



Brand Guidelines

Version 1.3 · Oktober 2026



INDHOLD

Indhold

Guiden er delt i fire dele med ti kapitler. Hvert opslag har én pointe.

Version 1.3 · Oktober 2026. Bygger på Valiyou Brand skill v1.3.

DEL 1 · 03

Identitet

01	Intro	04
02	Logo	06

DEL 2 · 12

Farve og typografi

03	Farver	13
04	Typografi	19

DEL 3 · 22

Visuelle virkemidler

05	Gradient og frame	23
06	Billedsprog	26
07	Ikoner	34

DEL 4 · 36

Brandet i brug

08	Komponenter	37
09	Præsentationer	41
10	Navn og varemærke	42



DEL 1

Identitet

Hvem Valiyou™ er, hvordan guiden bruges, og hvordan logoet bruges rigtigt.

01	Intro	04
02	Logo	06

01 · INTRO

Hvem er Valiyou™

Valiyou™ gør opmærksomhed målbar og omsætter den til værdi. Platformen værdisætter opmærksomhed, styrer sponsorater og dokumenterer værdien over for partnere.

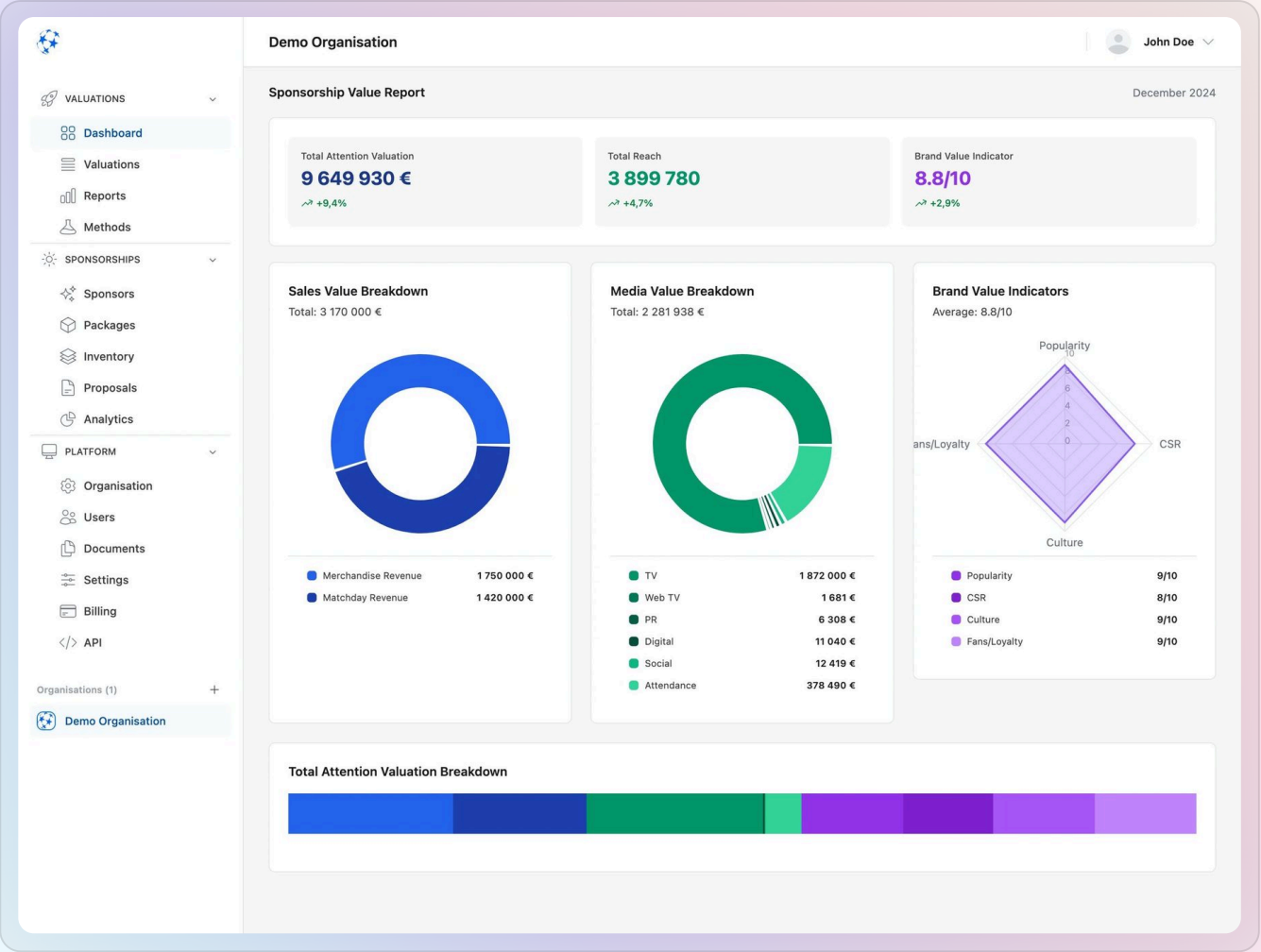
Vi henvender os til sportsklubber, influencere, nonprofitorganisationer, virksomheder (B2B), events og musikere.

OVERSKRIFT-LINJE

The All-In-One Sponsorship & Marketing Value Platform

TRE PRODUKTOMRÅDER

- Attention Valuation
- Sponsorships
- Platform Management



01 · INTRO

Sådan bruges guiden

Guiden er for alle, der laver noget med Valiyou™-brandet: præsentationer, website, salgsmateriale, sociale medier og dokumenter.

Den er bygget som et opslagsværk. Find kapitlet, læs reglen, og se eksemplet.

Logofiler, ikoner og billeder findes på brand resources-siden: **valiyou.com/brand**.

01 Skillet har forrang

Brug altid de officielle filer fra brand-pakken. Logoet tegnes aldrig om.

02 Én pointe pr. side

Hver side viser én regel og ét eksempel, så den kan bruges som opslag.

03 Gør og Undgå

Grønt ✓ viser den rigtige brug. Rødt ✗ viser fejl, vi ser i praksis.

04 I tvivl? Vælg det enkle

Lys baggrund, Color-logo og Purple som eneste accent.

02 · LOGO

Logovarianter

Color-logoet i Purple er det primære logo. Black og White bruges på farvede flader. Brug ™-versionen i markedsføring, og brug altid filerne, som de er.



Color · primært logo på hvid og lyse neutrale flader



White · på mørke og mættede farver



Black · på lyse farver som Light Blue Sky og Mint Green



Brandmark, white · alene, når logoet bliver for lille



Brandmark, black · på lyse farveflader



App-ikon, Purple · foretrukket til app, favicon og profil

02 · LOGO

Valg pr. baggrund

Vælg logoet ud fra baggrunden. Color på lyst, White på mørkt og mættet, Black på lyse farver. På den mørke brandbase kan Color bruges som et mere afdæmpet valg.



White #FFFFFF → **Color**



Band Light #F5F5F7 → **Color**



Mint Green #6EE7B7 → **Black**



Navy Blue #16153A → **White**



Midnight Blue #0A091A → **Color** (afdæmpet)



Purple #7067FC → **White**, aldrig Color

02 · LOGO

Frizone og minimumsstørrelse

Hold en frizone på mindst logoets højde (x) til alle sider, målt fra selve logofilen. Under minimumsstørrelsen skifter du til brandmark alene.



Frizone · x = logoets højde. Ingen tekst, billeder eller kanter inden for zonen.

FULDT LOGO · MIN. 4 MM (PRINT) / 16 PX (SKÆRM)



UNDER MINIMUM · BRUG BRANDMARK ALENE



Brandmark, black på lys baggrund

Minimumsstørrelse · 4 mm i print og 16 px på skærm. Mindre end det: brandmark.

02 · LOGO

Logo på covers

På de to coverbilleder bruges White- eller Color-logoet med hvid tekst. White står stærkest, Color er mere afdæmpet. Black bruges aldrig her.



White-logo · står tydeligst frem. Førstevalget på race car-coveret.



Color-logo · tone-i-tone med den lilla baggrund. Et roligere valg.

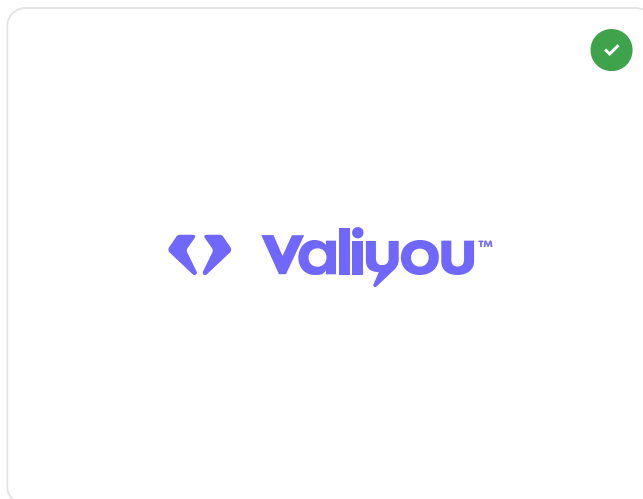
02 · LOGO

Logoet skal altid kunne læses

Logoet skal stå tydeligt mod baggrunden. Color-logoet mister kontrasten på farvede flader, og Black-logoet hører ikke hjemme på coverbillederne.

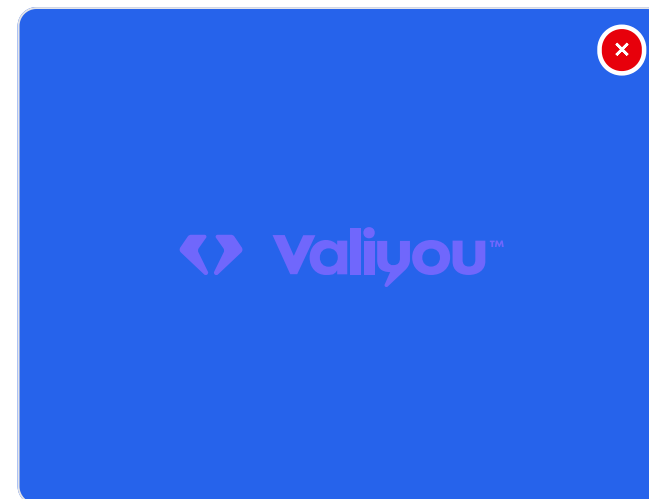
Til venstre ses den rigtige brug, til højre fejlen ved siden af.

✓ Gør



Color-logo på hvid baggrund.

✗ Undgå



Color-logo på farvede flader som Blue. Logoet mister kontrasten.

✓ Gør



White-logo på race car-coveret.

✗ Undgå



Black-logo på coverbillederne. Brug White eller Color.

02 · LOGO

Logoet ændres aldrig

Brug logofilerne, som de er. Logoet må ikke strækkes, roteres, omfarves eller fyldes med gradient.

Det gamle, kantede brandmark er udgået og bruges ikke længere.

✓ Gør



Originale proportioner, skaleret ud fra højden.

✗ Undgå



Strakt eller presset logo.

✓ Gør



Color-logoet i Purple #7067FC.

✗ Undgå



Gradient eller andre farver i logoet.



DEL 2

Farve og typografi

Purple bærer brandet. Resten af paletten og SF Pro-skriften støtter den.

03	Farver	13
04	Typografi	19

03 · FARVER

Purple er hovedfarven

Purple #7067FC er den farve, man forbinder med Valiyou™. Den bruges til primære knapper, vigtige fremhævnings og store tal.

Purple betyder altid noget positivt: det bedste, vinderen eller Valiyou selv. Den bruges aldrig til et fald, en fejl eller en konkurrent.

Tekst på Purple er hvid og kun stor eller fed.

HOVEDFARVE

Purple

#7067FC
RGB 112 103 252

Tekst: White (kun stor tekst)
Alternativ: Navy Blue #16153A (kun stor tekst)

03 · FARVER

Lys og mørk brandbase

Konteksten afgør, om det er lyst eller mørkt. Dokumenter er primært lyse, og præsentationer kan skifte mellem lyse og mørke slides. Den mørke base er den lyse spejlvendt.

LYS BASE · PRIMÆR



Purple
#7067FC
Tekst: White (stor)



Sky Blue
#A5BCFC
Tekst: Deep Navy



Light Blue Sky
#C6D5FF
Tekst: Midnight Blue

MØRK BASE · SEKUNDÆR



Navy Blue
#16153A
Tekst: White



Deep Navy
#0E0E25
Tekst: Sky Blue



Midnight Blue
#0A091A
Tekst: Light Blue Sky

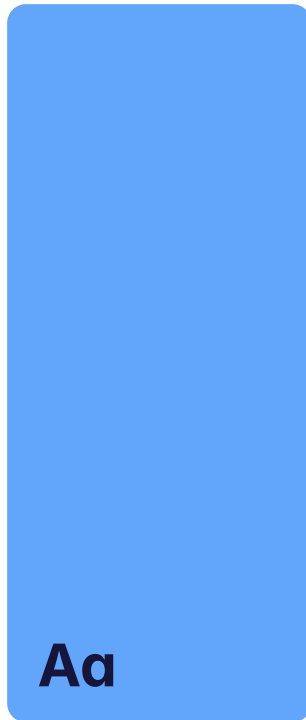
03 · FARVER

Accentfarver

Accenterne støtter Purple og bruges sparsomt til illustrationer, chips og diagrammer. På de lyse accenter er teksten mørk og aldrig hvid.



Blue
#2663EB
Tekst: White



Light Blue
#61A6FB
Tekst: Navy Blue



Mint Green
#6EE7B7
Tekst: Dark Green



Dark Green
#056146
Tekst: White



Pink
#E35CFF
Tekst: Black

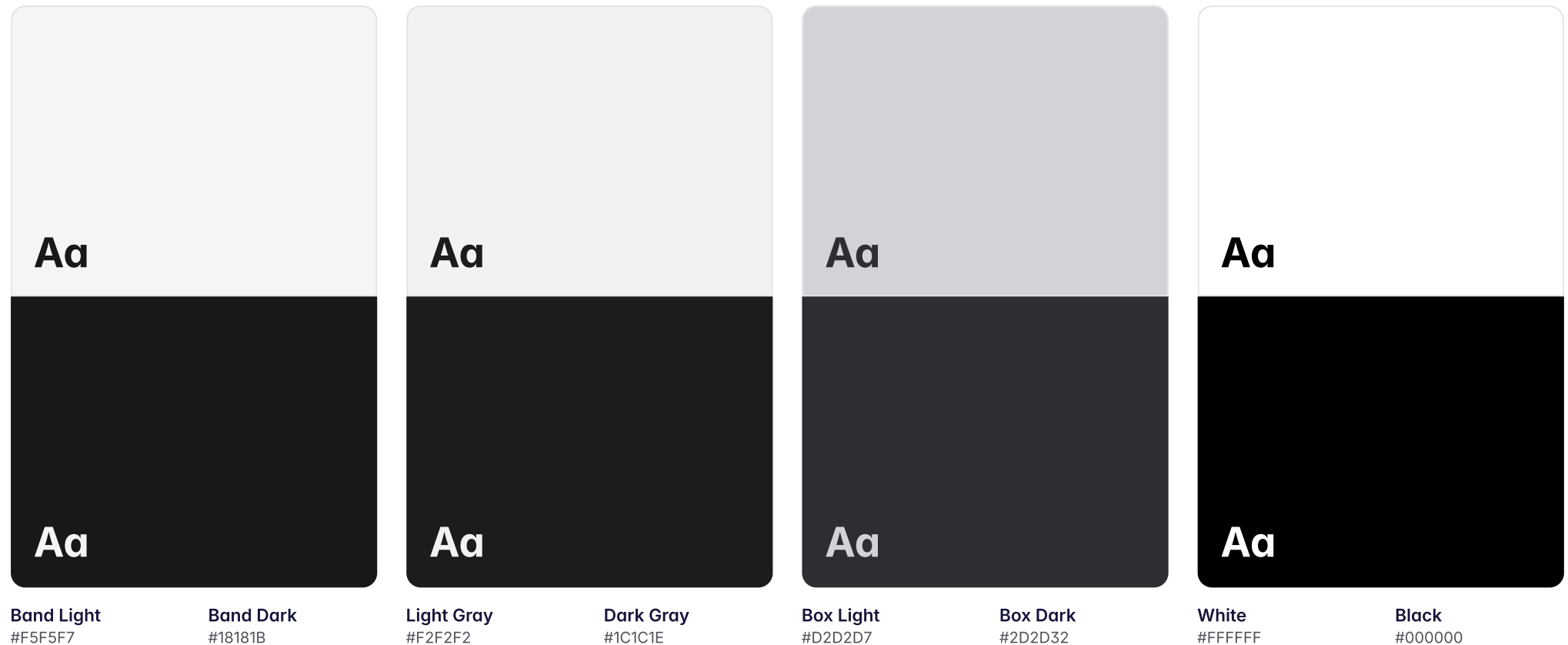


Dark Purple
#64007C
Tekst: White

03 · FARVER

Neutrale farver

Neutralerne er UI-flader og kommer i spejlvendte par. Skift parret, når der skiftes mellem lys og mørk tilstand. Til detaljer: #52525B sekundær tekst, #71717A dæmpet tekst og #E4E4E7 linjer.



03 · FARVER

Statusfarver

Statusfarverne er funktionelle og ikke brandfarver. De går fra grøn over gul og orange til rød, med blå til neutral information.

De vises, som de bruges: som prikker, chips og farvede tal. De bruges aldrig som baggrund, overskrift eller pynt.

Grøn er langt den mest brugte. Gul tekst på lys baggrund skrives i #A65F00.

STATUS	DOT CHIP	TEXT CHIP	TAL
Grøn · Positiv #3EA34B	 Godkendt	Aktiv	+9,4 %
Gul · Forsigtig #D08700	 Afventer	Til review	0,0 %
Orange · Advarsel #F54A00	 I risiko	Udløber	-2,1 %
Rød · Negativ #E7000B	 Afvist	Forfalden	-9,4 %
Blå · Information #0071E3	 Info	Ny	12 nye

03 · FARVER

Parringer og læsbarhed

Hver farve har en fast tekstfarve. Brødtekst er Navy Blue eller Dark Gray på lyst og White eller Light Blue Sky på mørkt.

Purple som tekstfarve er kun til stor eller fed tekst: titler, nøgleord og tal.

✓ Gør



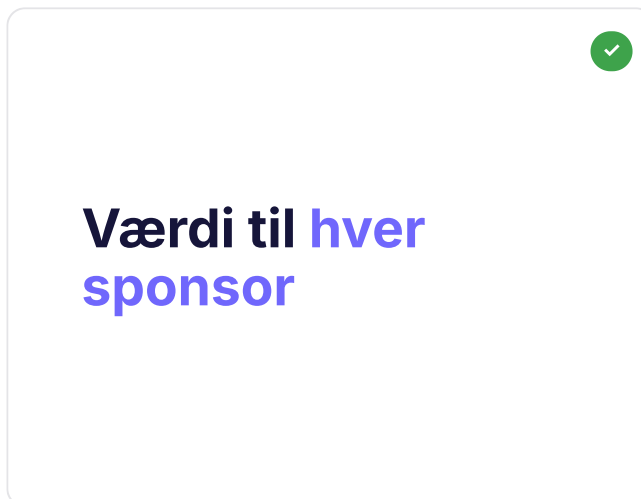
Brødtekst i Navy Blue på hvid.

✗ Undgå



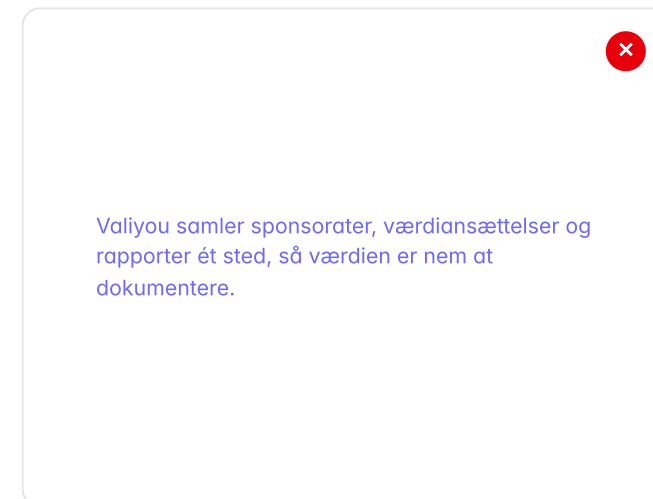
Hvid tekst på Mint Green og andre lyse accenter.

✓ Gør



Purple på nøgleordet i en stor, fed titel.

✗ Undgå



Purple som farve på lille brødtekst.

04 · TYPOGRAFI

SF Pro med Inter som fallback

Valiyou™ bruger systemskriften SF Pro. Der skal ikke indlæses en webfont.

Hvor SF Pro ikke findes, fx på Windows eller i delte PowerPoint- og Google Slides-filer, bruges **Inter** og ikke Arial.

Denne PDF er sat med fallback-skriften Inter.

```
font-family: "SF Pro Text", "SF Pro Icons",  
"Helvetica Neue", Inter, Helvetica,  
Arial, sans-serif;
```

Ad

Regular 400

Medium 500

Semibold 600

Bold 700

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå
0123456789 € kr. % → ™

Valiyou samler sponsorater, værdiansættelser og rapporter ét sted.

04 · TYPOGRAFI

Skala og vægte

Skalaen følger websitets Tailwind-størrelser.

Titler på slides og sider er altid Bold. Semibold bruges til mindre overskrifter i indholdet, fx kort- og listetitler. Brødtekst er Regular, og fremhævnninger er Medium eller Semibold.

Store titler står i Navy Blue på lyst og i White på mørkt.

Hero
text-5xl · 48 px
Bold

Titel
text-3xl · 30 px
Bold

Kort- og listetitel
text-xl-2xl · 20-24 px
Semibold

Brødtekst
text-base · 16 px
Regular

Lille tekst
text-sm · 14 px
Regular

Mikrotekst
text-xs · 12 px
Regular

Sponsorværdi i realtid

Værdien af hver sponsor

Total opmærksomhedsværdi

Valiyou samler sponsorater og rapporter ét sted.

Senest opdateret 24. okt.

Kilde: Valiyou-data

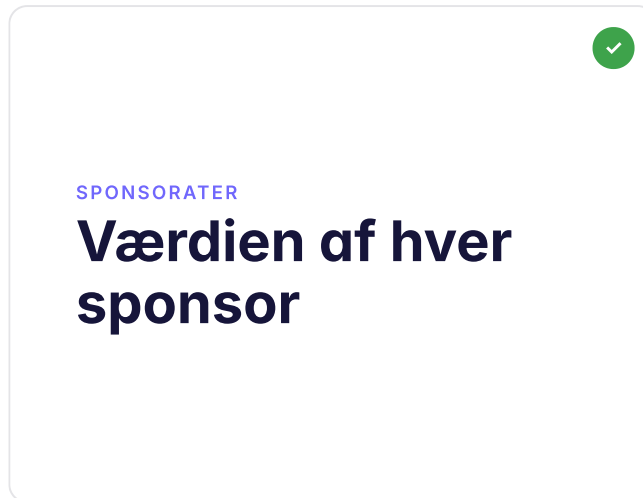
04 · TYPOGRAFI

Titler

En titel er Bold og står i én farve. En eyebrow over titlen fortæller, hvor vi er.

To-tonede titler med ét nøgleudtryk i Purple bruges til sektionsoverskrifter og særlig fremhævelse, ikke på hver side.

✓ Gør



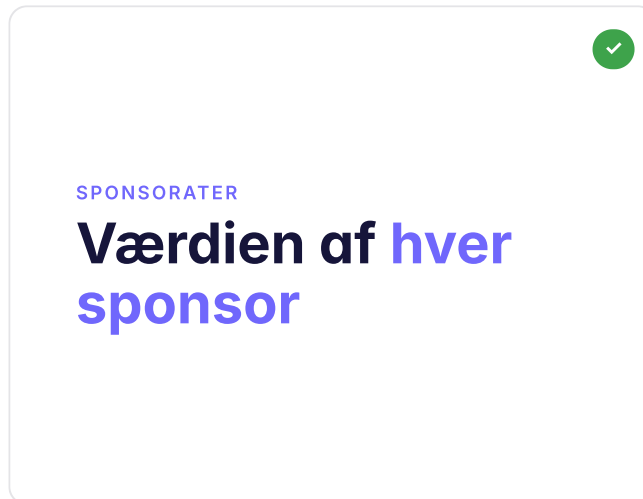
Bold titel i Navy Blue med eyebrow.

✗ Undgå



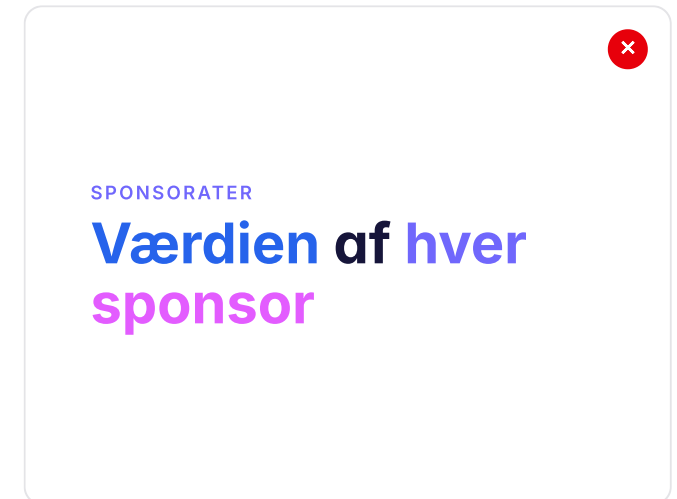
Tynde eller lette titler.

✓ Gør



Ét nøgleudtryk i Purple.

✗ Undgå



Flere farver i samme titel.

DEL 3

Visuelle virkemidler

Gradienten, billederne og ikonerne giver Valiyou™ sit udtryk. Brug dem med omtanke og én ad gangen.

05	Gradient og frame	23
06	Billedsprog	26
07	Ikoner	34



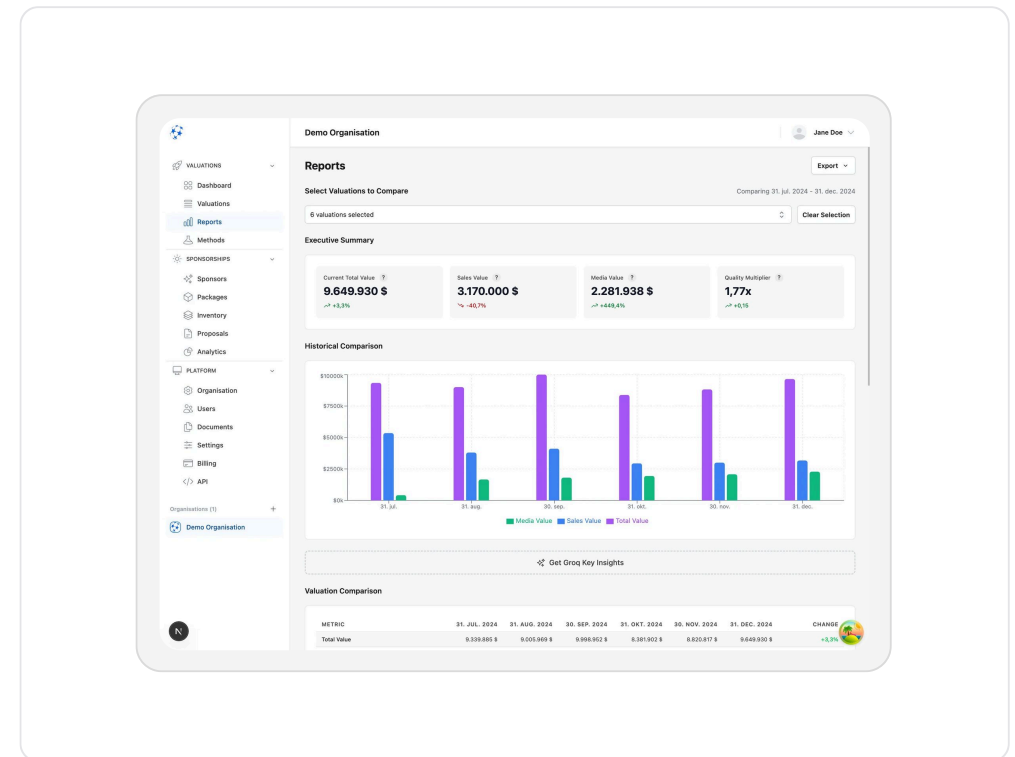
05 · GRADIENT OG FRAME

Brand gradient og transparent frame

Gradienten går fra varm sand og pink over lilla til lyseblå. Den transparente frame er en tynd, gennemsigtig ramme om indhold. De arbejder sammen, og begge er marketingvirkemidler, ikke app-UI.



```
linear-gradient(238deg, #EBD6C7, #EEA4BC 24%,
#BE88C4 48%, #9186E7 66%, #92C9F9 83%, #C7F8FF)
```

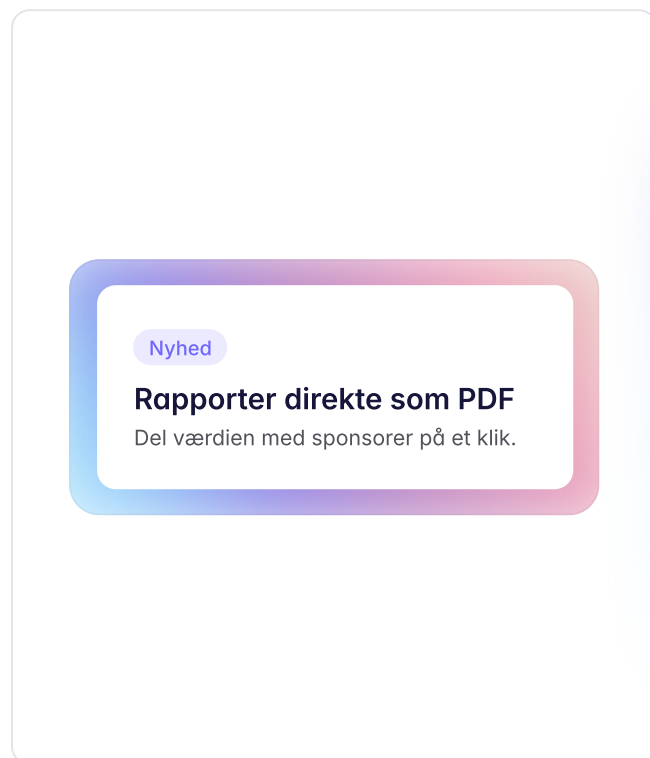


Transparent frame · radius 0,75–1 rem, baggrund rgba(24,24,27,.05), padding 0,5–1 rem og en 1 px hairline. Indholdet har en lidt mindre radius.

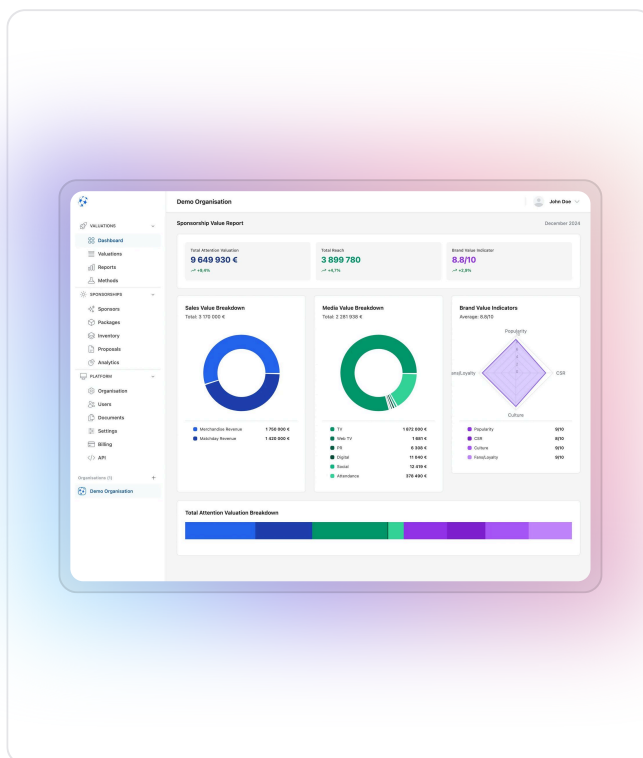
05 · GRADIENT OG FRAME

Tre måder at bruge gradienten

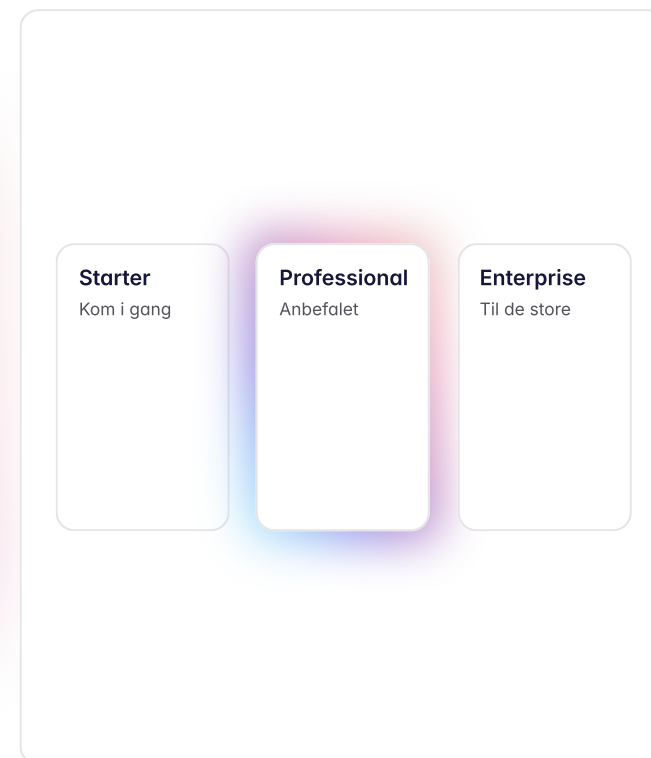
Brug ét gradientelement pr. visning, og hold baggrunden rolig: hvid, Band Light eller en lys tone. Gradienten bruges aldrig på logo eller knapper.



1 · Gradient frame · gradienten fylder rammen om et hvidt kort. Bruges til tekstbaserede fremhævelser som en nyhed eller et budskab.



2 · Gradient glow · stærkt sløret bag den transparente frame. Standard til produktbilleder og skærbilleder.



3 · Gradient highlight · glød tæt om ét kort i en række, fx den anbefalede plan. Højst ét pr. visning.

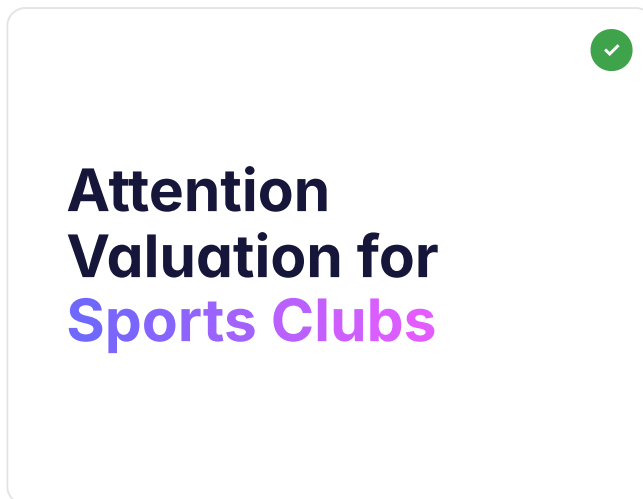
05 · GRADIENT OG FRAME

Gradient-tekst

Som teksteffekt bruges en vandret gradient fra Purple til Pink. Den bruges kun på ét nøgleord eller en kort frase i en stor titel og højst én gang pr. visning.

```
linear-gradient(90deg, #7067FC, #E35CFF)
```

✓ Gør



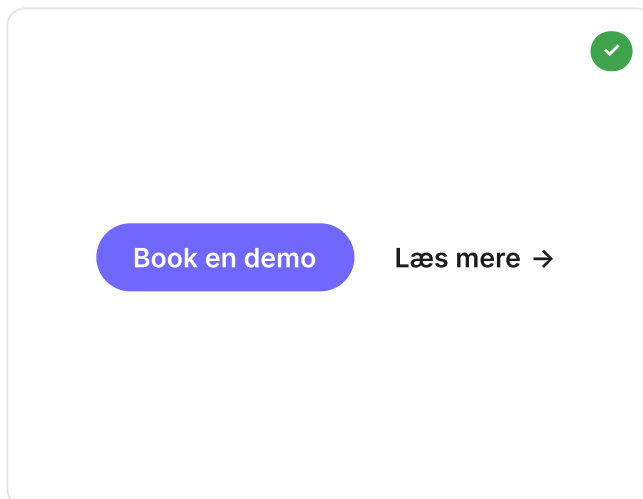
Gradient på ét nøgleudtryk i en stor titel.

✗ Undgå



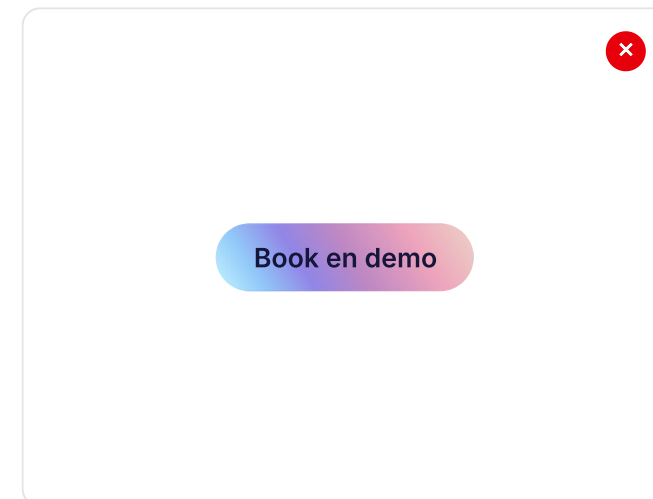
Gradient på brødtekst eller hele afsnit.

✓ Gør



Knapper i Purple uden gradient.

✗ Undgå



Gradient som fyld i knapper eller logo.

06 · BILLEDSPOG

Coverbilleder

To coverbilleder i brandets lilla. Race car er det stærkeste og skal bruges, hvor coveret skal gøre størst indtryk. Tennis er roligere og lader indholdet bære. Begge får hvid tekst.



Race car · stærkest · titlen står i den tomme lilla flade i den øverste tredjedel. Ingen tekst hen over bilen.



Tennis · rolig · teksten kan stå overalt. Venstre side er det mest naturlige sted til titlen.

06 · BILLEDSPROG

Tekst på covers

Coverbillederne beskæres, men bearbejdes ikke.
Ingen filtre, overlays eller gradient oven på billedet.

På race car står teksten over bilen, aldrig hen over karrosseri, hjul eller logoer.

✓ Gør



Kort titel i den øverste tredjedel.

✗ Undgå



Tekst hen over bilen.

✓ Gør



Tennisbilledet beskåret og urørt.

✗ Undgå

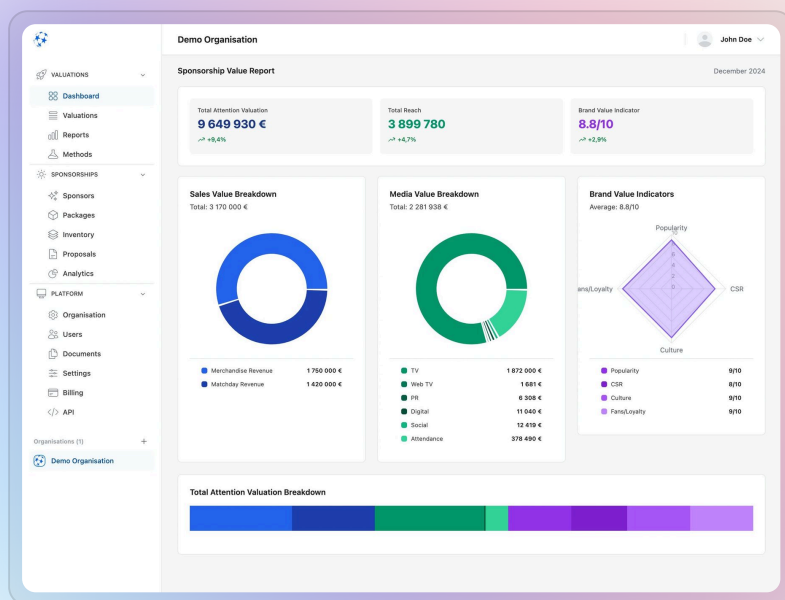


Gradient, filter eller overlay oven på coveret.

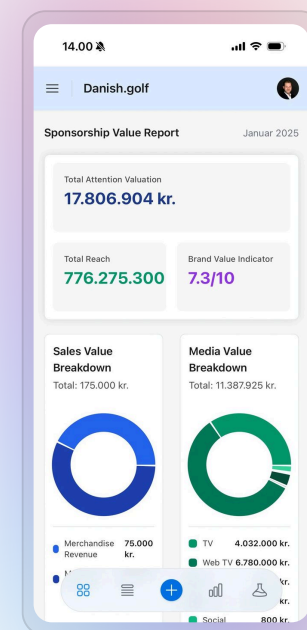
06 · BILLESPROG

Produktbilleder: Dashboard og mobilapp

Produktbillederne viser den rigtige platform. Dashboard og mobilapp bruges som standard, når der kun skal ét produktbillede med. De vises uredigerede i den transparente frame med gradient glow.



Dashboard · standard til forsider, hero-sektioner og intro-slides.



Mobilapp · når produktet skal vises på telefonen.

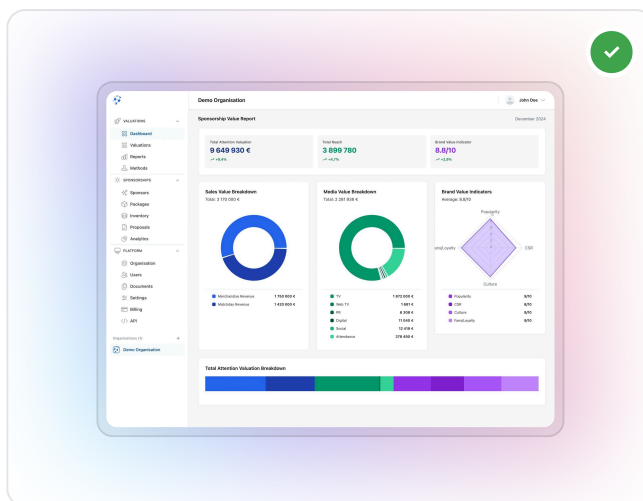
06 · BILLEDSPROG

Lyst på lyst, mørkt på mørkt

Alle produktskærme findes i en lys og en mørk version. Vælg den, der matcher siden.

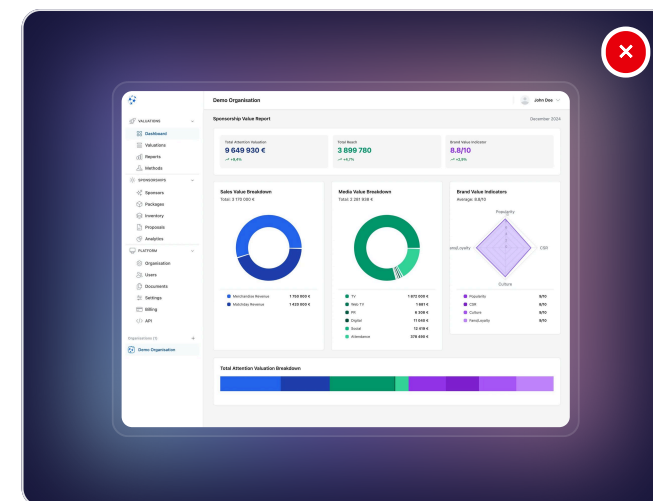
Billederne bruges, som de er. Data i dem må ikke ændres, og de må ikke få billedtekster med tal eller kundenavne, som ikke står i skærbilledet.

✓ Gør



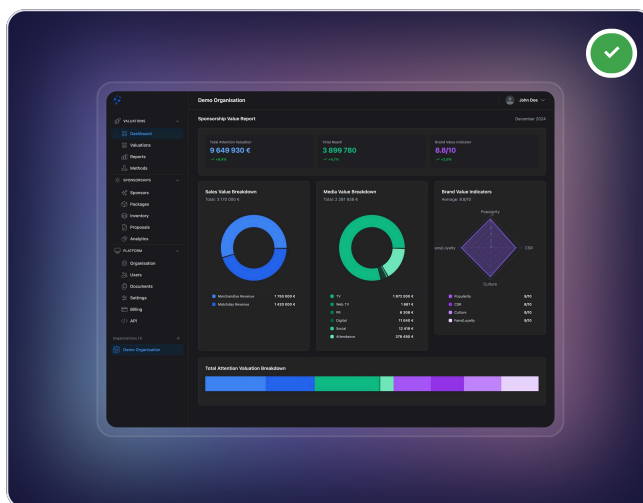
Lyst skærbillede på lys side.

✗ Undgå



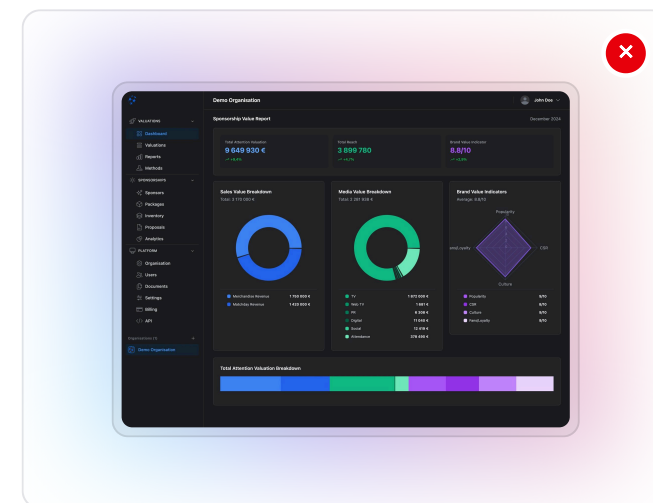
Lyst skærbillede på mørk baggrund.

✓ Gør



Mørkt skærbillede på mørk side.

✗ Undgå



Mørkt skærbillede på lys baggrund.

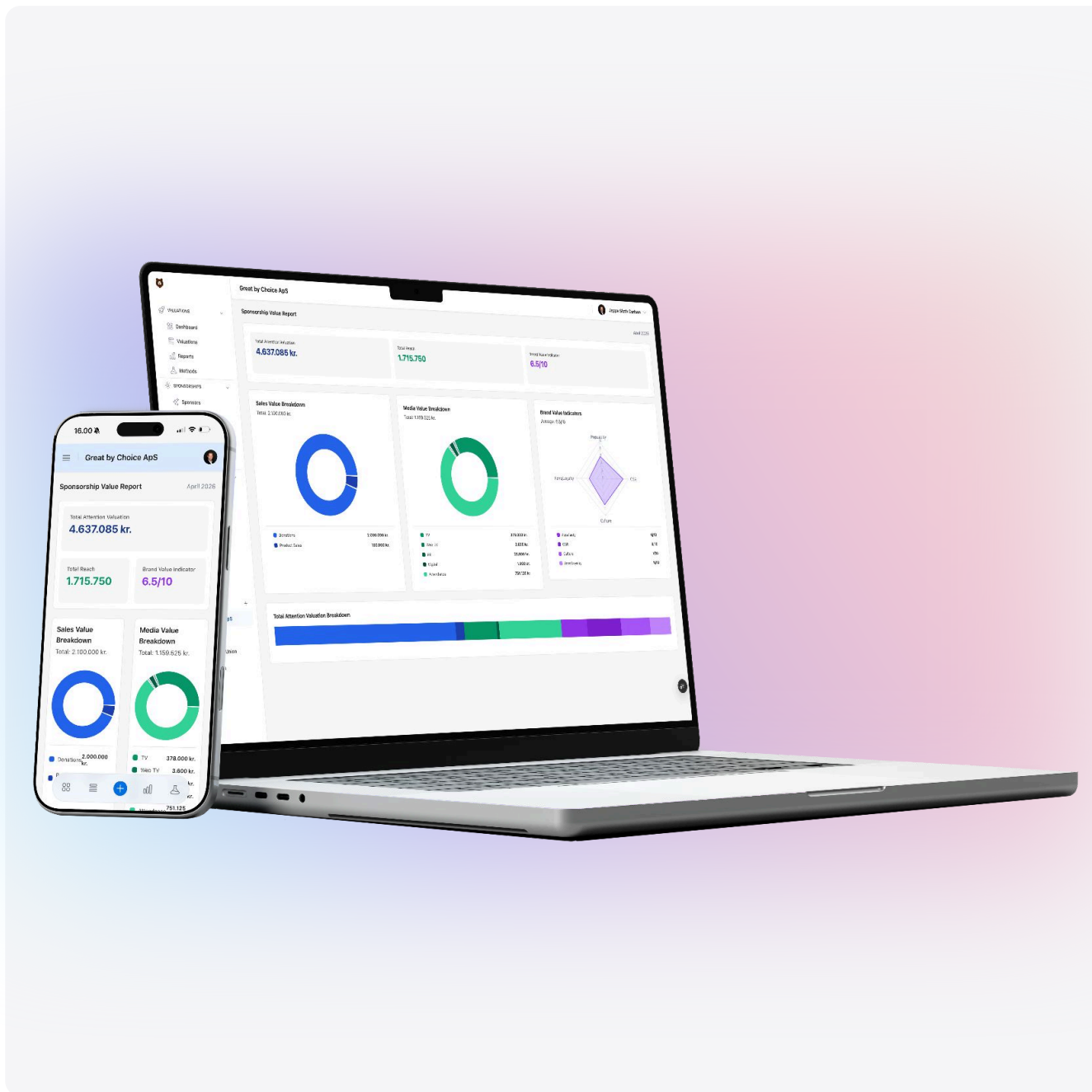
06 · BILLEDSPORG

Device-mockup

Når produktet skal vises på flere enheder, bruges mockuppen med laptop og telefon.

Den placeres på en rolig baggrund, gerne med gradient glow bag, og må gå ud over kanten.

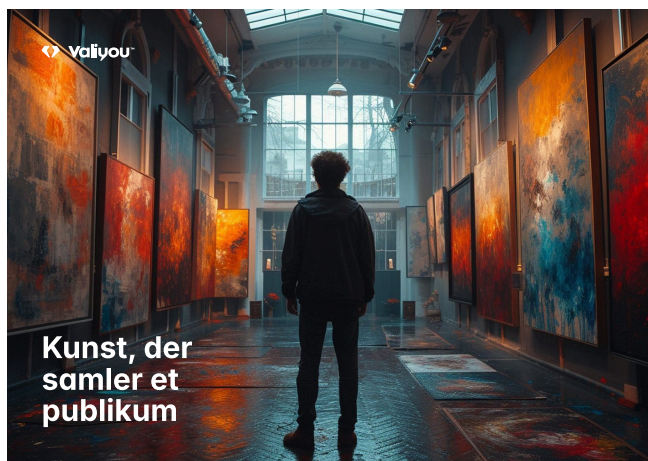
Til én skærm bruges produktbilledet i den transparente frame. Byg ikke dine egne browservindue-mockups.



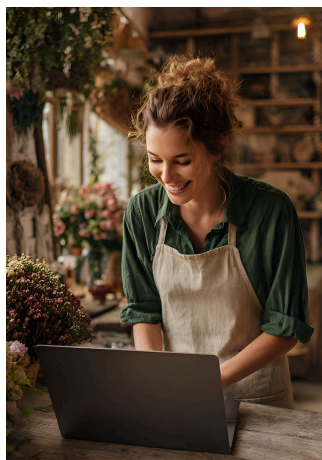
06 · BILLEDSPROG

Mood images i brug

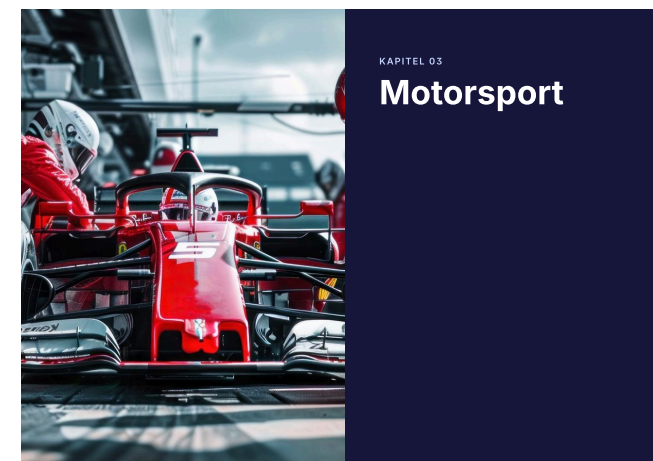
Mood images sætter scenen og viser vores kunders verden. De bruges stort og med en klar opgave, aldrig som små pyntebilleder eller collage. Vælg billedet efter det segment, materialet er til.



Fuld baggrund med tekst · teksten står på en rolig flade i billedet. Hvid tekst på mørke billeder og ingen overlay.



50/50-split · billedet fylder den ene halvdel og går ud over kanten. Motivet er centreret i sin halvdel.



Sektionsåbner · ét billede pr. sektion med eyebrow og en kort titel.

ÉT BILLEDE PR. SEGMENT



Sports Clubs

Fodbold, golf, ridning, motorsport, esport, trailløb



Businesses

Forslag, der gennemgås, og selvstændige i arbejde



Influencers

Content creators, selfies og kreative arbejdsrum



Events

Udstillinger og ferniseringer



Musicians

Livekoncerter og jazzscener



Nonprofits

Frivillige, donationer og portrætter

06 · BILLEDSPROG

Mood images er ikke kunder

Mood images viser stemning, ikke produktet. Personerne på billederne præsenteres aldrig som brugere, kunder eller cases.

Billederne beskæres frit, men farves ikke om og får ingen filtre, overlays eller gradient.

✓ Gør



Billedet urørt, hvid tekst på en rolig flade.

✗ Undgå



Navy- eller farve-overlay over billedet.

✓ Gør



Billedet som stemning for segmentet.

✗ Undgå



Citat eller navn, der får personen til at ligne en kunde.

06 · BILLEDSPROG

Founders

Kun de tre founders vises med foto. De vises som tre lige store kort i fast rækkefølge og med samme beskæring. Fotos bruges kun i team-, om os-, investor- og pressesammenhænge.



Mads Linnebjerg
Co-founder & CEO



Jeppe Sloth Carlsen
Co-founder & CTO



Mads Trondhjem Haakansson
Co-founder & CD

KUN I TEKST

Søren Meiling
Bestyrelsesformand

**Kenneth Cortsen, Flemming Astrup,
Katja Grothe-Eberhardt**
Advisory board

Andre end de tre founders nævnes med navn og rolle, men vises aldrig med foto. Tjek valiyou.com/company, hvis du er i tvivl.

07 · IKONER

App-ikoner

Alle ikoner er Heroicons v2 outline. I appen bruges 0,5 px streg. Hvert produktområde har ét fast ikon, som altid bruges til netop det område og aldrig til andet.

	Valuations	rocket-launch		Sponsorships	sun		Platform	computer-desktop
	Dashboard	squares-2x2		Sponsors	sparkles		Organisation	cog-6-tooth
	Valuations	bars-4		Packages	cube		Users	users
	Reports	chart-bar		Inventory	square-3-stack-3d		Documents	document-duplicate
	Methods	beaker		Proposals	document-text		Settings	adjustments-horizontal
				Analytics	chart-pie		Billing	credit-card
							Plugins	puzzle-piece
							API / MCP	code-bracket

07 · IKONER

Marketingikoner

Website, slides og andet marketingmateriale bruger et bredere ikonsæt med 1 px streg.

Hvornår hvilke? Marketingikoner bruges, når vi taler om tilbuddet og målgrupperne. App-ikoner bruges, når appen selv vises eller forklares. De to sæt blandes aldrig i samme visning.

I marketing er Attention Valuation altid *megaphone*, mens appen bruger *rocket-launch*. Vis ikke et produktområde og en målgruppe med samme ikon side om side.

PRODUKTOMRÅDER



Attention Valuation
megaphone



Sponsorships
heart



Platform Management
adjustments-horizontal

MÅLGRUPPER



Sports Clubs
user-group



Influencers
megaphone



Nonprofits
heart



Businesses (B2B)
building-office



Events
calendar



Musicians
musical-note



DEL 4

Brandet i brug

Knapper, chips, paneler, diagrammer og slides.

Byggeklodserne, der får brandet til at fungere i hverdagen.

08	Komponenter	37
09	Præsentationer	41
10	Navn og varemærke	42

08 · KOMPONENTER

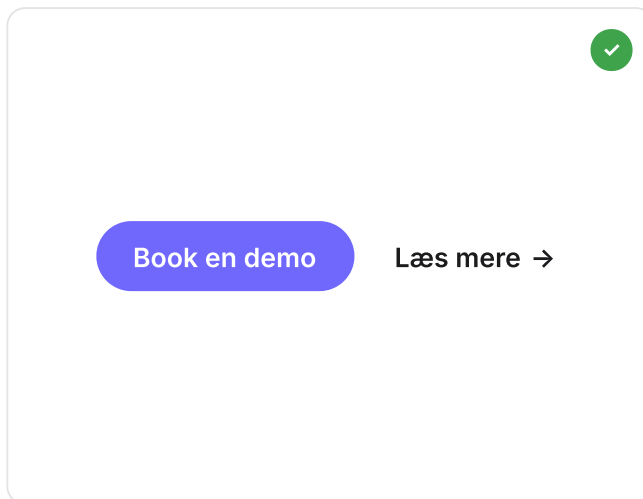
Knapper

Til en call to action bruges højst én primær og én sekundær knap, og den primære står først.

Primær: en Purple pille med hvid Semibold-tekst, ens på lys og mørk baggrund.

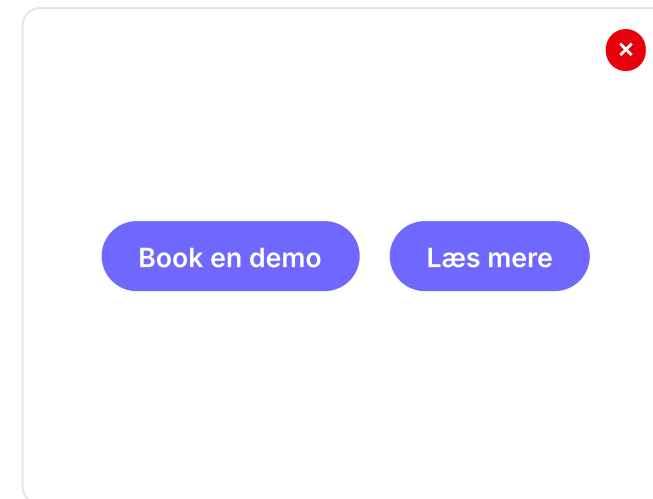
Sekundær: et tekstlink med pil →, uden baggrund og kant.

✓ Gør



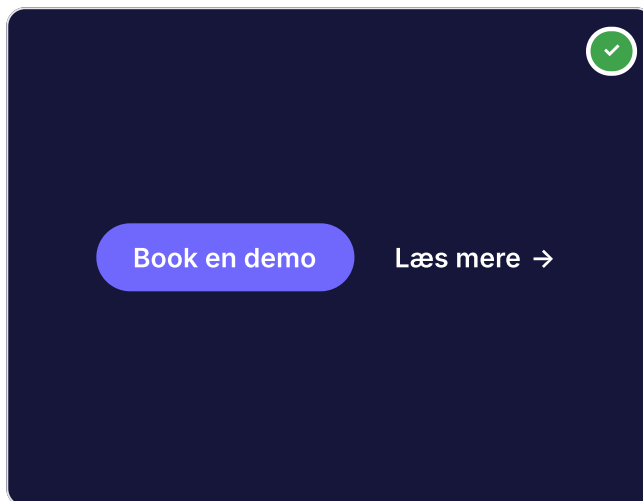
Én primær og én sekundær knap.

✗ Undgå



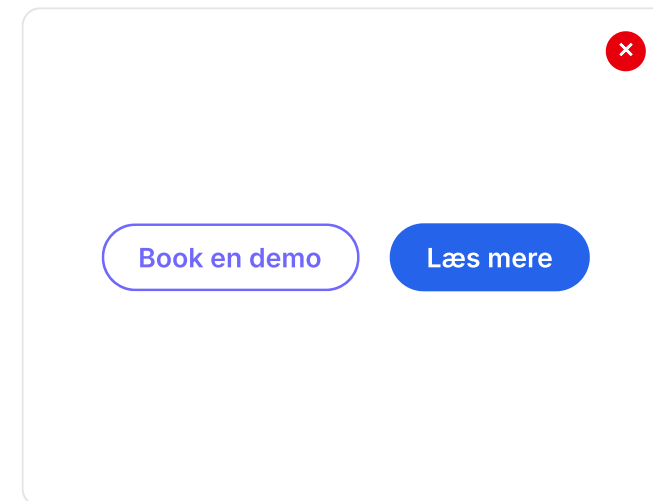
To primære knapper i samme visning.

✓ Gør



På mørk baggrund er den sekundære hvid.

✗ Undgå

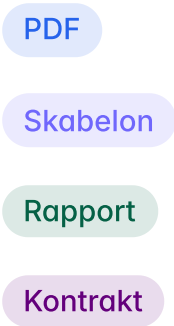


Outlinet primær eller andre farver.

08 · KOMPONENTER

Chips

Appen bruger præcis to chip-typer, begge bygget af én farve: en fast tone til tekst eller prik og en let, transparent tone bag. Kategorier bruger accentfarver, og status bruger statusfarver.



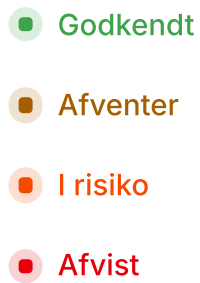
PDF

Skabelon

Rapport

Kontrakt

Text chip · standard · tekst i fast farve på en pilleformet tone (ca. 14 %). Til typer, kategorier og tags.



Godkendt

Afventer

I risiko

Afvist

Dot chip · status · transparent cirkel med fast prik og tekst i samme farve. Ingen baggrund. Til tilstande i lister og tabeller.

08 · KOMPONENTER

Bleed panel

Et stort, afrundet panel bag en tekstblok, fx en nummereret liste ved siden af en titel.

Panelet går ud over sidekanten, og kun de indre hjørner er runde. Det har luft til top og bund og fylder halvdelen af bredden (50/50).

Fyldet er Navy Blue med hvid tekst, Light Blue Sky til sekundær tekst og Purple til tal. På mørke slides bruges et lyst panel i Band Light.

PLATFORMEN

**Tre
produktområder.
Én platform.**

01 Attention Valuation

Værdisæt opmærksomhed på tværs af kanaler.

02 Sponsorships

Styr sponsorer, pakker og inventar.

03 Platform Management

Brugere, dokumenter og indstillinger.

08 · KOMPONENTER

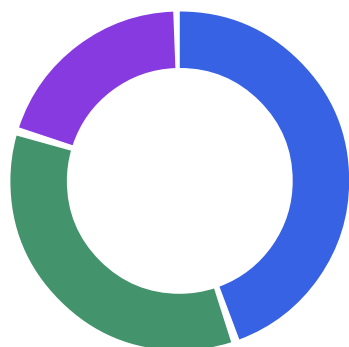
Diagrammer

Diagrammer står i hvide kort med tynd kant og runde hjørner.

Værdiansættelsesdata har faste farvefamilier: Sales er blå, Media grøn og Brand lilla. Andre diagrammer starter med Purple, og Purple betyder altid det positive.

Total opmærksomhedsværdi

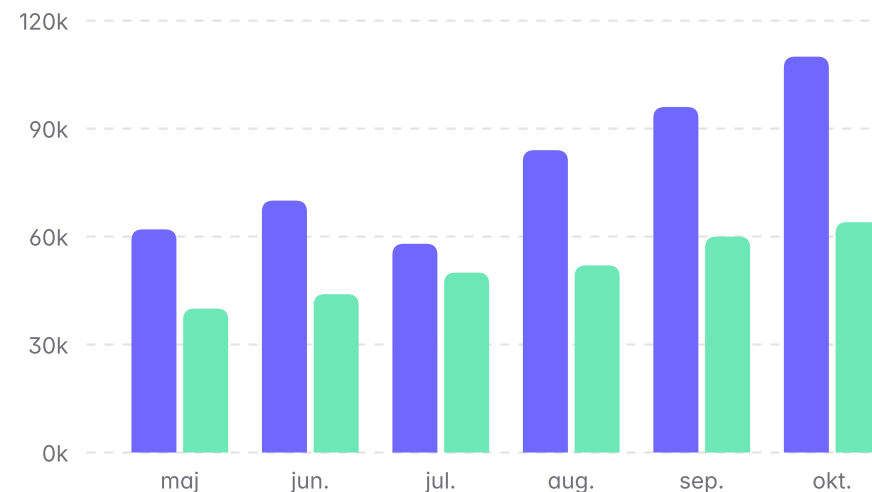
Total: 325.000 kr.



■ Sales	146.250 kr.
■ Media	113.750 kr.
■ Brand	65.000 kr.

Sponsorater over tid

Eksempeldata · 1.400k kr i alt

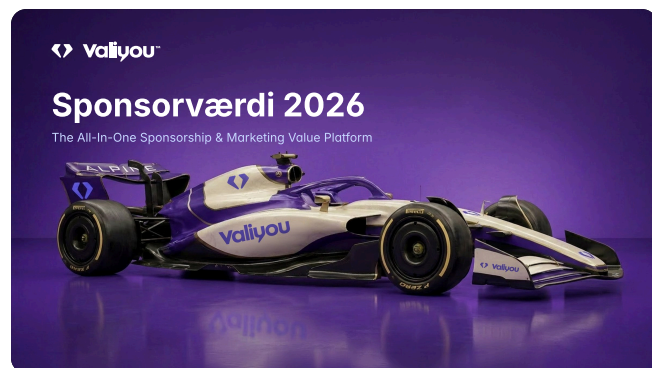


■ Nye sponsorater ■ Fornyelser

09 · PRÆSENTATIONER

Eksempelslides

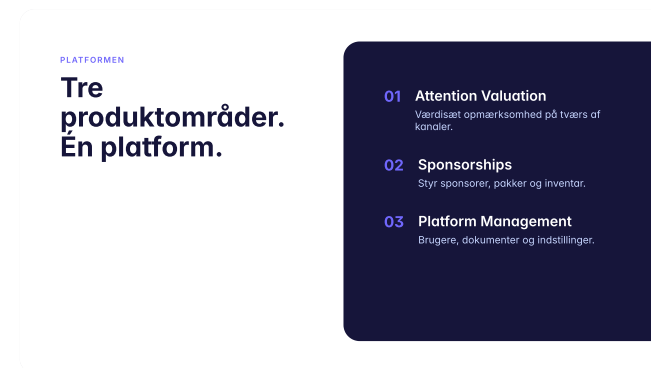
Decks kan skifte mellem lyse og mørke slides i en fast rytme, med mørkt til nøglebudskaber og sektionsskift. Mønstrene bruges, hvor de passer, og ikke på hver slide.



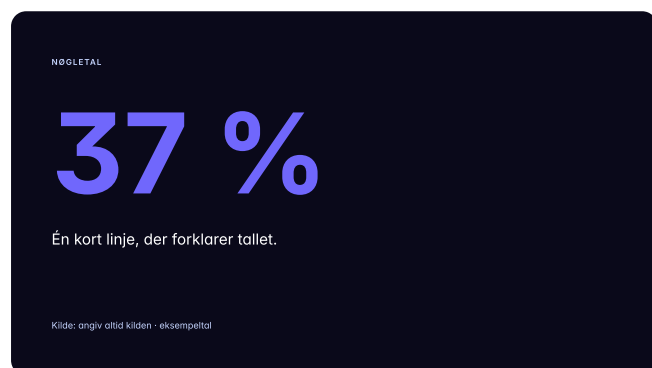
Cover · race car, White-logo, titel i den øverste tredjedel.



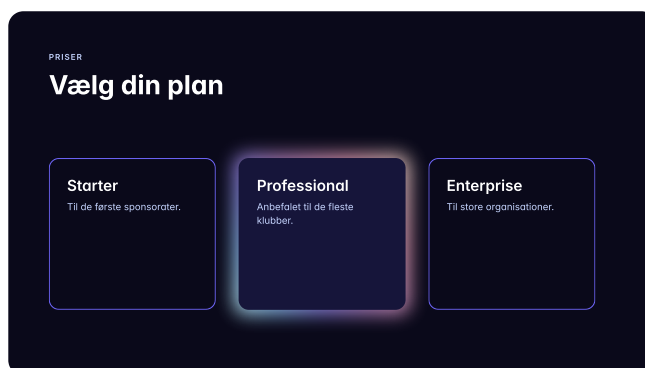
Lys intro · eyebrow, Bold titel, Dashboard med glow.



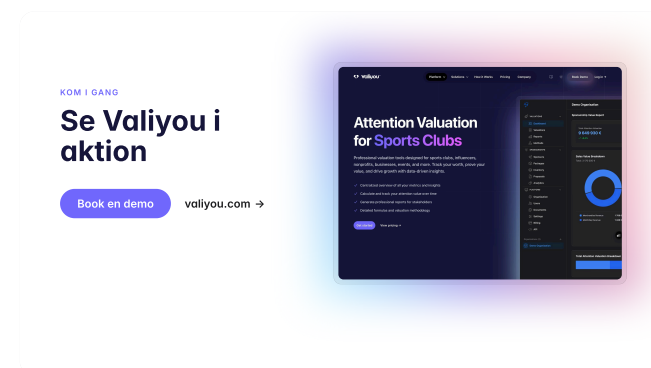
Nummererede punkter · i bleed panel, 50/50.



Stort tal · ét tal i Purple med kontekst og kilde.



Outlinede kort · kun på mørke slides, ét kort med highlight.



Afslutning · én primær knap og website i frame.

10 · NAVN OG VAREMÆRKE

Navnet Valiyou™

Skriv **Valiyou™**, når virksomheden eller produktet omtales i tekst. Sæt aldrig genitiv på varemærket.

Juridisk navn i footers og kontrakter: Valiyou ApS, CVR 44596180.

Produktområder: Attention Valuation, Sponsorships og Platform Management. Planer: Starter, Professional og Enterprise.

✓ Gør

**Valiyou™ samler alle
sponsorater ét sted.**

Varemærket i løbende tekst.

✗ Undgå

**Valiyou™'s platform
samler alt.**

Genitiv på varemærket.

✓ Gør

**Valiyou's platform samler
alt.**

Genitiv uden ™.

✗ Undgå

**VALIYOU · ValiYou ·
Valiyou.com**

Andre stavemåder eller domænet som navn.

10 · NAVN OG VAREMÆRKE

Overskrift-linje og catchphrases

Valiyou™ har ikke noget fast slogan. Disse linjer er i brug og skrives altid på engelsk, præcis som her.

Brug højst én af dem pr. materiale, kombinér dem ikke, og præsentér dem ikke som et officielt slogan.

Nye taglines er velkomne som forslag, men markeres som forslag, indtil de er godkendt.

OVERSKRIFT-LINJE

The All-In-One Sponsorship & Marketing Value Platform

Hvor tilbuddet skal siges på én linje: website-hero, undertitel på cover, intro-slides og profildekster.

CATCHPHRASE

Where Attention Becomes Value

Afslutningsslide, sektionsåbner eller hero, hvor en mere stemningsfuld linje passer.

CATCHPHRASE

Turns data into clarity, and clarity into value.

Samme brug som ovenfor. Vælg den ene eller den anden.



valiyou.com

