

logo



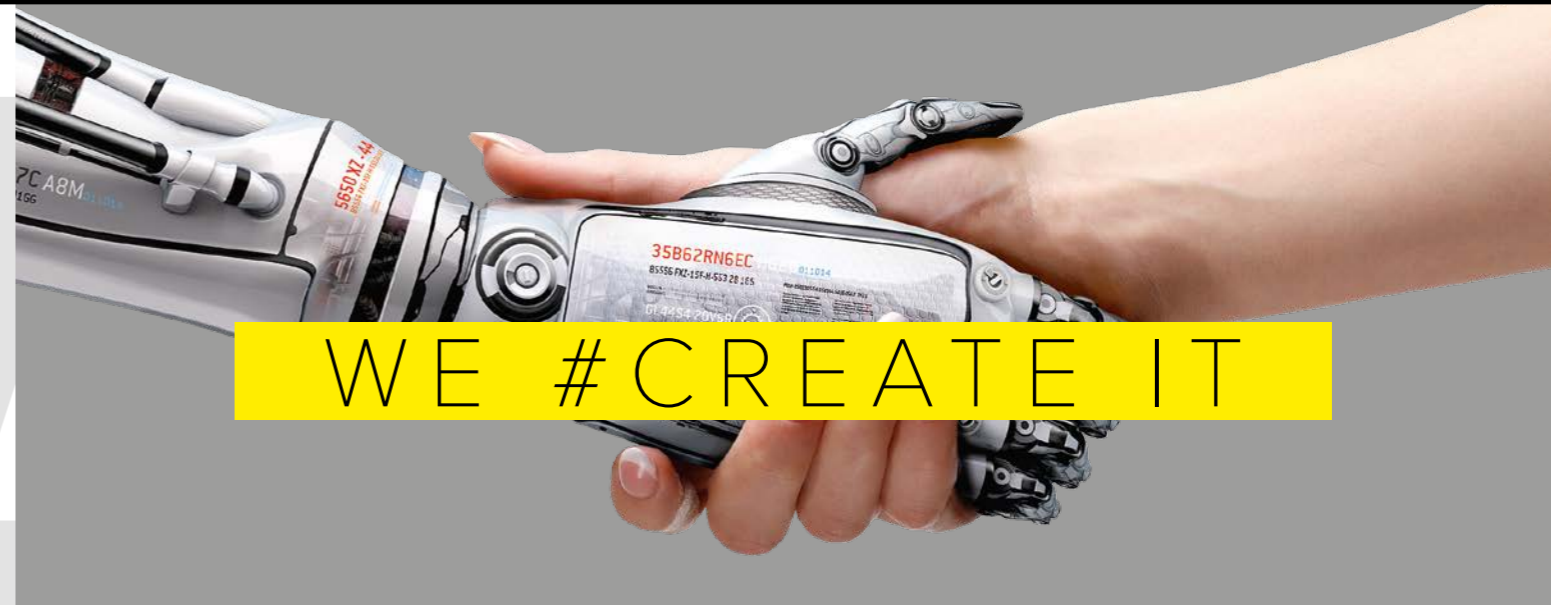
CLEVERLANCE:

Co si představíte pod pojmem „značka“? Mnoho z nás třeba společnost NIKE, jednu z nejhodnotnějších značek světa, boty, ve kterých denně chodíte venčit psa a někdo je nosí i do práce. Pro mnohé to může být značka fotoaparátu, se kterým chodí po světě a zachycují cenné okamžiky a vizuální vjemy. Značka je soubor firemní identity, kultury, znaků a všeho, co definuje konkrétní firemní organismus. Je to ten otisk autenticity, se kterým se chcete ztotožnit, prostě vám lahodí, když jste na stejné vlně. A kdo jsme my?

My jsme IT společnost, která má historii sahající až do roku 2000, a v mnoha ohledech se nám daří být „rodinní“ i teď. Naše vizuální identita nás provázela od roku 2011 a měli jsme k ní osobní vztah, proto změna trvala 6 měsíců a obnášela nejednu dynamickou diskusi. Než jsme přijali novou barevnou paletu a nové grafické návrhy pro prezentaci Cleverlance, tak jsme si často říkali, že si přejeme, abychom vypadali jako parta fajn lidí, se kterými se dobře pracuje.

Co bychom o sobě rádi řekli, jak si přejeme, abyste nás viděli?

Jsmo přemýšliví, hloubaví a naplno se věnujeme našim projektům. Máme zkušenosti, jsme odborníci na slovo vzatí a zároveň skvělá parta lidí. Dobře se s námi pracuje, protože se umíme dohodnout a dělat kompromisy. Jednou z hlavních hodnot je pro nás lidskost. Přejeme si být otevřenou a dostupnou IT společností, zkrátka firmou, kde chcete pracovat.



How to redesign IT

Společnost Google je nejcennější značka na světě a její hodnota je vyčíslena na 109 470 mld. USD*, Apple v řadě za ní pak o 2 000 mld. USD méně. Naše značka má pro nás hodnotu nevyčíslitelnou, srdeční. Investovali jsme do redesignu, abychom vám byli blíží.



barvy



Fialová: Značí úspěch a moudrost. Demonstruje představivost, kreativitu a inteligenci.

Žlutá: Stimuluje nervový a myšlenkový proces. Inspiruje ke komunikaci a je znakem optimismu.

(* zdroj: Brandfinance 2017)