## Neabsorbujeme proměnlivé trendy, potřebovali jsme systém. SiteOne představuje novou vizuální identitu od Studia Najbrt

**Praha, 1. 7. 2022**

**Technologická firma SiteOne se po 20 letech existence rozhodla od základu změnit vzhled brandu. Aby nová vizuální identita přesně vystihovala změny, ke kterým odborník na digitální transformaci dospěl, přizvala si ke spolupráci** [**Studio Najbrt.**](https://www.najbrt.cz) **Bylo potřeba provést kompletní kreativní destrukci a cesta k tomu byla atypická. Vznikl brand, pro který je synonymem funkčnost a nezaměnitelnost.**

*„Systém založený na výrazné číslici jedna (One), kterou doplňuje jednoduché tvarosloví založené na čtverci (Site) – metafoře pixelu jako počátku budování digitálních projektů.
Z toho se pak odvíjejí další značky firemních produktů, které získávají vlastní identitu a podporují vizuální styl celé společnosti. Slovo One se stává středobodem celkové komunikace, nabízející velké množství kombinací a krátkých sdělení.“ (citace Studia Najbrt)*

Společnost SiteOne se zabývá digitální transformací. Pod vedením [Jana Bezděka](https://www.linkedin.com/in/janbezdek/) se podílí na tvorbě, správě a digitální péči o robustní řešení pro prémiové klienty, mezi které patří J&T INVESTIČNÍ SPOLEČNOST, E.ON, EUC, Home Credit, Air Bank, J&T Banka, Blue Style, iWatt a mnoho dalších velkých hráčů na trhu. Nová vizuální identita jako celek měla perfektně vystihnout posádku brandu, zároveň převést do vizuální podoby digitální odvětví a způsob spolupráce s klienty. SiteOne proto musela definitivně pohřbít staré logo a dala si za cíl vytvořit systém.

### Perfektně připravené zadání = půl práce

Splnění nelehkého zadání se pod odbornou záštitou Aleše Najbrta ujal designer [Michael Dolejš](https://www.linkedin.com/in/michaeldolejs/), pod kterého ve studiu spadají digitální projekty, zabývá se designem webů a aplikací. *“Prostředí SiteOne je pro mě dobře známé. Navíc brandy jako tento nerebrandují každý den, takže spolupráce pro mě byla příležitostí. Když už se do toho společnosti pak pustí, může to přepadnout do konzervativnosti, nebo naopak odvážnosti, což je cesta, kterou šla SiteOne,”* připojuje za sebe Michael.

*“Studiu Najbrt jsme prošlapali cestu perfektně připraveným zadáním, které připravila naše Marketing Managerka* [*Petra Páleníková*](https://www.linkedin.com/in/palenikovapetra/)*. Museli z něj pochopit, že nám nejde o přehnanou estetiku. Šlo nám o princip, o systém, který bude fungovat dlouhodobě. Muselo z něj být jasné, že neabsorbujeme proměnlivé trendy a že nám jde o jednoduchý design, který můžeme rozvíjet,”* říká k procesu vzniku nového brandu Head Of Design SiteOne [Tomáš Procházka](https://www.linkedin.com/in/tom%C3%A1%C5%A1-proch%C3%A1zka-004430189/).

*“Cesta rebrandingu byla odvážná a trnitá a jsem opravdu šťastný, že jsme to dotáhli do úspěšného konce,”* oddychuje si Jan Bezděk, CEO SiteOne. Návštěva u Najbrtů kvůli první prezentaci návrhů začala rozpačitě, následně ale překonala očekávání na obou stranách. *“Očekával jsem revoluci. Návrhy, které nám představovali, byly skvělé, zajímavé, ale pořád jsem chtěl něco, co od Najbrtů prostě člověk očekává,”* přiznává Tomáš.

*“A na závěr to přišlo. Odprezentovali 6 návrhů, u kterých mi pořád něco chybělo, ale u 7. jsem si řekl: ‚Konečně je to tu!‘ Pak je Honza jednotlivě rozebral, zhodnotil a dali jsme se na odchod. Ale stačila cesta k vratům, aby bylo rozhodnuto. Ptal jsem co Honzy, co víc by chtěl. Hned nato jsme se otočili, běželi zpátky a už na schodech křičeli: ‚Bereme poslední!‘ A takhle by to mělo fungovat,”* myslí si Tomáš.

### Když brand nevyvolává emoce, je o ničem

Narozdíl od všeobecně zažitého omylu, že člověk je tvor rozhodující na racionální úrovni, opak je pravdou. Daniel Kahneman v knize Thinking, Fast and Slow na základě průzkumů vysvětluje, že hlavním pohonem lidského chování jsou emoce. A neurovědci s ním souhlasí. S přihlédnutím k tomu, že většina lidských rozhodnutí je iracionální a dochází k nim aktivací emocionálního centra mozku, je důležité na to pamatovat i u tvorby brandu.

*“Když značka nevyvolává žádné emoce, je o ničem! U jednoho klienta mě nazývali bláznivým motorkářem a mě to na začátku trochu bolelo. Říkal jsem si, že snad nejsem takový blázen, pak jsem si ale uvědomil, že SiteOne musí vyvolávat emoce. A je jedno, jestli skrz nějakou postavu ve firmě nebo prostřednictvím naší značky,”* doplňuje CEO SiteOne.

Brand má ale kromě toho, že musí zaujmout, další důležitý úkol, a to dlouhodobě vystihovat hodnoty společnosti. *“Někdo může zmiňovat nevýhodu nové identity v tom, že je vizuálně jednoduchá. Jenže to zároveň znamená, že je postavená na skvělých základech, a to je přesně to, co jsme potřebovali — něco, co nebude okázalé, ale co bude funkční. To je směr, kterým jdeme,”* vysvětluje Tomáš. *“SiteOne se inspiruje stylem architektury, protože architektura má nakonec nejvíce společného s digitálním designem, konkrétně funkcionalismem, protože ten je pro naše účely naprosto dokonalý.”*

Od roku 2020 se SiteOne naplno zaměřuje i na oblast interních vylepšení, marketingu a komunikace. Pod taktovkou [Petry Páleníkové](https://www.linkedin.com/in/palenikovapetra/) v tandemu s Janem Bezděkem vznikla ucelená a dlouhodobě udržitelná marketingová strategie, která vytyčuje nové cíle s jasnou misí: Být pro klienty vždy empatickým partnerem, špičkovým odborníkem, rádcem, mentorem a průvodcem. O klienty SiteOne pečuje tak, že se cítí bezpečně, a to i v dynamickém digitálním prostředí.

Nová identita je tedy na světě a připravena pro všechny interní a externí potřeby. Ponechává si zároveň určitou hravost, proměnu a nekonečný posun kupředu, který je pro oblast digitálu typickým.

Značka SiteOne

Pixel jako metafora pro základní prvek celého digitálního prostředí

Drzá jednička jako odvážnost SiteOne

Písmo: Inter Family

Základní barvy: černá, bílá, šedá

Schopnost značky převzít barevnost klientů

Merch vytvořený na míru společnosti

Merkantil v jednotném vizuálním stylu

Pattern z číslice jedna i v kombinaci se značkami produktů

Autor: redakce SiteOne

Kontaktní osoba: pavla.gabrhelikova@siteone.cz

O společnosti SiteOne:

Společnost SiteOne na trhu působí od roku 2001. Její zakladatel a vlastník Jan Bezděk patří mezi české přední experty na digitální transformaci. SiteOne je vysoce odborným dodavatelem digitálních řešení.

Klientům SiteOne poskytuje prémiové služby v oblast UX a webdesignu, brandingu a developmentu s nadstandardní následnou péči o dodané projekty. Pro klienty je stabilním partnerem, ale i mentorem a průvodcem v digitálním prostředí.