GOSPODARSKA ZBORNICA
DOLENJSKE IN BELE KRAJINE

INOVACIJE GOSPODARSKE ZBORNICE DOLENJSKE IN BELE KRAJINE 2024

Navodila za pripravo gradiv za razstavo inovacij

Namen razstave je mnogo več, kot samo razstava

Promocija inovacije podjetja in razvoja inovacijske kulture na Dolenjskem in Beli krajini. Promocija regije, kot ene najuspešnejših gospodarskih regij Slovenije.

Zaposleni znotraj podjetij so bolj motivirani (za inovacije in sicer); prav zato so na panojih našteti imensko.

Postavitev razstave na Glavnem trgu v Novem mestu ima posebno vlogo pri dokazovanju vpliva na širšo javnost, hkrati pa tudi opozarja na pomen inovacijske kulture in vlogo gospodarstva na lokalnem kot na nacionalnem nivoju.

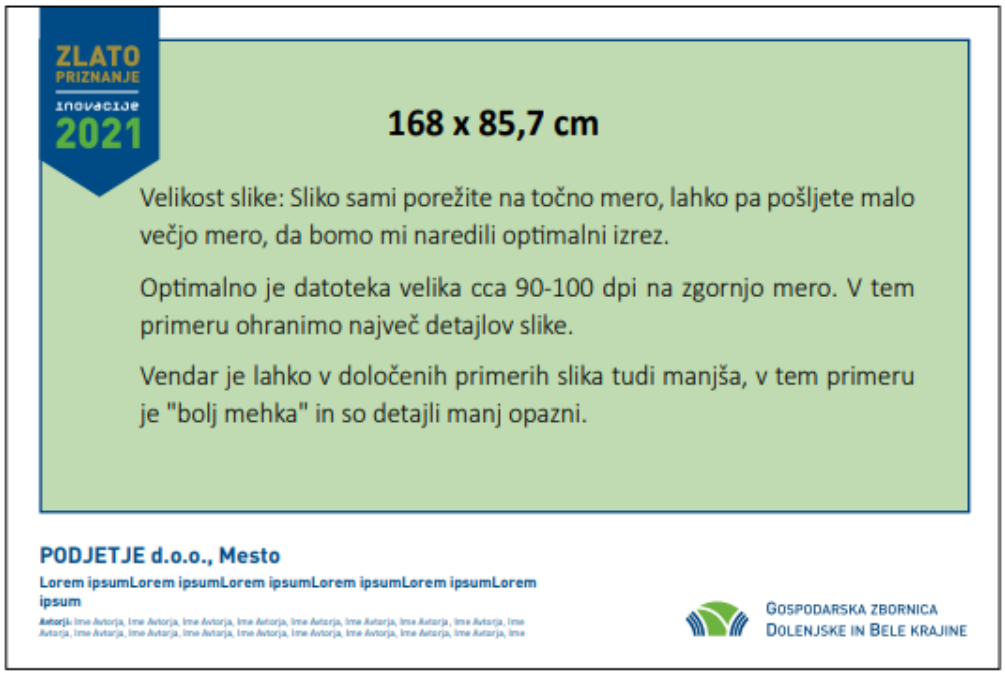
Tehnični pogoji

Vsebina panojev je v domeni GZDBK. Torej, kaj in kateri podatki so na panoju, je uniformirano. Podjetje zagotovi eno sliko (ali več, vendar je najbolje, da so ustrezno pripravljene v enovito sliko; glej primer Adria Mobil). Izogibajte se preveč besedila, tukaj so lepi primeri Krke. Ikone, infografike itd. so za razstavo bolj povedne kot teksti. Naslovi in slogani ja, dolga besedila ne.

Pozor! Značka z nagrado je vedno na istem mestu, zato je pomembno, da na sliki to že upoštevate, saj bo sicer tisti del prekrit.

Logotipov podjetij namenoma ne objavljamo. Izjemoma je lahko kakšen logotip na samih fotografijah ali produktih. Izogniti se želimo, da bi razstava postala serija jumbo plakatov, saj bi s tem razvrednotili vrednost in pomembnost inovacij.

Vsebina in vsi drugi podatki o inovacijah ter podjetjih so zajeta iz prijave na projekt in so v skladu z dogovorom ob prijavi.



180 x 120 cm

Koristi za podjetje

Razvoj inovacij in inovacijska kultura so ključen dejavnik uspešnosti podjetij. Uspešna podjetja, ne glede na velikost, se zavedajo, da inovacije predstavljajo premoženje, ki ima svojo vrednost in tako vplivajo na vrednost celotnega podjetja. Inovacije in tudi udeležba na razstavi inovacij prispevajo k rasti in ugledu podjetja, utrjevanju tržnega položaja in posledično h krepitvi pogajalske, marketinške, razvojne in finančne moči.

Primeri dobre prakse

Na panojih je omejen prostor; želimo, da je razstava zanimiva za širšo javnost. Prav zato je dobro, če podjetja za objavo na razstavi pošljejo slike, ki so več, kot le izdelek, ki je bil predmet inovacije. Gre za branding, znamčenje tako izdelka, kot podjetja.

Spodaj je nekaj primerov dobro izbranih fotografij za objavo na razstavi.