

Pressmeddelande
För mer information,
kontakta:

Electrolux Pressjour
08 657 65 07

Electrolux lyfter varumärket med ny visuell identitet

Stockholm den 14 januari 2015

Electrolux introducerar idag en ny visuell identitet för företagets varumärke. Med en uppfräschning av den klassiska logotypen och nya tydliga standarder för bild- och formspråk är designen avsedd att sticka ut i de sammanhang där konsumenter kommer i kontakt med Electrolux.

”Electrolux satsar på att bli ett företag med konsumentinriktad marknadsföring i världsklass, som har tydligt fokus på konsumentdriven innovation och starka varumärken. En viktig del i det arbetet är att skapa en spännande och tydlig varumärkesupplevelse, som är enhetlig i alla beröringspunkter med konsumenterna”, säger MaryKay Kopf, marknadsdirektör på Electrolux. ”Vår nya visuella identitet kommer att hjälpa oss att uppnå det, i en digital värld och butiksmiljö som har förändrats dramatiskt under de senaste åren.”

I den nya logotypen syns företagsnamnet i ett nytt typsnitt, unikt för Electrolux, och mer utrymme ges åt den tidlösa Electroluxsymbolen, som har använts sedan 1962. ”Tack vare att vi har en så tydlig och särskiljande symbol i centrum kan vi kommunicera modernt och innovativt samtidigt som vi bevarar de associationer till förtroende och kvalitet som konsumenter förväntar sig av vårt varumärke”, säger MaryKay Kopf.

”Men en visuell identitet handlar om mycket mer än att bara byta logotyp och färgskala. Den representerar ett nytt sätt att se på Electrolux som varumärke, vad vi och våra produkter står för och hur vi vill uppfattas”, säger MaryKay Kopf. ”Med den nya visuella identiteten skapar vi större möjlighet till igenkänning, vi engagerar folk positivt och emotionellt och vi kan lättare ge inspiration, beskriva fördelar med produkterna och hjälpa konsumenter att finna vad de söker.”

Den nya visuella identiteten kommer att synas överallt där konsumenter möter Electrolux: i butiker, på nätet, på förpackningar och i mobilen. Utrullningen sker gradvis från och med den 14 januari 2015.