

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Avec une image de marque modernisée, Premio est prêt pour le futur

Volketswil/Hegnau, 10.02.2022. Avec la relance de la marque, Premio réagit aux tendances du marché non seulement sur le plan visuel mais il prépare mieux que jamais le futur pour les entreprises partenaires.

Depuis plus de 25 ans, Premio Reifen + Autoservice s'est établi avec beaucoup de succès en tant que marque du commerce de détail en Suisse, en Allemagne et dans d'autres pays européens. La marque est synonyme de service haut de gamme dans le domaine des pneus et des véhicules automobiles et elle a toujours une longueur d'avance. Premio a non seulement abordé les nouveaux défis posés par les tendances du marché, à savoir la digitalisation, le développement durable et l'électromobilité mais elle développe déjà depuis des années des mesures et des processus permettant d'optimiser l'approche de ces problématiques. Premio va dorénavant afficher visuellement son orientation stratégique tournée vers le futur grâce à une relance de la marque et des entreprises qui lui sont associées.

Le nouveau logo Premio avec son coureur symbolise la dynamique et est synonyme de service rapide et professionnel. Les couleurs contrastées attirent encore plus l'attention. Elles sont le reflet exact des représentations du réseau européen. La satisfaction client maximale avec la note personnelle habituelle reste un élément essentiel au cœur de la marque Premio, qui soutient d'ailleurs ses entreprises à tous les égards en tant que fournisseurs de services complets et de solutions.

Une visualisation plus marquée de la compétence services à l'extérieur – Une atmosphère de bien-être moderne à l'intérieur

Outre l'orientation stratégique claire et la visualisation plus marquée de la compétence services sur les bâtiments, le nouveau concept confère à l'espace de vente une atmosphère de bien-être moderne pour le client. Michael Ammann, Marketing Manager Retail chez Goodyear Retail Systems, est ravi de créer avec le nouveau concept un environnement de service moderne également sur le plan visuel : « Les clients attachent de plus en plus d'importance à l'aspect moderne de l'atelier et à ce qu'il en ait le look. Avec la nouvelle image, non seulement nous répondons aux besoins des clients mais nous soulignons la compétence de nos partenaires en termes de service auto et pneus haut de gamme. De plus, lors de leur visite dans nos magasins, nous proposons aux clients Premio des infos-divertissements ainsi qu'une atmosphère confortable qui met en confiance avec un aspect

salon, grâce à des écrans présentant des offres, des téléviseurs Instore et des sièges confortables. »

Les premières expériences pilotes des entreprises associées à Goodyear avec la nouvelle optique Premio ont été testées avec succès en Europe de l'Est. Désormais, avec Premio Cornu Pneus Sàrl à Payerne (Suisse), Premio Reifen + Autoservice Arnold à Bergkamen (Allemagne), Premio VR Kontich (Belgique) et Premio My Car à Eindhoven (Pays-Bas), les premières entreprises du cluster d'Europe centrale ont aussi démarré avec le concept Instore au nouveau design Premio bleu et jaune. Pour Goodyear Retail Systems, qui constitue depuis la fin de l'année dernière un centre de compétence de détail pour l'Europe centrale en tant que marque faîtière de l'ancien système Goodyear Dunlop Handelssysteme (GDHS) et Goodyear Dunlop Retail Partner (GDRP) au Benelux, la relance de la marque Premio dans ces quatre pays a commencé.

Les clients des entreprises pilotes semblent ravis du nouveau design Premio, qu'ils jugent, d'après les résultats d'une étude de marché de personnes test, tourné vers l'avenir, dynamique, digne de confiance, clair et compétent. À une époque de changements rapides, la modernisation de la marque est un élément essentiel pour les entreprises liées à Premio dans leur orientation future et elle renforce leurs positions sur le marché et face à la concurrence.

Marco Fabbro, Manager Retail Suisse, en est persuadé : « Avec cette nouvelle image claire et les mesures de soutien de la centrale Premio qui lui sont associées, nos partenaires sont mieux armés que jamais face à l'avenir. Le nouveau logo indique dorénavant aux clients qu'il s'agit d'entreprises qui essaient de plus en plus d'agir de façon neutre pour le climat et dans une perspective de développement durable, mais également d'ateliers e-ready et dans lesquels de nombreux processus se déroulent de façon digitalisée. »

Photos (© GRS):

1. Le nouveau logo Premio
2. Premio Reifen + Autoservice Arnold : l'attique avec le nouveau design Premio
3. Premio Reifen + Autoservice Arnold : l'attique avec le nouveau design Premio
4. Premio Reifen + Autoservice Arnold : la nouvelle salle d'attente
5. Premio Reifen + Autoservice Arnold : le nouvel espace de vente
6. Premio Reifen + Autoservice Arnold : une sélection moderne de pneus via le configurateur de roue complète
7. Le nouvel attique Premio du partenaire Premio suisse Cornu Pneus Sàrl à Payerne
8. Le nouveau design Premio du partenaire Premio suisse Cornu Pneus Sàrl à Payerne
9. Nouveau partenaire Premio Premio VR à Kontich en Belgique
10. Premio Store My Car à Eindhoven aux Pays-Bas avec le nouveau design Premio

Vous pouvez télécharger ce communiqué de presse ainsi que les photos et autres informations au sujet de Goodyear Retail Systems sur www.g-rs.de

Contact presse :

Goodyear Retail Systems GmbH

Anne Reck

Xantener Straße 105

50733 Köln

Allemagne

Tél. +49 (221) 9 76 66 246

Fax +49 (221) 9 76 66 576

E-mail: anne.reck@g-rs.com