

Strategisk tema: Merkevareprosjektet

Bakgrunn

Høsten 2019 startet vi arbeidet med å redefinere vår merkevare. Med dette på plass ble det neste steget å utvikle en ny grafisk profil som skal bidra til å kommunisere ut vår nye merkevare og posisjon. Høsten 2020 og vinteren 2021 har vi utviklet en ny visuell profil for Sit. Inventas har vært vår samarbeidspartner på utviklingen av profilen i samspill med Posisjon som har ledet arbeidet med å definere selve brandet vårt.

Prosessen med omprofilering av Sit vil skje gradvis. Vi har som mål til årets studiestart å fremstå i nytt design. Dette inkluderer blant annet våre kampanjer og materiell inklusive et re-design av vår hjemmeside.

Sit sin logo er uendret, men utover dette er både fargepaletter, grafiske elementer og bildestil helt nye. Etter ferdigstillingen av profilen starter arbeidet med implementeringen. Her vil blant annet læringsgruppene ledet av HR også være sentrale faktorer.

Vi har i mars 2021 inngått byråsamarbeid med Bennett, som vil være en viktig kreativ og strategisk samarbeidspartner for oss.

Ny grafisk profil vil implementeres i løpet av våren 2021.

Merkevarestruktur

Merkevarestruktur handler om hvordan Sit skal fremstå som avsender i de ulike virksomhetsområdene og skal hjelpe Sit med å presentere tjenestene på best mulig måte. Sit har behov for å tydeliggjøre og forbedre identitet i hvem som er avsender. Skal vi bygge opp «Ett Sit» (House of Brands), eller bruke funksjonsnavn som avsender (Branded House)? Det er fordeler og ulemper ved begge deler. Det er også mulig å velge en hybridløsning.

Sit har identifisert tre alternative modeller for merkevarestruktur:

Branded House:

- Sit er nivå 1 og brukes som avsender på konsernnivå (for eksempel studiestartkampanjen)
- Sit Barn, Sit Trening osv. er nivå 2. Disse er avsender når tjenestene kommer fra dem
- Treningssenteret, Kafe etc. er nivå 3 og kan få frihet til å lage egne brands, men skal uten unntak brandes med riktig nivå 2. Eksempel Stilken (vårt nye vegetarkonsept) skal merkes med Sit Kafe

House of Brands:

- Sit er eneste merke som skal brukes i branding av virksomheten
- Divisjonene kan komme frem i kommunikasjonen, hvis det er relevant
- Treningssenteret, Kafe etc. (nivå 2) kan få frihet til å lage egne brands, men skal uten unntak brandes med Sit. Eksempel Stilken skal merkes med Sit

Hybrid (kombinasjon av de to ovennevnte):

- Sit kan brukes alene i branding
- Nivå 2 (Sit Trening, Sit Kafe etc.) kan brukes i branding
- Nivå 3 kan få lov til å lage egne brands (Stilken) men må merkes enten med Sit alene, eller Sit Kafe

Vurdering:

I styremøte vil styret bli forelagt ny grafisk profil for Sit og invitert til å gi innspill til denne.

I tillegg inviterer vi styret til en diskusjon rundt fordeler og ulemper ved de ulike modellene for merkevarestruktur.

Saksbehandlere: Louise Natalie Green og Nina Steen

Tilråding:

Styret fikk presentert Sits nye grafiske profil og diskuterte merkevarestruktur. Sits administrasjon tar med seg innspillene fra styret i ferdigstillingen av Sits grafiske profil og utviklingen av Sit som merkevare.

Trondheim, 08. april 2021

Audhild Kvam