

Et kunstnerisk bilsyn

Et kontor i en opskåret øst-tysk Trabant og en sytten meter lang kunstfrise på væggen er en del af den nye udsmykning i synshallen AL-SYN i Silkeborg.

Igennem et halvt år samarbejdede AL-SYN med en lokal billedkunstner om udsmykning og spændende events til glæde og inspiration for nuværende og kommende kunder.



Udfordringen

AL-SYN er en moderne synsvirksomhed, hvor service er i højsædet. AL-SYN driver bilsyn i Silkeborg, Give, Bjerringbro, Brædstrup, Aarup, Fåborg, Tilst og Skanderborg. I Silkeborg har AL-SYN drevet synshal i 2 år, og har i den periode etableret et ry som "de nye", der hele tiden udfordrer markedet og mere traditionelle synshaller.

AL-SYNs generelle udfordring er, at de "sælger en vare, som ingen vil købe". Et bilsyn er lovpligtigt, og konkurrencen mellem synshallerne er stor, så hvordan lokker man kunderne til? AL-SYN har desuden mange virksomhedskunder, så dette projekt var en vigtig brik i bestræbelserne på at lokke flere private kunder til.

AL-SYNs mål er at blive mere synlig ved at gøre tingene anderledes. Derfor indgik man i en kreativ alliance med billedkunstner Dorthe Berg. AL-SYN ønskede med dette

samarbejde at udvikle nye og anderledes tiltag i jagten på nye kunder, så AL-SYN blev valgt frem for de fire andre udbydere i Silkeborg.

Tiltagene skulle skabe massiv medieomtale.

Processen

Projektet løb i perioden januar – juni 2011. Idéen var at igangsætte en ny aktivitet hver måned, som på forskellige måder kunne understøtte AL-SYNs ambition om at tiltrække flere private kunder.

Projektet indledtes med en brugerundersøgelse af kundernes ønsker og forventninger til deres synshal. Dette materiale blev brugt ved en brainstorm, hvor man udviklede en overordnet projektplan.

Synshallen blev udsmykket i tæt dialog

mellem synshal og kunstner. Herved blev både virksomheden og kunderne en del af den kunstneriske proces. Kunderne skulle have en æstetisk og anderledes oplevelse og der skulle skabes et møde med kunsten, hvor man mindst forventer det. Udover den indvendige udsmykning kom Dorthe Berg med forslag til ændring af facadens udseende.

En pigeaften i utraditionelle rammer, var én af de spændende events. Målet var ikke at tale om biler, men at bruge de unikke rammer på en anderledes måde. Deltagerne blev tilbudt massage, der blev talt design, ordnet negle og diskuteret kunst.

Et mere traditionelt indslag var en veteranbillaften. Der blev talt biler, lovgivning, restaurering og studeret alle de udstillede eksemplarer. En "race" dag blev også afholdt. Der var lagt op til en rigtig drengeaften med frække, hurtige motorcykler, rallybiler samt

Githa Nørbæk, indehaver AL-SYN:

AL-SYN er en utraditionel virksomhed, og vi betragter os selv som værende ret innovative indenfor vores branche. Alligevel har vi på tæt hold oplevet en anderledes måde at tænke kundeinvolvering og markedsføring på, som vi fremadrettet kan anvende konstruktivt.



en af verdens hurtigste dragsters. Desuden opstillede man en hobbyracerbane, hvor deltagerne kunne afprøve deres evner som "racerkørere".

Den kreative alliance blev afsluttet med en fællesdag for hele AL-SYNs medarbejderstab. Her blev de af Dorthe Berg kreativt udfordret på deres samarbejde og syn på virksomheden, samt præsenteret for resultatet af de forskellige tiltag i Silkeborg. De skulle bl.a. male en plakat under spørgsmålet: Hvis AL-SYN var en bil, hvilken bil var den, og hvorfor?

Resultatet

AL-SYN har gennem et halvt år oplevet forskellige kreative tiltag: Synshallen fremstår bl.a. som et kunstværk, med en sytten meter lang vægfrise inspireret af dagligdagen i synshallen og de mange kunder, der kommer forbi. Frisen er et oliemaleri med dækaftryk og modelbiler. Kunderne møder desuden synshallens ansatte i et specialindrettet kontor bestående af en gammel delvist opskåret østtysk Trabant.

"Alle er vilde med det, og vi håber jo på, at vi efterhånden bliver kendt som synshallen med kunstværkerne", udtaler indehaver af AL-SYN Githa Nørbæk.

De mange spændende events har lokket potentielle kunder til, og skabt en lokal bevidsthed omkring AL-SYN som et anderledes sted, med meget mere at tilbyde end bare et bilsyn. Det handler for virksomheden om at blive i folks bevidsthed, så de aktivt vælger AL-SYN til når de skal have synet deres bil.



At det kan betale sig at investere i anderledes markedsføring og kreative tiltag har dette projekt tilfulde bevist. Det er blevet til mere end otte avisartikler eller notitser, og selv Familiejournalen har omtalt projektet. Over 600 gæster har desuden deltaget i de forskellige events.

Jeg har fået afprøvet mine evner som kunstner og kunstcoach, og fået øjnene op for en anden måde at sætte mine kompetencer i spil. Jeg er også blevet opmærksom på, hvor når jeg er kunstner, og hvor når jeg er kreativ konsulent.

Dorthe Berg, billedkunstner

