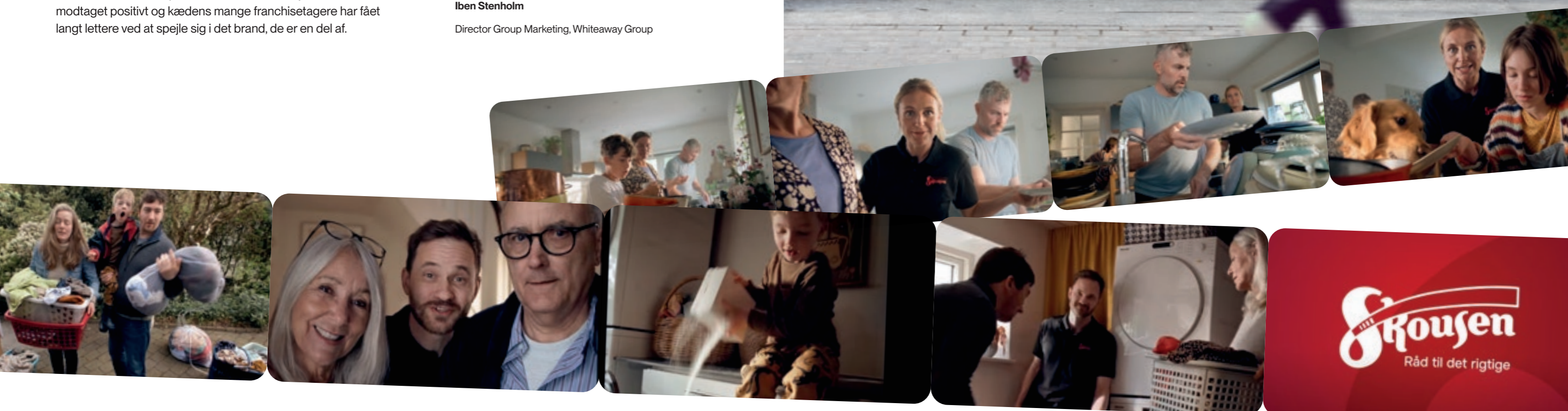
Alt ikklædt en revideret visuel identitet, der på den ene side ikke var bange for at aktivere Skousens røde farve i endnu højere grad end tidligere, men heller ikke bange for at stramme op og modernisere det landskendte logo.

**Skousens målgrupper har taget godt imod**

Den nye brandplatform og markedsposition – samt det nye tv-univers med fokus på Skousens klassiske dyder – er blevet modtaget positivt og kædens mange franchisetagere har fået langt lettere ved at spejle sig i det brand, de er en del af.

“Skousen har altid haft stærke rådgivere og høj viden om hvidevarer – det matcher vores kreative univers nu også.”

**Iben Stenholm**  
Director Group Marketing, Whiteaway Group



## Menneskelige ledestjerner i en digital verden

Clienti var med fra starten, da den nye nordiske Microsoft Dynamics-virksomhed, Cepheo, blev født. Som strategisk partner fik vi til opgave at udvikle navn og identitet, brandplatform og –strategi, skabe tone-of-voice og efterfølgende eksekvere lanceringskampagnen i hele Norden.

### Det starter med et navn...

Da kapitalfonden Polaris købte en større nordisk Microsoft Dynamics-forretning, blev det starten på en intensiv proces. På blot tre måneder skulle Clienti udvikle det strategiske og brandmæssige fundament, som virksomheden skulle stå på. Først kom navnet. Et navn, der skulle matche virksomhedens ambitioner om at være Nordens førende aktør i et stadig mere komplekst IT-landskab. Inspireret af Cepheus, som netop er den klareste stjernekonstellation på den nordlige halvkugle, blev navnet: Cepheo. En ny, lysende ledestjerne for virksomheder i den digitale tidsalder.



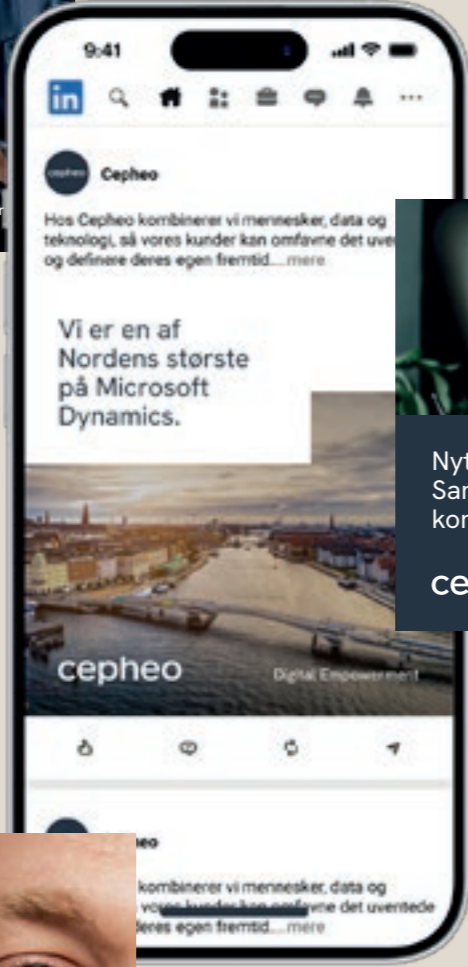
### Om Cepheo

Cepheo er blandt de største leverandører af Microsoft Dynamics 365-baserede løsninger i Norden med mere end 450 medarbejdere. De er rådgivere, specialister og en stærk partner i virksomheders stadig mere omfattende behov for digitalisering af forretningsprocesser.

med at skabe succes i en verden i forandring

cepheo Digital Empowerment

cepheo



**Digital Empowerment**

Udgangspunktet for brandudviklingen var en grundig analyse af både interne og eksterne forhold. Clienti gennemførte dybdegående interviews, workshops og inddragelse af eksterne interessenter for at afdække organisationens værdier, styrker og muligheder. Resultatet var en brandstrategi, en brandplatform, et markant værdisæt og taglinen, "Digital Empowerment".

Det er en tagline, som reflekterer virksomhedens store fokus på at styrke den menneskelige relation i digitale transformationsprocesser. Den visuelle identitet, som blev foldet ud på digitale medier, website og i en ny brandfilm, understreger denne dimension hele vejen rundt.

**Ny stjernespiller i det nordiske IT-landskab**

Den nordiske lanceringskampagne gav Cepheo den ønskede eksponering og bevågenhed. Og den interne lancering fik skabt momentum og et fælles afsæt for de mange nye medarbejdere i Danmark, Norge og Sverige. Noget som også har bidraget til, at Cepheo allerede er den ledende aktør i det nordiske IT-landskab, hvilket var ambitionen fra start.

"Det var noget af en udfordring, vi gav os selv, da vi besluttede os for at lancere en ny virksomhed i løbet af få måneder. Clienti har været en vigtig partner i forløbet. De har bidraget med stor strategisk viden og været med til skabe overblik og tryghed gennem hele processen."

René Ebbesen Co-CEO, Cepheo

