

SUSCITO

Rätt kommunikation gör skillnad

Suscito är en konsultbyrå som arbetar med varumärkesutveckling och kommunikationsdesign.

I den här katalogen presenterar vi exempel på olika uppdrag som vi har genomfört. Vi erbjuder tjänster hela vägen från planering till genomförande.

Vårt nätverk består av spetskompetenser med stor erfarenhet. Vi skapar en enhetlig och konsekvent kommunikation i allt från visuella koncept till produktion av webblösningar, årsredovisningar och grafiska identiteter.

EXEMPEL PÅ GENOMFÖRDA PROJEKT

Ett nytt svenskt varumärke	5
En internationell webbportal	11
En lättanvänd onlinetjänst	15
En internationell konferens	19

MÄNNISKORNA KRING SUSCITO

Om nätverket	24
Fotografering	25
3D-animering	28
Arbetsmetoder och miljöpolicy	30

KONTAKT

info@suscito • www.suscito.se

Suscito AB, Grönegatan 7, 222 24 Lund





En hel värld av möjligheter

Suscito är en fullservicebyrå vars styrka ligger i att du får tillgång till en egen kontaktperson som kan lotsa dig från idé till praktiskt genomförande och som ger din verksamhet förmågan att sjösätta även komplexa projekt.

Suscitos nätverk består av spetskompetenser som vet hur man levererar goda resultat. För oss är det mycket viktigt att upprätthålla hög kvalitet i alla led och därför är våra medarbetare den viktigaste resursen vi har.

Vi inleder alla nya relationer med ett personligt möte där vi lyssnar på era idéer och diskuterar era behov. Vårt mål är att vara det naturliga valet för dig som efterfrågar hög kvalitet och vårt kännetecken är att skapa lösningar som är anpassade för uppdragsgivaren.

I den här katalogen presenterar vi ett urval uppdrag som vi har hjälpt kunder med de senaste åren. De har valts ut för att de är unika koncept som ställer olika krav på våra kunskaper och vänder sig till olika målgrupper.

Jag hoppas att du får en tydlig bild av fördelarna och möjligheterna som kommer av att arbeta med oss. För det riktigt intressanta är ju inte vad vi har gjort tidigare, utan vad som kommer närmast – i samarbete med dig.

Den allmänna medvetenheten kring vad god design och kommunikation är har ökat enormt under det senaste decenniet. Idag är förväntningarna på hur saker ska fungera annorlunda än tidigare och spelreglerna har ställts på ända. Det skapar nya möjligheter att med rätt kunskap, fokus och en enhetlig kommunikation uppnå fantastiska resultat.

Välkommen till Suscito.

Mattias Bouchaud Präntare
Projektledare & vd

Ett nytt svenskt varumärke

I det här projektet var vår roll att skapa identiteten för en ny smyckeskollektion

Klassisk, tidlös och exklusiv design skapade prisbelönat varumärke

Historien om Swedish Berries började med två vänner som under en längre tid hade pratat om att starta företag tillsammans. Erika Terao och Therese Liberman hade en gemensam dröm om att skapa en smyckeskollektion i silver inspirerad av den svenska naturen.

I samband med att duon hade skissat sin första kollektion och bestämt sig för att göra slag i saken, så kontaktade de Suscito. De behövde en fast grund att stå på inför sin första lansering och ville att allt skulle finnas på plats från dag ett.

Vi lade stor tonvikt på planeringsfasen. Erika och Therese fick svara på en uppsättning frågor som relaterade till deras varumärke och visionerna bakom det. Exempelvis 'Vilka konkurrenter har ni på marknaden?' och 'Vilka kärnvärden står ni för?', 'Hur skiljer ni er från andra aktörer på marknaden?'. Några av frågorna hade givna svar, medan andra krävde diskussion och en del tankearbete. Resultatet av processen blev en gemensam målbild över vad Swedish Berries stod för och en klar formulering kring hur Erika och Therese ville att kunderna skulle uppfatta det nya företaget och dess produkter.

Therese och Erika fick sedan ta del av skisser på logotyper och olika stämningsbilder som visade idéer på tilltal. Vi diskuterade idéerna tillsammans och när vi kände att vi hade hittat rätt, så var nästa steg att gå från idé till handling. Det behövdes två typer av material: dels en dokumentation av de grafiska riktlinjerna för Swedish Berries och dels det faktiska materialet som skulle användas vid lanseringen.

Freddy Billqvist fotograferade hela kollektionen som bestod av ett femtiotal smycken och Jeremy Snowsill fick uppdraget att ta fram riktlinjerna för den grafiska designen.

Parallellt med den grafiska dokumentationen så arbetade vi med att skapa den nya webbplatsen. Det stod tidigt klart att en webbutik var viktig som säljkanal, men det var också ett naturligt sätt att sätta produkterna i fokus. Vi byggde webbplatsen på en tredjepartslösning med målet att utforma en behaglig och enkel köupplevelse, där kunderna kunde betala säkert med kort.

Vi designade även en produktöversikt och presentaskar för Swedish Berries första silverkollektion.

Det omsorgsfulla arbetet gav resultat. Under 2013 fick Swedish Berries utmärkelsen 'Precious Talent' på Nordens största smyckesmässa i Stockholm.



Den grafiska identiteten präglas av en klassiskt stilren känsla. Avskalat, men med stor vikt på detaljer för att få till ett exklusivt tilltal.



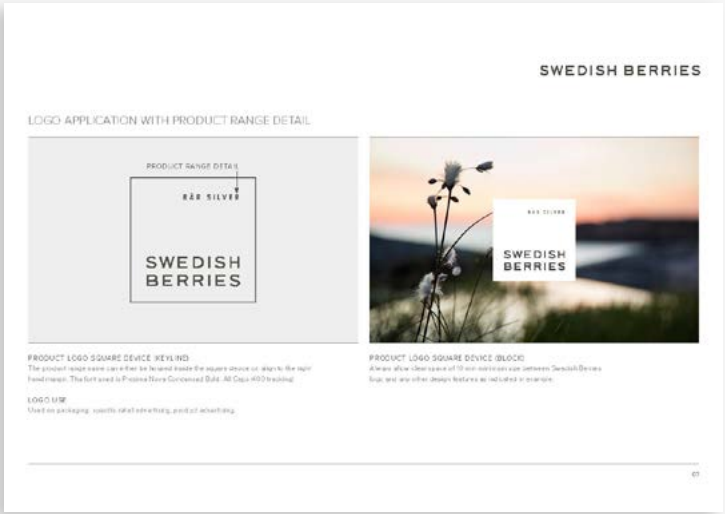
Framgångsreceptet för Swedish Berries grafiska identitet byggde till stor del på genomarbetade typografiska detaljer och kompromisslöshet gällande kvaliteten på produktfoton.



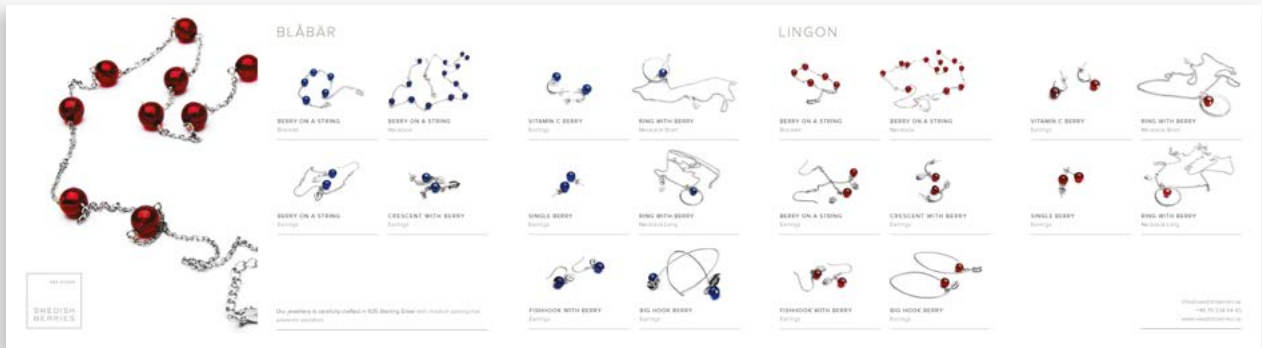
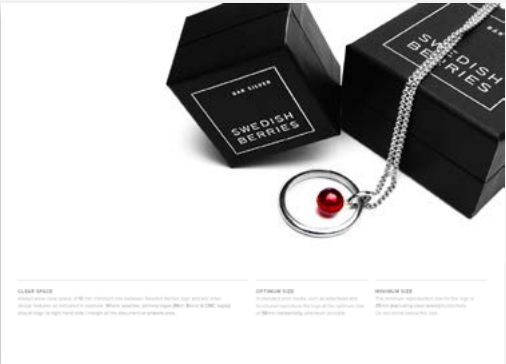
01



02



03



03

En webbportal med många dimensioner

Så skapade vi en webbplats för 100-årsminnet av August Strindberg

Aktiviteter, platser och språk – Sveriges officiella webbplats till minnet av August Strindberg

”Strindbergsåret 2012 handlar om att bättre förstå vår samtid. Vi kommer att granska, uppleva och diskutera Strindbergs verk. Låta dem belysa den värld vi har kring oss, vilka vi är och vad våra liv kan innehålla. Oavsett vad vi tycker om Strindberg och hans konstnärliga gärning så har han påverkat den kultur vi lever i. Vårt språk. Vad vi talar om. Hur vi ser på oss själva.”

Statens Kulturråd

2012 var det 100 år sedan författaren och konstnären August Strindberg gick bort.

Det uppmärksammades genom ett nationellt samarbete mellan Statens Kulturråd, Stockholms stad genom Stockholms stadsteater samt Svenska institutet.

Suscito fick möjligheten att inför Kulturrådet visa förslag på hur vi skulle ta oss an uppgiften att skapa en officiell webbplats för Strindbergsåret.

Första steget i vår pitch var att visa ett förslag som var så genomarbetat att det upplevdes som en komplett lösning. Det fanns inga fördefinierade specifikationer att gå efter, så därför fokuserade vi inte bara på ett tilltalande visuellt språk, utan också på att ta en ordentlig funderare över webbplatsens syfte och vilken roll den skulle spela.

Vår huvudidé var att webbplatsen skulle bli en plattform och sammanbindande punkt för alla de satsningar som gjordes runtom i Sverige och resten av världen. Vi hämtade inspiration och idéer från bland annat tidningar och stadsguider. Det var viktigt att webbplatsen skulle inspirera till att besöka de utställningar, föreställningar och föreläsningar som arrangerades. Den skulle samtidigt väcka nyfikenhet och ge en ökad förståelse för Strindberg och hans verk. Vi visade förslaget på Kulturrådet i Stockholm, där vi gick igenom vår idé, del för del på en storskärm för att sedan svara på frågor inför en samordningsgrupp.

När vi fick klartecken att genomföra uppdraget så hade vi mindre än ett halvår på oss att färdigställa webbplatsen. Det innebar att vi omedelbart påbörjade det tekniska arbetet med att färdigställa funktioner och form utifrån de ursprungliga skisserna. Arbetet delades upp i tydliga delmoment med förbestämda avstämningspunkter.

Kalendriefunktionen och det internationella språkstödet var de två delar som vi lade särskilt fokus på. Kalendariet, som var en central del av webbplatsen, med möjlighet att själv söka efter aktiviteter utifrån plats, tid eller konstområde. Evenemangen beskrevs med bild, plats och Googlekarta. Innehållet sträckte sig från föreläsningar på bibliotek till stora teaterfestivaler, utställningar på gallerier och museum, bokpresentationer, konferenser, studiecirklar, stadsvandringar, tävlingar och skärgårdskryssningar.

Webbplatsen översattes med stöd av Svenska institutet till åtta språk, bland annat arabiska, kinesiska och ryska. Strindbergportalen invigdes på Strindbergsmuseet i Stockholm med tal av dåvarande kulturministern Lena Adelsohn Liljeroth.

Webbportalen blev en lyckad satsning, med 692 publicerade evenemang spridda över 183 städer i 37 länder. Hemsidan fick under Strindbergsåret besök från 127 olika länder.

37
länder
representerade

183
städer med
arrangemang

692
olika event
organiserade

**1 hemsida
8 språk**

**100 år
efter Strindberg**

- 01 Den kanske viktigaste funktionen på startsidan var det sökbara kalendariet.
- 02 Krönikor, historiska artiklar och snabba fakta - en kunskapskälla.

Upplevelsen

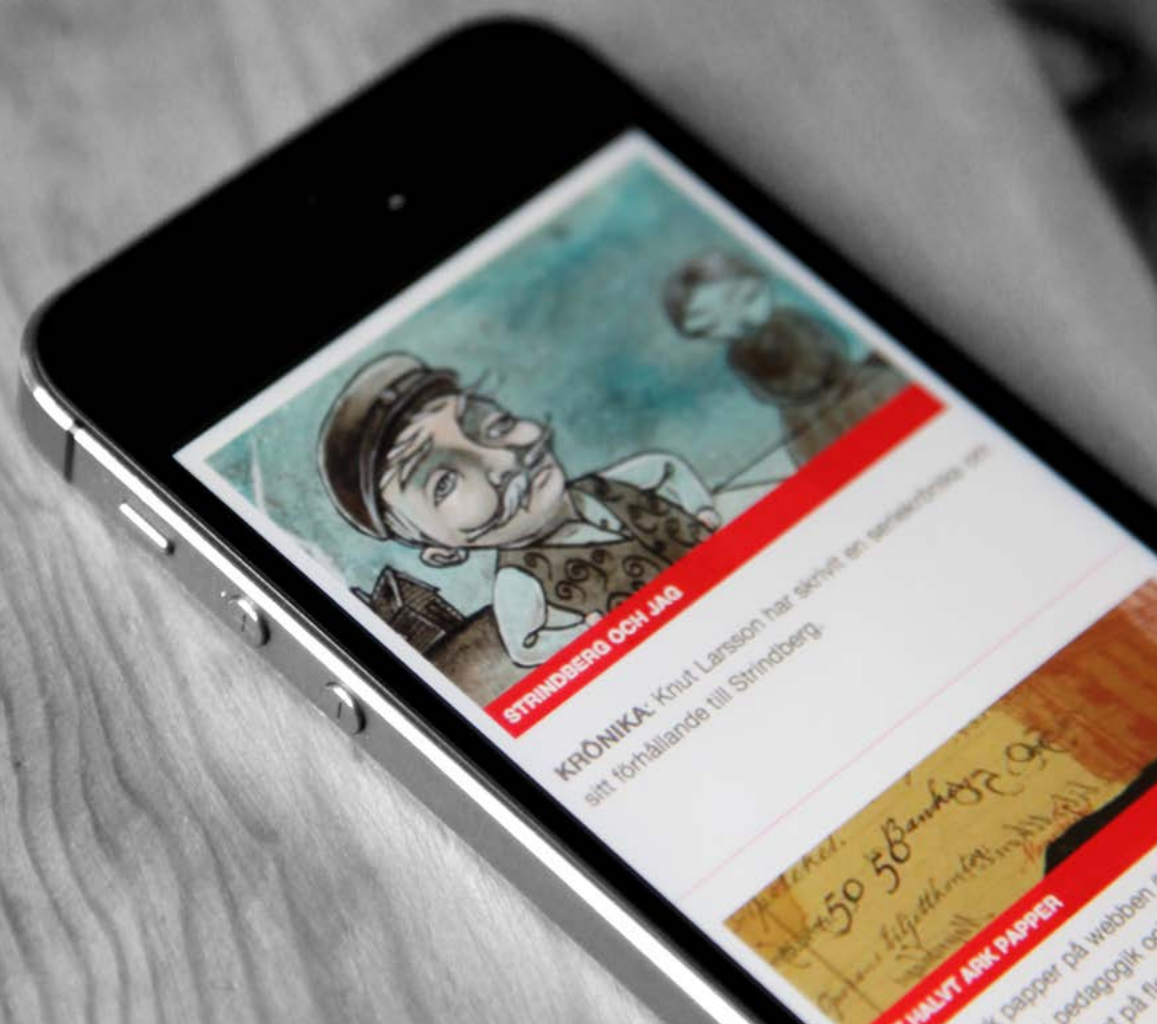
Vi byggde webbportalen med flexibla lösningar och ett responsivt gränssnitt.

För oss var det viktigt att sajten skulle ge en lika bra upplevelse oberoende om man använder mobila enheter, surfplattor eller sitter vid datorn.



01

02



En effektiv onlinetjänst

Ett samspel av form och funktionalitet
i stabil lösning för Fakturaportalen

Nytt gränssnitt, formspråk och sammanhållen identitet – så utvecklades Fakturaportalen

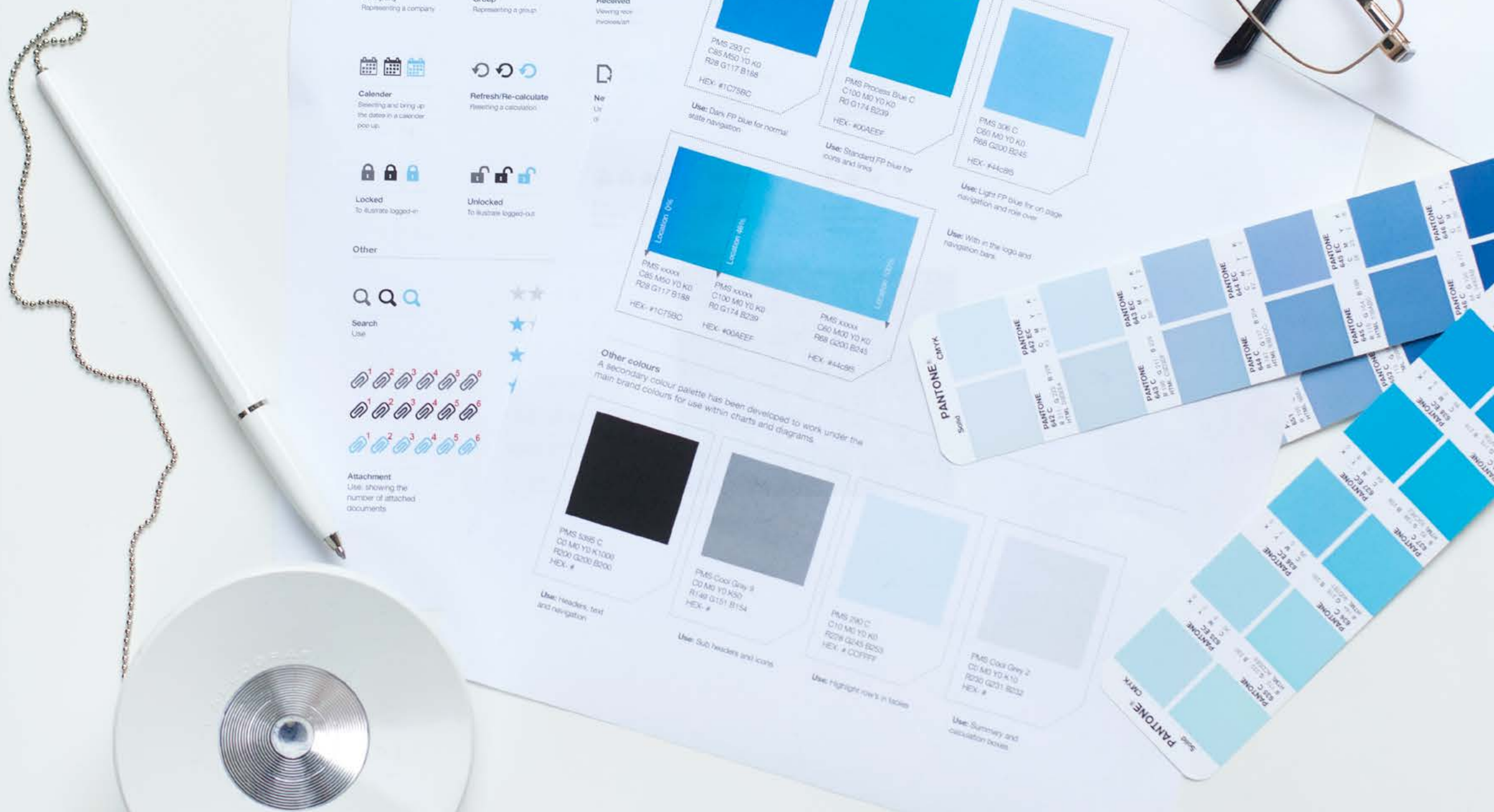
Företaget Expert Systems började redan under nittiotalets första hälft att utveckla system för digital affärshantering. ICA, Coop och Axfood är några av de kunder som använder deras tjänster.

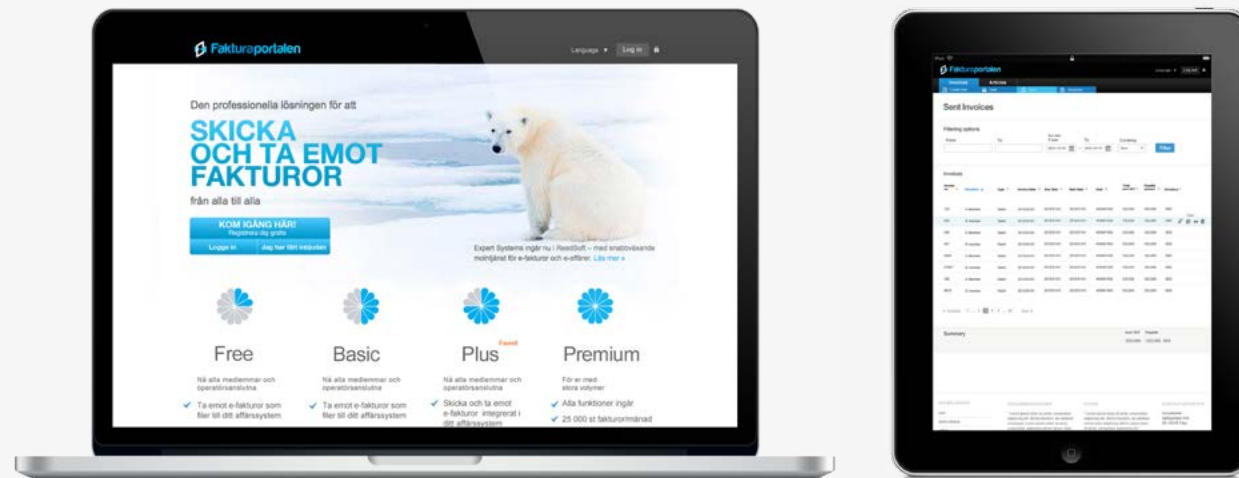
År 2002 lanserades Fakturaportalen, en webbtjänst som gjorde det möjligt att skicka fakturor över nätet. Tio år senare var det dags för en omfattande uppdatering. Målet var framför allt att förnya tjänsten, genom att göra den mer lättanvänd och tidsenlig. Suscito fick uppdraget att skapa nytt formspråk.

Initialt presenterade vi skisser och förslag på startsidor. Syftet var att hitta den känsla och det tilltal som skulle prägla Fakturaportalen. Det var viktigt att skapa ett formspråk från grunden, som tydligt signalerade att det här var början på något nytt och spännande.

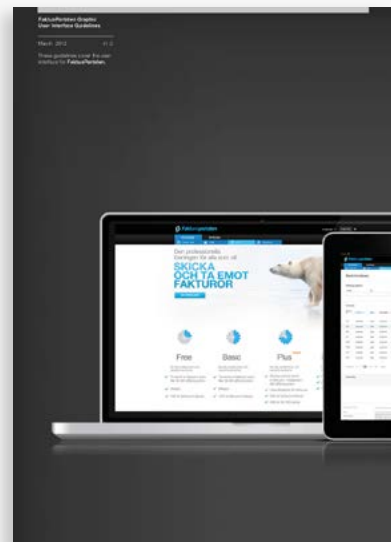
Koncept och detaljer utformades i tät dialog med uppdragsgivaren. Resultatet blev en sammanhållen identitet med nya färger, ny logotyp och ett enhetligt tilltal – unikt skapade för Fakturaportalen.

Kort efter lanseringen köptes Expert Systems AB av det Helsingborgsbaserade it-företaget ReadSoft, som i sin tur förvärvades av Lexmark i en miljardaffär under 2014.

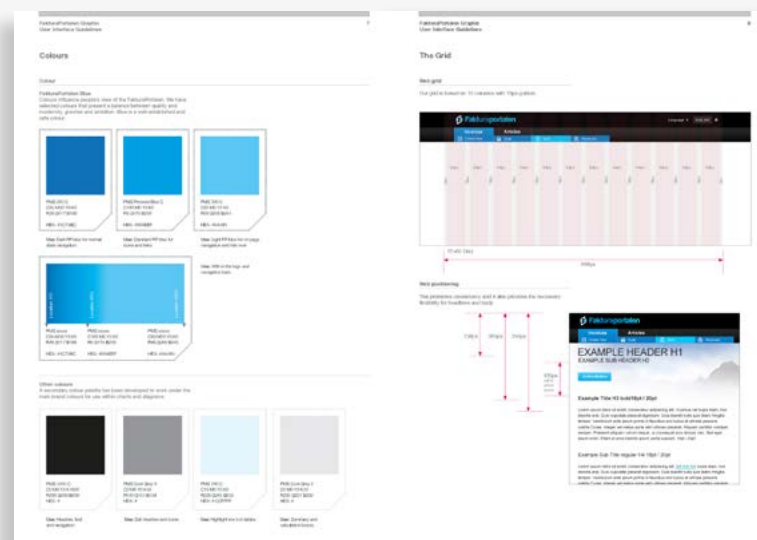
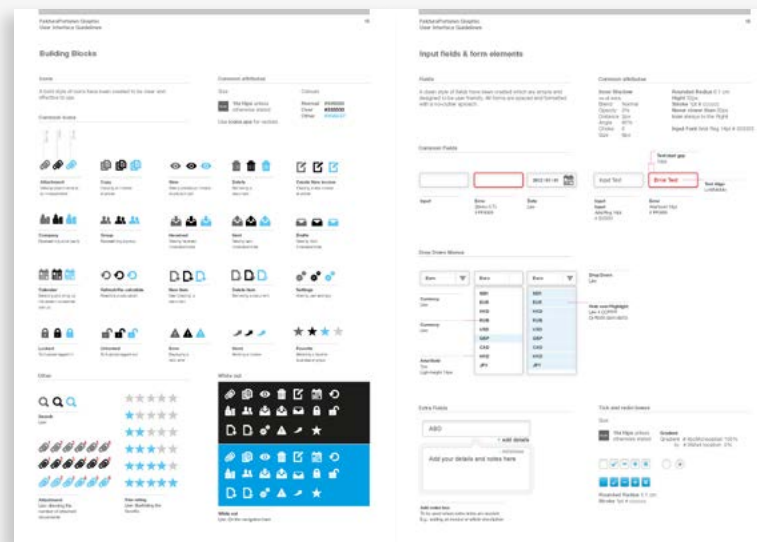




01



02



01 Svart, blått, vitt och ett tydligt budskap.

02 Sidor från designmanualen, som användes som referens vid programmeringen.

Att kommunicera en internationell mötesplats

Se hur vi skapade inramningen för Europas största konferens om hållbar sjukvård

Trovärdigt, tillgängligt och modernt – formgivning av Europas största konferens för hållbar sjukvård

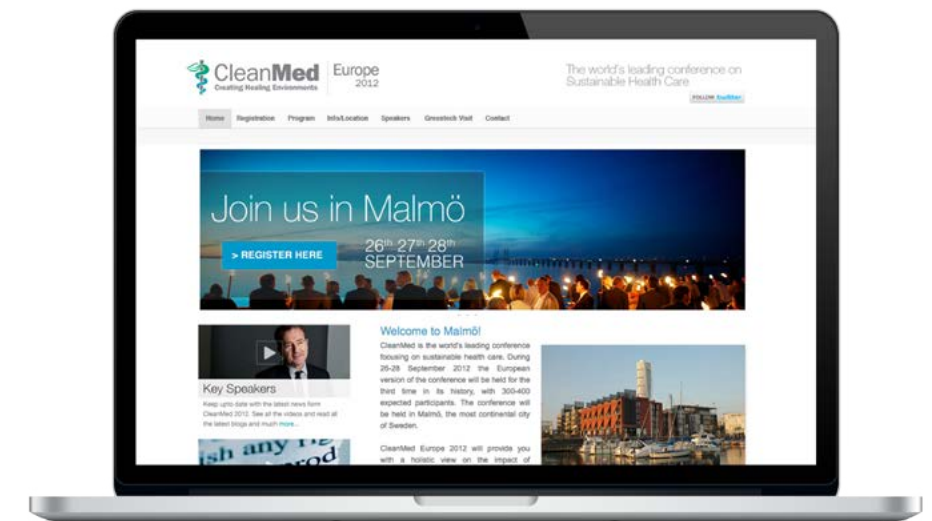
Vad fick 600 människor från hela världen att vallfärda till Malmö mellan 26-28 september 2012? Svaret stavas CleanMed Europe. En internationell konferens med fokus på sjukvårdens miljöpåverkan. Med över 600 deltagare från Europa och övriga världen blev det den största konferensen inom området på denna sidan Atlanten.

Suscito skapade på uppdrag av Stiftelsen TEM en grafisk profil åt CleanMed Europe. Medfinansierare var Region Skåne och Health Care Without Harm. Målet var att på bästa sätt marknadsföra konferensen för att locka sponsorer, utställare och inte minst ett högt antal deltagare.

Förutsättningarna var tydliga: formspråket skulle ha ett europeiskt tilltal, men även vara modernt och tillgängligt och ha samma tyngd och seriösa prägel som själva konferensen.

För det här uppdraget var det lämpligt att skapa en dokumentation av den grafiska profilen. De olika kommunikationsytorna var tydliga och den röda tråden kunde enkelt åskådliggöras. Den uppenbara fördelen i det här uppdraget var att konferensen planerades att återkomma på andra platser framöver. En dokumentation gjorde det möjligt att bygga vidare på formspråket för nya arrangörer.

- 01 Webbplatsen för CleanMed Europe fick en tydlig grafisk identitet. Syftet var att ge en professionell, informativ inramning som samtidigt lockade besökare från andra länder med hjälp av en skandinavisk estetik och känsla.

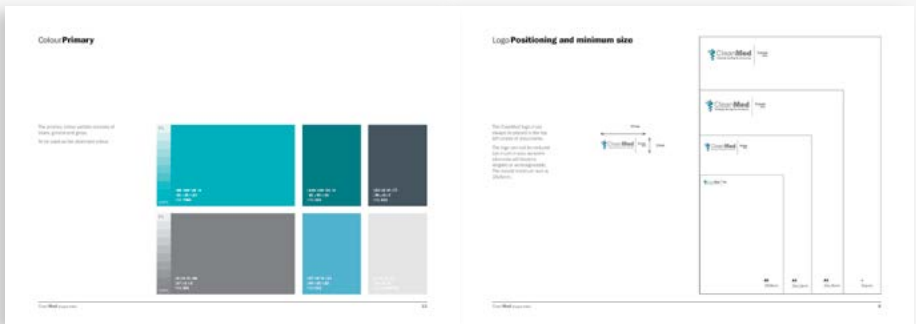




01



02



03



- 01 Rollup som placerades på konferensen och som teaser vid olika nätverkseven.
- 02 Uppslag från riktlinjerna för den grafiska identiteten.
- 03 Framsida till konferensinbjudan.

Människorna kring Suscito

Fantastiska människor uppnår fantastiska resultat. Det är därför vi arbetar med de bästa.

Människorna är nyckeln till en komplett fullservicebyrå

Det är människorna kring Suscito som gör det möjligt att skapa storverk.

Suscito utgörs av ett kreativt nätverk med kompetenser inom olika områden, som till exempel content marketing, copywriting, sökmotoroptimering och olika typer av IT-underhåll. Genom att lyfta in ytterligare resurser när det behövs, kan vi anpassa oss och skala upp vår insats efter behov. Allt för att skapa en dynamisk och effektiv kommunikation – från minsta detalj till övergripande strukturer.

Vår filosofi är att arbeta långsiktigt, där ett samspel mellan kunskap, kompetens och kommunikation bygger goda kundrelationer och ger positiva resultat för din verksamhet.

På följande sidor kan du se exempel från två av de samarbetspartners som ingår i Suscitos nätverk, **Freddy Billqvist** och **Frank Valiant**.

Vår förhoppning är att arbetsproverna ska ge dig en inblick i några av de möjligheter ett samarbete med Suscito öppnar för din verksamhet.

Fotografering – stillbilder och film för alla kanaler

Freddy Billqvist är fotograf och ett proffs ut i fingerspetsarna. Han har jobbat med många prestigefyllda uppdrag under sin karriär. I portföljen återfinns bland annat reklamkampanjer för Stenströms, J.Lindberg, Heinz och Lunds stad. Freddys styrka som fotograf är att han har en omistlig förmåga att ge karaktär åt sina bilder genom en underbar känsla för detaljer och sinnesstämningar.

Det är få saker som har så stor betydelse för ett företags image som de bilder som används. Det är en av anledningarna till att vi brukar

rekommendera att låta en professionell fotograf ta bilder för att användas på till exempel hemsida, sociala medier och i presentationer. Det är ett prisvärt alternativ till bildbyråerna på internet. Fördelarna är att motiven speglar den verkliga verksamheten och bidrar till igenkänning och lokal förankring. Det är bland annat därför vi har låtit Freddy ta personporträtten på oss i den här katalogen.

Här kan du se några bildexempel som Freddy själv har valt ut.



Foto för tidningen Lundaliv



MOTSTÄENDE Reklambyrå för Heinz



NEDRE Konceptbyrå för Butterick's



ÖVRE Reklambyrå för HD24, Helsingborgs Dagblad

Helikoptern som inte finns

3D-visualisering och animation

Den här helikoptern finns inte i verkligheten. Bilden är skapad med en 3D-modell som har byggts och ljussatts i datorn för att på ett kraftfullt och kostnadseffektivt sätt skapa en presentation med genomslag.

Det är inte längre bara filmbolag och stora aktörer som kan använda tekniken fullt ut. Vi öppnar dörren för företag och organisationer till en värld av möjligheter att visualisera och kommunicera idéer – och inte minst visioner – med hjälp av 3D.

Vi kan skapa filmer, bilder och fysiska modeller som tidigare hade varit mycket kostsamma och komplicerade projekt. Till vår hjälp har vi samarbetspartners som är specialiserade på 3D-illustration och animering.





Arbetsmetoder, personal- och miljöpolicy

Suscito har ett beprövat system för att driva, underlätta och säkerställa en god arbets- och produktionsprocess. För oss är det mycket viktigt att upprätthålla hög kvalitet i alla led, från idé och koncept till genomförande och levererad slutprodukt. I kvalitetsarbetet ingår beredskap att hantera produktionstoppar och kunna ta oss an projekt med kort varsel. Vi har ett effektivt och flexibelt system med dubblering av arbetsgrupper och funktioner. Tack vare denna flexibilitet kan vi klara av arbetstoppar, akuta inbopp och snäva tidsramar med bibehållen hög kvalitet.

Medarbetarpolicy

Våra medarbetare är den absolut viktigaste resursen. Alla ska ges sådant ansvar och befogenheter att man känner arbetsglädje och engagemang för sina arbetsuppgifter, samtidigt som man ser framtida personliga utvecklingsmöjligheter. Alla nya medarbetare, vikarier och praktikanter skall känna sig välkomna och uppskattade på Suscito. Introduktionsplanen som tas fram till varje ny medarbetare ska underlätta att komma igång i arbetet och att känna trygghet i teamet.

Vår strävan är att vara en arbetsplats där anställda stannar en längre tid för att de upplever sin arbetssituation som givande och värdefull.

Miljöpolicy

På Suscito är vi måna om att i så stor utsträckning som möjligt ta vårt ansvar för vår gemensamma miljö genom att låta miljöhänsyn genomsyra alla beslut vi fattar i verksamheten. Vi arbetar aktivt för att minimera vår resursanvändning och för att driva företaget på ett hållbart sätt.

Besök oss gärna på vår hemsida eller Facebook:

www.suscito.se

www.facebook.com/suscito.se

Vi tror på helhetsupplevelser.

När man kommunicerar ett varumärke är alla delar viktiga

– men om de inte hänger ihop går helheten förlorad.

Det innebär att alla bolag, företag och organisationer behöver kunna presentera sig tydligt, professionellt och tilltalande för att skapa rätt förväntningar och lönsamhet.

Vår filosofi är att arbeta långsiktigt – där ett samspel mellan kunskap, kompetens och kommunikation skapar dynamik och effekt för våra kunder. Vi erbjuder stöd, rådgivning och genomförande i allt från strategier och varumärkesutveckling, till webblösningar och kommunikationsdesign.

Suscito består av ett kreativt nätverk med kompetenser inom olika områden, som content marketing, copywriting, sökmotoroptimering och olika typer av IT-underhåll.

Genom att lyfta in ytterligare resurser när det behövs, kan vi anpassa oss och skala upp vår insats efter behov. Allt för att skapa en dynamisk och effektiv kommunikation – från minsta detalj till övergripande strukturer.

Välkommen till Suscito.

