

# HB Reavis predstavuje novú identitu značky. Odzrkadľuje prozákaznícku firemnú stratégiu



Author: HB Reavis | Published: 09.05.2017

Medzinárodný developer HB Reavis predstavil svoju novú korporátnu identitu. Tá odzrkadľuje stratégiu a filozofiu spoločnosti. HB Reavis sa zameriava na unikátne prozákaznícke riešenia projektov, ktoré podnecujú produktivitu, poskytujú komfort a celkovo vytvárajú inovatívne a príjemné užívateľské prostredie pre klientov aj širokú komunitu.

Spoločnosť HB Reavis vyrástla od roku 1993 z malého slovenského developera na silného európskeho hráča v oblasti výstavby kancelárskych a obchodných priestorov. V súčasnosti pôsobí nielen na stredoeurópskom trhu, ale aj vo Veľkej Británii a v Turecku, pričom súčasne aktívne pracuje na 21 projektoch. Ruka v ruke s pozoruhodným rastom vznikla potreba úpravy korporátnej identity tak, aby odzrkadľovala stratégiu, víziu a hodnoty, ktorými sa spoločnosť riadi.

HB Reavis, v úzkej spolupráci s londýnskou kreatívnou agentúrou Sectorlight, citlivo posúva svoju identitu. Tá kladie dôraz na dynamiku a emócie, ktoré developer vnáša aj do svojich projektov. Prostredníctvom novej identity sa chce priblížiť existujúcemu, ako aj novému publiku cez tradičné aj netradičné komunikačné kanály.

Oblé tvary nového loga približujú HB Reavis ako ľudskú, priateľskú a na zákazníka orientovanú spoločnosť, ktorá ponúka inovatívne developerské riešenia v spolupráci s renomovanými svetovými štúdiami. Pri svojich projektoch koncepčne zohľadňuje nielen potreby ľudí, pre ktorých stavby realizuje, ale aj potreby komunity a širšieho okolia. Mäkké farby v gradiente a živá paleta zobrazujú zanietenie tímu HB Reavis pre prácu, ktoré je priam nákazlivé pre všetkých partnerov. Umožňuje prebudiť predstavivosť pri kreovaní projektov. Nadšenie pre prácu a túžba objavovať nové veci sa prejavuje nielen vo farbách, ale aj v kombinácii dvoch organických tvarov, ktoré dotvárajú nové logo spoločnosti.

V súvislosti s touto novinkou Pavel Trenka, CEO HB Reavis Group, povedal: „Sme nadšení, že môžeme svetu ukázať náš nový brand. Ten dokonalo odzrkadľuje našu stratégiu aj aktivity zamerané na posúvanie hraníc moderných kancelárskych priestorov, ktorými určujeme trendy v segmente. Z diskusií s klientmi a partnermi nám bolo jasné, že potrebujeme jasnejšie ukázať, akí naozaj sme. Z viacerých atribútov značky, ktoré prezentujeme, je jednoznačne v popredí orientácia na človeka, zanietenosť a inovatívnosť. Chcem poďakovať agentúre Sectorlight, ktorá toto zachytila práve výberom mäkkých farieb, organických tvarov a zmenou logo marku. Veríme, že náš nový brand, ktorý stojí na pevných základoch našej stratégie a

konkrétnych aktivitách, pomôže pochopiť našu víziu a priblížiť našu spoločnosť verejnosti.“

Peter Terpák, Riaditeľ marketingu a komunikácie HB Reavis Group, dopĺňa: „Takto odvážny prístup k značke je bežný skôr pre B2C segment. Sme preto radi, že v odvetví, akým je real estate, sa nám podarilo odlíšiť, ale hlavne vyjadriť charakter našej spoločnosti. Projekty HB Reavis staviame pre ľudí, čo odráža aj naša nová identita, ktorá sa má viac priblížiť k verejnosti. Cieľom nebolo vytvoriť iba novú a dynamickú vizualitu. Vznik novej identity bol komplexným procesom, ktorý spojil firemné hodnoty, ktorými spoločnosť žije a aplikuje ich smerom k interným a externým partnerom, klientom a odvetviu, v ktorom pôsobí.“

Kreatívny riaditeľ agentúry Sectorlight, Nick Cannons, ďalej objasňuje: „Prvú vec, ktorú sme si na spoločnosti HB Reavis všimli bolo, že ich prístup je v porovnaní s inými developermi diametrálne odlišný. Iný je nielen v tom, ako pracujú, ale aj v tom, ako skutočne fungujú ako jeden veľký tím. Tento tím ľudí má silný pocit spolupatričnosti a prirodzenú túžbu robiť bežné veci lepšie a zároveň skúšať aj objavovať nové cesty a riešenia. Pre nás ako agentúru, ktorá mala za úlohu vytvoriť novú identitu, to bola základná črta, s ktorou sme pracovali. Chceli sme sa vyhnúť stereotypom a klasickému žargónu. Naopak, chceli sme vytvoriť niečo ľudské, viac emotívne, aby sme zvýraznili skutočnú osobnosť, ktorá sa k ľuďom prihovára univerzálne, priam až familiárne. Ľudia, ktorí spoločnosť HB Reavis tvoria, sú zároveň zaniietení pre svoju prácu a prijímajú každú výzvu. To vieme najlepšie vyjadriť niečím organickým, sviežim a farebným. Výsledkom je preto séria farebných tvarov a nový spôsob komunikácie.“

---

09.05.2017 14:55, HB Reavis