

Talande lokaler

Vad säger dina lokaler egentligen? Flervärden tog hjälp av inredaren Anette Strand för att få några tips om hur man sänder rätt signaler till sina besökare.

● Alla företag står för något och vill att såväl kunder och samarbetspartners som medarbetare ska veta vad det är. En viktig kontaktyta som bidrar till besökarens första intryck av företaget är lokalerna, oavsett om det är ett industriföretag eller en advokatbyrå. Därför kan det vara värt att lägga ner lite extra omsorg på besöksytorna.

Anette Strand är inredare hos arkitektfirman MER. Den första frågan hon ställer till en ny kund är "Vad vill ni signalera?"

– En flytt är en chans att få in fler värden i den nya inredningen. Företaget kanske bara har tänkt på att de har blivit fler, vill byta läge och passar på att byta möbler. Men ofta har företaget värdeord som ledning och medarbetare har enats om och arbetat med. För att påminnas om vilka de är kan man passa på att implementera dem i lokalens utformning.

Kommunicera kompetensen

Första intrycket är oerhört viktigt anser Anette Strand och hon och hennes kollegor arbetar utifrån övertygelsen att det ett företag signalerar med sina lokaler påverkar varumärket och affärerna.

– Vill företaget signalera att de ligger i framkant och leder utvecklingen i branschen, eller

vill de signalera trygghet, något gediget och anrikt?

Hur man väljer att presentera sitt företag genom sina lokaler är ett smart sätt att marknadsföra sig på, menar hon. Och även om hon tycker att företagen oftast är medvetna om vad deras lokaler ger för intryck, förvånas hon då och då över vad de missat.

– Som besökare ska man känna att det här företaget vet vad de sysslar med. Jag var på ett företag till exempel som arbetar med världsledande maskiner för tryck. Men själv hade de tio år gamla tryck i entrén, solblekta och med pixlar stora som tennisbollar. De tänkte inte på att det är precis där deras kunder sitter och väntar.

Ett företags grafiska profil är en bra utgångspunkt för att välja väg i inredningen och ett bra sätt att skapa igenkänning och förstärka företagets identitet. Ofta ligger det ett stort arbete bakom företagets visuella identitet och Anette Strand menar att det är lämpligt att låta den synas i lokalerna. Till en viss gräns.

– Jag brukar bestämt avråda från att trycka upp logotypen över hela heltäckningsmattan eller gardinerna. Dels tröttnar man på att se den men det är också synd om man ska behöva riva ut mattan om företaget blir uppköpt.



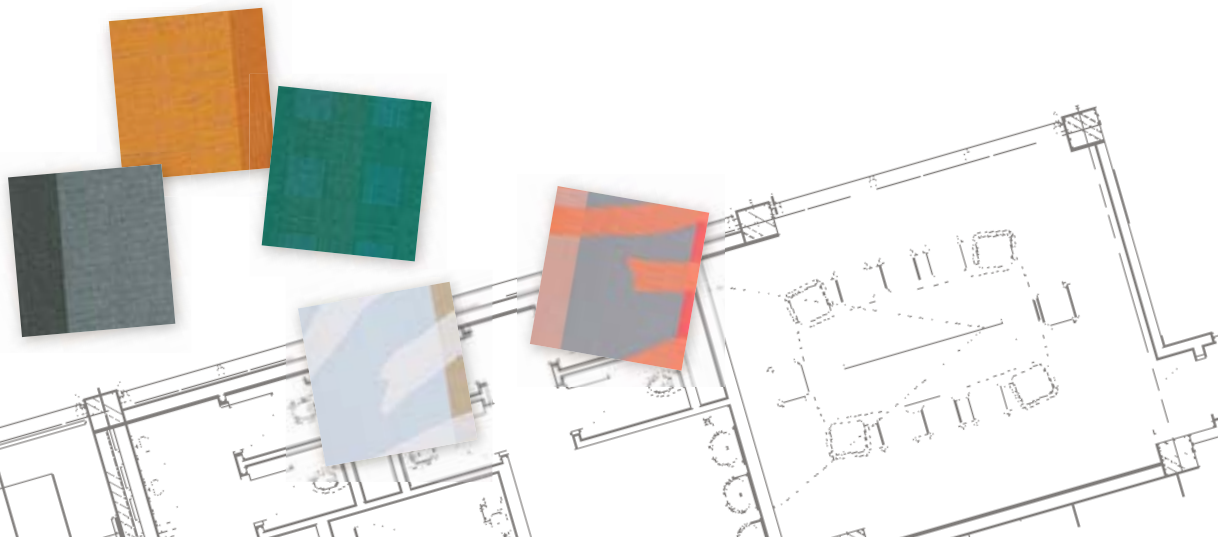
FOTO: MATERIA



FOTO: BLÅ STATION



FOTO: LAMPHULTS





Den yta där du tar emot dina besökare ska vara en visningsyta, säger Anette Strand.

FOTO: SAMIRSOUDAHI

I längden håller det mer subtila bättre, att till exempel använda sig av färger från företagets grafiska profil.

Man behöver inte skriva människor på näsan, menar hon, men nämner också exempel där man valt att trycka upp text och form från företagets grafiska material på väggarna. Ett tips om man ska satsa på en väldigt profilerad inredning, är att göra det på ytor som är lätta att förändra, som väggar som är lätta att måla om.

Skapa attraktionskraft

För många företag i till exempel tillverkningsindustrin kan inredning i vissa fall hamna i skymundan, men även företag med begränsade besöksytor kan utnyttja dessa för att visa vad de står för.

– Den yta där du tar emot dina kunder ska vara en visningsyta, och du kan göra så mycket, allt ifrån att trycka upp tapeter som visar upp vad du gör eller bara låta möbelval och textilval förmedla en känsla, säger Anette Strand.

Men det är inte bara kunder man som företag vill göra ett gott första intryck på. Potentiella nya medarbetare vill också få en positiv bild av företaget de överväger att börja jobba på. Därför är det viktigt att tänka på vilken typ av människor man vill attrahera. Miljömedvetenhet är en viktig faktor och de val man gör bör löpa som en röd tråd genom allt från lokalval till inredning om det ska bli trovärdigt.

– De som flyttar in i miljömärkta hus och lokaler måste tänka från början till slut på vad det är de vill förmedla. Det blir allt viktigare och det är de yngre som är pådrivande i denna fråga. Det gäller allt ifrån vilken mjölk du köper till själva byggnaden.

Stina Gerhardt

Fyra tips för första intrycket

- Tar ni emot mycket leveranser genom samma ingång som besökarna – ha ett packrum i anslutning till entrén så att post och paket inte hopar sig utan snabbt kan flyttas ur sikte.
- Besöksytorna är en visningsyta. I displayskåp vid entrén kan man lätt byta ut produkter som man vill visa fram.
- Receptionsdiskar måste oftast specialritas för att passa utrymmet. Så passa på att ta ut svängarna lite. Hämta inspiration ur den grafiska profilen eller företagets värdeord.
- Visa miljömedvetenhet. Låt företagets värderingar löpa som en röd tråd i allt från val av lokal till inredning. Välj hållbara och miljövänliga material och återanvänd äldre inredning när det går. Att lackera och klä om stolar kan vara ett alternativ till att köpa nya.

”De som flyttar in i miljömärkta hus och lokaler måste tänka från början till slut på vad det är de vill förmedla.”

