



Very inviterer indenfor i communities med lancering af nyt blog univers.

Community marketing bureauet Very lancerer i dag et nyt blog univers, og skærper dermed fokus på bureauets kernekompetencer, nemlig de planmere, hvis viden og community indsigt er med til bygge en troværdig og relevant relation mellem brands og målgruppe.

Ifølge stifter og ejer Thomas Bjerg har Very's community planmere altid haft en central rolle i bureauets opbygning ud fra en holdning til, at de gode idéer opstår ude i det virkelige liv, og ikke bag et skrivebord. At Very nu vælger at synliggøre sine kreative ressourcer i endnu højere grad, er ikke blot et udtryk for en digital 'make-over' af det eksisterende site, men i ligeså høj grad et spørgsmål om at efterleve de budskaber, man selv anbefaler til kunderne.

"Practice what you preach"

"En forudsætning for at være troværdig i sin kommunikation er, at der skal være handling bag ordene. Derfor skal vi selvfølgelig efterleve de samme leveregler, som vi anbefaler til vores kunder. En af vores pointer er, at brands bør overlade ordet til de stemmer, som har relevans for målgruppen i stedet for selv at insistere på hele taletiden. Derfor er det kun naturligt, at planmerne nu får en endnu mere fremtræden rolle i fortællingen om Very, da det er dem som i høj grad er med til at tegne Very's "brand", forklarer Louise Brandt, som er insight og strategy director samt partner i Very.

Logo

Men det er ikke kun indhold, som Very udfordrer med på det nye site, det er også form. "Vi opfordrer ofte vores kunder til at give lidt mere slip på deres brands. Et symbolsk udtryk for, at vi også selv efterlever dette, er, at vi har givet afkald på ét fast bureau logo. I stedet har alle medarbejdere være med i design processen af deres eget personlige Very logo, Pointen er selvfølgelig at vise, at en ensartet visuel identitet ikke nødvendigvis er alt afgørende for genkendelighed. Det kan ligeså vel være summen af handlinger koblet med en fællesnævner. Vores nye vifte af logoer er derfor et eksempel på hvordan vi gerne vil have brugene (her community

plannere og andre ansatte) til at gå forrest med eksempler for brugerdreven kommunikation.”
uddyber Thomas Bjerg.

Har du styr på jeres communities?

Alle interesserede er velkomne til at besøge Very's nye blogunivers på www.VeryCommunities.com eller Verys instagram "@veryagency", hvor man kan få lidt insight på, hvad der rør sig i en bred vifte af interessefællesskaber netop nu. Herfra kan man let klikke sig videre til selve bureau-websitet og læse mere om Very's struktur og metode.

For mere information kontakt:

Thomas Bjerg

Mail: tb@veryagency.com

Mobil: 26 90 26 92

Om Very

Very er det første bureau i Skandinavien, der arbejder strategisk med Community Marketing. Vi er p.t. 22 ansatte fordelt på Danmark, Sverige og Norge. Siden vi blev etableret i 2006 har vi arbejdet med en bred vifte af brands - herunder Carlsberg, Nescafé og Coca-Cola Company. Very vandt i 2009 DRRB's Effectiveness Award for lanceringen af Somersby.