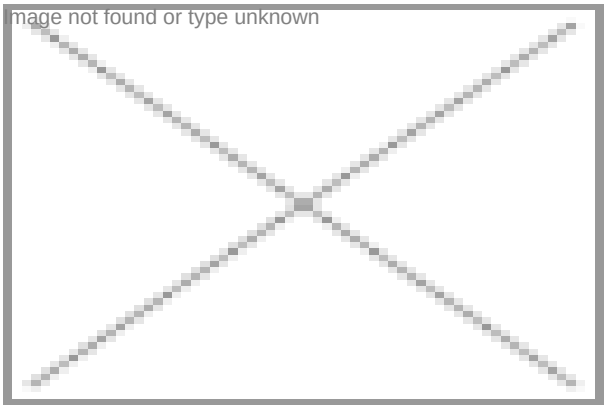
novembre 2017

Hilti

Accueil / BBI / Fournisseurs / Outillage électroportatif

?Une image de marque modernisée



Désireux de donner « un coup de jeune » à son image, le groupe Hilti se forge aujourd'hui une nouvelle identité plus moderne et plus dynamique.

Grâce à l'apport d'éléments graphiques inédits et à l'élargissement autour de la couleur rouge de la palette de teintes utilisée*, la nouvelle image de la marque développée en collaboration avec des agences de renommée internationale adopte un profil plus actuel et renforce sa volonté de différenciation. La mise en œuvre de ce concept de marque revisité se fera par étapes jusqu'à son complet déploiement d'ici fin 2019. La première phase concernera la refonte du site internet qui sera opérée simultanément dans quarante pays en début d'année 2018. A noter que dans le cadre de cette opération, les quelque 15 000 collaborateurs formant l'équipe commerciale du groupe à travers le monde porteront également des vêtements restylés.

Parallèlement, les plus de 700 magasins Hilti implantés sur la planète seront progressivement modernisés. Une attention particulière sera accordée à l'optimisation des démonstrations de produits, l'orientation des visiteurs et les options de conseils individuels. À titre d'exemple du nouveau concept de magasin, les comptoirs traditionnels seront supprimés au profit de tablettes et d'espaces multimédia. Une approche repensée des foires commerciales témoignera également de cette nouvelle dynamique et de l'attention plus grande accordée par la marque à ses clients.

* Les éléments déposés, tels que le logo de l'entreprise et la couleur rouge, ne sont pas affectés par cette refonte.