

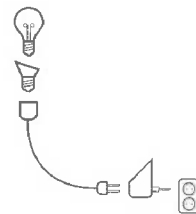
Estimert pris på kampanje for E-Lån Hordaland

av Ann-Kristin Stølan og Sandra Stølen

Om oss

Vi arbeider med helhetlig kommunikasjon, med spesialkompetanse på visuell profilering, designstrategi og konsept, foto og digital kommunikasjon. Stølen og Stølan har begge bakgrunn fra Kunst- og designhøgskolen i Bergen, med mastergrad i design.

Tidligere har vi jobbet med kunder som Kunstmuseene i Bergen, Søstrene Hagelin, NRK, TV2, Bergen Jazzforum, Kunst- og designhøgskolen, Krabbefestivalen, Festivalsommar i Askvoll, Ralston & Bau og Pandora Film.



Personleg smak
Bruk ei lampe du liker

Teknisk funksjon
Bluetooth, samt med eller utan internet

Passar til
Lamper E27 soklar
Lyspanel E24 soklar

Internt nettverk
Av dine nete

Automatisk
Oppdatering av
nettverket





krabbe festivalen

31-2 august på Atley
Kom å opplev go' gamal kaistemning og sving deg i valsen på brygga!

1900 Bar og kafé opnar
2000 Klypa
2230 Dans
1100 Opning
1200 Te sjansen
1300 Krabbebord
1400 Dansoppvisning med Atley Seniorans
Familiedans
1600 Kapproing
1700 Avrunding av aktivitetar med premiering
2800 Dans
1100 Utegdusteneste
1130 Aktivitetar på området
1400 Hopp i havet

Vårt forslag deles opp i tre faser. Første fase skal legge et godt grunnlag for det visuelle arbeidet av kampanjen, som innebærer innsamling av informasjon, se på hva som finnes av forskning og andre lignende konsepter og konkurrenter. Her er det også viktig å konkretisere målgruppen, og utarbeide strategien for å nå disse på best mulig måte. Tidligere utarbeiding av slagord og informasjon taes også med. Dette arbeidet resulterer i det vi kaller en designbrief.

Neste fase er den visuelle utformingen, ut i fra retningslinjer etablert i designbriefen, og her vil vi utarbeide to alternativer på kampanjens profil. I dialog med Fylkeskommunen vil vi sammen komme frem til det beste alternativet, og arbeide videre med dette. I priseksemplet vårt har vi inkludert en ny presentasjon etter valget av retning. Her presenteres videreutviklingen av denne, samt flere eksempler på implementering på flere flater, på trykk og skjerm, og digital annonsering. Vi utarbeider også ideer på hvilke andre tiltak som kan settes i verk for å gjøre kampanjen mer slagkraftig. Tidsperspektiv på hver enkelt del av kampanjetiltakene vil presenteres i denne sammenheng.

Siste fase er ferdigstilling ut i fra Fylkeskommunens ønsker av det vi har presentert. Denne fasen er derfor vanskelig å prissette konkret på nåværende tidspunkt, men vi har satt opp en pris ut i fra ønsker om plakater og digital annonsering. Vi vil komme tilbake til en revidert pris etter hva Fylkeskommunen føler treffer av Stølen og Stølan sine utarbeidede ideer til kampanjens innhold.

Prisen er estimert ut i fra mottatt informasjon fra Fylkeskommunen, men den endelige prisen vil ikke fravike betydelig. Fordeling av arbeidstimer og mer detaljert prosessoversikt blir presentert nærmere på neste side.

Stølen og Stølan kan tilby en pris på fase 1, 2 og 3 for kampanjen for E-Lån Hordaland på kroner 260 000. Som ny kunde vil vi tilby en rabatt på -20% som reduserer prisen til kr 208 000, eks. mva.

Fase 1 · Estimert 54 arbeidstimer

Undersøkelse

Kartlegge forskning mot digital lesing

> Innhente informasjon

Definere målgruppe

> Ut i fra innhentet informasjon

> Vurdere eksisterende slagord
mot definert målgruppe

Analyser

> Av lignende kampanjer / konkurrenter
som resulterer i en ferdig designbrief

> Designbrief: Inneholder mål, visjon,
målgruppe og tidsrom

Dialog med Fylkeskommunen rundt

resultatene av undersøkelsene og videre
strategi

Revidert designbrief etter tilbakemeldinger

> Grunnlaget for utviklingen av det
kreative arbeidet

Fase 2 · Estimert 156 arbeidstimer

Kampanje / konseptutvikling

Overordnet visuell profil

> Logo, fargeprofil, skriftsnitt, bildeuttrykk

> Utarbeiding av 2 gjennomarbeidede
uttrykk

Eksempler på implementering

> Plakatkampanje

> Digital annonsering

> Vi vil også presentere andre tiltak vi
mener vil gjøre kampanjen mer effektiv

Presentasjon av skisser på visuell profil

> 2 runder med presentasjon og tilbake-
meldinger i tillegg til kontinuerlig dialog
med kontaktperson fra Fylkeskommunen

> Valg av retning / ideer som skal ut-
arbeides videre

Fase 3 · Estimeres endelig etter fase 2,
utgangspunktet er satt til 50 arbeidstimer

Ferdigstilling av visuelt arbeid

Ferdigstilling av materialet til kampanjen

> Trykksaker

> Digital annonsering

> Kommunikasjon

> Eventuelt kontakt med programmerer

> Eventuelt organisering av arrangement