



Megújul a SET arculata

• A tudatosan épített arculat egy céget azonosít és kiemeli a versenytársak közül. A SET napjainkig használt képi identitásának alapjait már 1998-ban lefektették, de természetesen azóta kisebb-nagyobb frissítéseken átesett. Most azonban itt az ideje egy teljesen új arculat felépítésének. Ezt egyrészt a piaci trendek, másrészt pedig a cégnek a piacon és az új piacokon betöltött hangsúlyosabb szerepe teszi szükségessé. A teljesen új, minimalista arculati elemek pontosabban megjelenítik ezt az új szerepet és hangsúlyosan hívják fel a figyelmet a 25 év alatt épített brand esszenciájára.

A piaci trendek szükségessé teszik az innovációt és fejlesztéseket, ezért az elmúlt évek során fontos szerkezeti változások történtek a SET termékpaletáján. Intenzív fejlesztések történtek szinte minden termék kategóriában, aminek köszönhetően minden évben újragondolt, okos megoldásokat dobott piacra a csíkszeredai profi gyár.

A felhasználói igények folyamatosan változnak, és az utóbbi trendek szerint egyre növekszik annak a jelentősége, hogy az építők minél otthonosabbá tegyék az újonnan épült vagy felújított belső tereket. Évről évre árnyaltabb és kifinomultabb az „otthon” gondolata, miközben az önkifejezés egyik fontos elemévé is előlépett. Szükségszerűen a belsőépítészetben és dekorációban a különböző profilok, szegőlécek esztétikai tulajdonságai is egyre nagyobb szerepet kapnak. A SET ezen tendenciákat alapul véve és a felhasználói igényeket szem előtt tartva folyamatosan fejleszti termékeit, azonban a népszerű, megszokott elemeken nem változtat.

Új év, új nevek a piacon, de a minőség változatlan

Az új ötleteknek, termékeknek köszönhetően kialakult a SET új márkaszervezete.

„25 év alatt egyetlen név alá fogtuk össze valamennyi termékünket, nemzetközi jelenlétet teremtve a SET, mint márkanév számára. Az új arculati megoldások viszont kellően megkülönböztetik a termék kategóriákat egymástól, ezért szükségét láttuk új termékbrandek kidolgozásának is” – mondja el az Orbán házaspár.

A SET esszenciája: az innováció, a kreativitás.

SET Profile factory.

Ezért olyan logóra volt szükség, amely maximálisan illeszkedik az innovációt szem előtt tartó stratégiához, versenyképes pozíciót biztosít akár a nemzetközi piacon, megfelelően letisztult, ugyanakkor könnyebben felismerhető és felidézhető formavilágot hordoz. Az új, modern megközelítésű minimalista logóban az alapszín maradt a piros, ám egy sokkal frissebb árnyalattal, ami egyaránt képes hordozni a kreativitást és az innovációs értékeket. Olyan embereket szólít meg, akiknek fontos a kényelem, a fitness és a tartósság.

A vállalati márká tulajdonságait illetően tehát a legnagyobb hangsúlyt az innováció és a cég által hideg-, valamint melegburkolatok kiegészítőként gyártott szegőlécek és profilokhoz kapcsolódó szakértői státuszának erősítése kapja: intelligens, fejlett technológia és komplett megoldások.

Az új arculat magában foglalja mindazt a szellemiséget és világlépet, amely a vállalatot jellemzi immár 25 éve: a SET a kivitelező szakemberek referenciamárkája legyen.

Új termékbrandek

Az új vállalati arculat mellett új termékmárkák is piacra kerülnek.



LAFIX márkanév alá azok a már jól bevált, meghatározó termékek kerülnek, amelyek általánosan elvárt értékekkel, tulajdonságokkal rendelkeznek, és

alapszintű megoldást nyújtanak minden típusú helyiségben. Állandó minőség, optimális vastagság, kiváló szilárdság, tartósság, német technológia. Nagyon jó ár/érték arány. Minden szempontból a kategória legjobbjára.

A LAFIX+ márkanév, amint azt a neve is sugallja, egy pluszt (+) tartalmaz szemben az előbbi kategóriával. A LAFIX+ márka képviselői azok a termékek, amelyek rendelkeznek az általános szegőlécek, profilok összes tulajdonságával, viszont anyagukban, egyedi funkcionalitásukban és esztétikailag is fejlettebbek. Okos megoldások jellemzik. Minden LAFIX+ alá tartozó termék kategóriának megvan a maga kiemelkedő erőssége. A legfontosabb ezek közül a szakembereket segítő, szerelést megkönnyítő megoldások. Ilyenek például az öntapadós alumíniumprofilok, amik a világ egyik legerősebb ragasztójának köszönhetően nem válnak le a hideg- vagy melegburkolatokról, vagy az MDF-ből (közepes sűrűségű préselt farostlemez) készített szegőléc, egy kifinomultabb, meleg hatású, harmonikusabb megjelenést biztosít, tökéletes átmenetet kölcsönözve a padló és a fal között, eltakarva a tágulási hézagot. Újdonságnak számít, hogy ezekhez a szegőlécekhez is színazonos, esztétikus sarok-, illesztő-, valamint végzáró elemeket terveztek és gyártanak.

Nagy segítséget nyújtanak a szakembereknek a szerelésben, hiszen nem igényelnek annyira precíz vágást, ugyanis ezek a sarok- és illesztőelemek eltakarják a vágási hibákat. Kialakításuknak köszönhetően tökéletesen illeszkednek a szegőlécekhez, egy mozdulattal könnyedén a helyükre illeszthetőek.

A marketing világában az egyik legnagyobb kihívást a rebranding jelenti, ugyanis érintheti a cég nevét, arculati elemeit és teljes marketingstratégiáját. Egy márká-, illetve termékbevezetéshez képest fokozott nehézséget jelent a korábbi brandhez való viszony kialakítása. Az arculatváltás gyakoriságának szükségessége ágazatonként jelentősen eltérő lehet. Az állandó minőséget, fenntarthatóságot és konzervatív értékeket hirdető építkezési szektorban egy huszonöt éve alig változó márká nagy értéket képvisel, azonban a SET egy innovatív cég, ezért is döntöttek a megújulás mellett.

Az új arculat és az új termékbrandek hamarosan meg fognak jelenni az online felületektől kezdve az üzleteken át a csomagolásokig, illetve valamennyi marketinganyagban is.