

## NORGE RUNDT:

# FASETT

KF Magasinet tar pulsen på bransjen gjennom vårt langstrakte land, vi tar deg med Norge rundt. Denne gang skal vi til Stavanger og Fasett.

Tekst: Karianne Berg



Fasett er et av de større byråene i oljebyen, og teller nå 17 ansatte. Egil Alv Andreassen har jobbet i Fasett i to år som tekstforfatter/kreativ – de siste tre månedene som kreativ leder. Kreatøren har jobbet mange år i hovedstaden, i byråer som blant annet Ogilvy, Bold/TBWA og New Deal/DOB. I tillegg til kreativ leder, snakket vi også med byråleder Pål Hjorth Berge.

### Litt mer om Fasett

Hvor er Fasett om 10 år?

Byråleder Berge svarer:

– Vi ønsker først og fremst å bli best i egen region, samtidig som vi vil dyrke kjernen i faget. På sikt er det ikke usannsynlig at vi vil gå etter internasjonale kunder. Det faller mer naturlig for oss å vende blikket utover i stedet for å se inn mot Oslo-kunder. Få norske firma i vår bransje tør å henvende seg til kunder i andre land, Bleed er et godt eksempel på noen som tør. I vår region, med så mye eksport, ligger det naturlig å se utover landegrensene. Blant annet er Skagenfondene og deres internasjonale arbeid til inspirasjon for oss og mange andre i regionen.

Hva er unikt med Fasett?

– Sammensetningen av hoder gjør oss unike. Vi er et fullverdig kommunikasjonsbyrå, ikke bare på papiret, men fordi vi har kompetansen til det. Den faglige bredden på huset tilsier at vi kan gjøre alt innen faget.

Andreassen bekrefter også dette, etter sammenligning med tidligere arbeidsplasser. – Blant ansatte har byrået spesialister innen alle felt. En designers sterkeste kort kan være for eksempel typografi, mens en annens er noe helt annet. Ordet fasett betyr flersidighet, og det er nettopp det vi skal være. Sammen skal vi tilby alt innen kommunikasjon, fortsetter Berge.

Kreativ leder Andreassen forteller at stavangerbyrået jobber noe ulikt det han er vant med fra tidligere. I Fasett er det ingen faste team, og de syr sammen folk etter kundens behov og type oppdrag; et fullverdig team er ikke bare en tekstforfatter/AD, eller én designer.

Denne kryssjobbingen får frem nye, spennende tilnærminger og løsninger på oppgavene, noe de begge oppgir å ha stor tro på.

### Tett på kunden

Er kundeforholdet annerledes enn i Oslo-regionen?

– Ja, mange av våre kunde-forhold har lang historie og er basert på tillit, ikke kontrakter. Vi ser ikke behovet for kontrakter med alle kundene våre. Fasett er jo ikke bedre enn den jobben vi gjør, presiserer byrålederen.

– Jeg tør mene at vi er mye tettere på kunden enn det som er vanlig i Oslo.

Andreassen fortsetter: – I Fasett venter vi ikke til samarbeidet avsluttes før vi letter på lokket. Vi kjenner kundene

våre veldig godt, og de oss. Hvis noe er galt, oppdager vi det vanligvis lenge før det er for sent.

De forteller videre at det gjensidige tillitsforholdet gjør at ansatte blir inspirert til å utfordre kunden. – Kreatørene gjør en bedre jobb når kunden stoler på dem, tilføyer byrålederen.

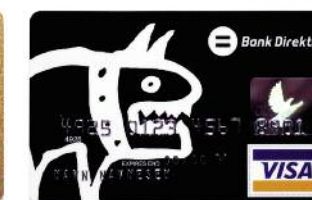
Berge forteller at Fasett har fått flere kundekontoer på enkeltjobber som for eksempel årsrapporter. – Vi tar mindre jobber mer seriøst enn mange av våre konkurrenter. I Fasett legger vi inn mye arbeid i årsrapporter, selv om de ikke nødvendigvis byr på de samme utfordringene som annen visuell kommunikasjon. En årsrapport er firmaets ansikt utad, og skal være noe kunden kan stå for og ikke minst være stolt av.

Noen jobber dere vil trekke frem?

– Sandnes Sparebank! svarets det unisont. – De er en stor kunde av oss med en lang historie i byrået. Sparebanken er veldig fornøyd, og andre banker er misunnelige.

Nettopp arbeid for denne kunden har vakt oppsikt, og er plukket ut til Graphis Annual Reports, samt nominert til shortlist i The European Design Award 2009, der vinneren blir annonsert 17. mai. Heia Norge!

Videre forteller byråleder at Fasett nylig vant en pitch for Det Norske Veritas, der tilbakemeldingen var at byrået kom som et friskt pust over fjellet. – Vi så viktigheten av jobben, presenterte en løsning som var helt motsatt av det DNV forventet, og vant, forteller kreativ leder.



Stavangerbyrået har også arbeidet med i utstillingen «Powered by Nature» som kommer til DogA i juni. Samme utstilling har vært i Berlin International Design Festival DMY2008.

### God kjemi i vest

At det oppstår en viss kjemi er en forutsetning for at ting skal stemme i Fasett, både blant ansatte og kunder. – Mangler kjemien, blir det ikke et fast forhold, det gjelder både ansatte og kunder. Vi ser også an kunden før vi bestemmer hvor tett vi bør jobbe. Noen kunder ønsker å føle seg som en del av Fasett, men det passer ikke for alle.

Har dere merket at det har blitt tøffere tider?

– Vi har endel regionale kunder blant annet i oljeindustrien, og der er det fortsatt trøkk. Vår sammensatte portefølje gjør at vi ikke er så sårbare, opplyser Berge.

– Den største forskjellen er vel at vi ikke presenterer ekstravagante ideer nå som kundene skviser marginene. Det må vi ta hensyn til. Vi presenterer nok litt mer nøkterne forslag nå enn om økonomien hadde vært på topp, avslutter Andreassen.