

Nowy wizerunek Wind Telecom Zarządzanie marką

Firma Wind Telecom S.A. specjalizująca się w centrach obsługi klienta Contact Center oraz niedawno powstała w ramach grupy spółka Wind Mobile Sp. z o.o. wyspecjalizowana w realizacji systemów dla operatorów GSM odświeżyła nowy wizerunek.



Ostatnie dwa lata to okres dużych zmian i sukcesów Wind Telecom. Rok 2006 należał do jednego z bardziej udanych w historii firmy, spółka osiągnęła bowiem przychody o 75% większe niż w roku poprzednim. Kolejnym przełomowym momentem było wydzielenie w maju 2007 roku nowej spółki – Wind Mobile – mówi Katarzyna Szczepska, Dyrektor Marketingu i PR, Wind Group. To właśnie powstanie nowej spółki było motorem zmian w Wind Telecom. Istniała konieczność wykreowania wizerunku Wind Mobile. Chcieliśmy również podkreślić naszą otwartość na potrzeby klientów oraz wysoki profesjonalizm poświadczony licznymi sukcesami i gronem zadowolonych firm, które z nami współpracują. Oferujemy rozwiązania dopasowane do potrzeb klienta, naszą ogromną przewagą jest duża elastyczność oferowanych usług i produktów. Chcieliśmy to wzmocnić poprzez przyjazny wizerunek, ale przy zachowaniu spójności pomagającej wzmocnić obydwie marki – dodaje Katarzyna Szczepska.

Firma rozpoczęła zmiany od zaprojektowania nowego logotypu.

Zdecydowaliśmy się nawiązać do starego logotypu – mocny font w słowie Wind, kursywa (skojarzenie z wiatrem) – mówi Katarzyna Szczepska. Nowym elementem jest symbol graficzny w postaci listków, który będziemy rozwijać i powtarzać w różnych materiałach. Logotypy należą do jednej rodziny, różnią się kolorem liścia, który definiuje i narzuca kolorystykę wyróżniającą obydwie firmy - Wind Telecom – zielony, Wind Mobile – pomarańcz. Nowy wizerunek był projektowany przez duet młodych projektantów.

Podczas projektowania logotypu dla firmy Wind Telecom i Wind Mobile wysłuchaliśmy najpierw potrzeb klienta, który pokazał nam, w jaki sposób chce być postrzegany i jak chce się pozycjonować. Nowe logotypy przekazują wartości zgodne z założeniami firmy – są przyjazne, świeże, nowoczesne – powiedział jeden z projektantów. Są to logotypy elastyczne, mogą ewoluować wraz z rozwojem obydwu firm. Logotypy są złożone z logotypu (napis) oraz z symbolu graficznego, co daje możliwość bardzo płynnego i ciekawego przekładania ich na wszystkie potrzebne w firmie materiały. Zostały zaprojektowane do nich logotypy skrótowe, które pozwalają na umieszczenie logo w nawet bardzo ograniczonych/niewielkich miejscach – dodaje projektant.

Po wprowadzeniu nowych logotypów zaprojektowaliśmy nowy layout wszystkich materiałów – mówi Katarzyna Szczepska. Każdy materiał marketingowy – od akcydensów przez foldery, prezentacje oraz nową linię gadżetów jest teraz opatrzony nowym znakiem charakteryzującym obydwie spółki – listkami - które zyskują coraz więcej zwolenników i są bardzo pozytywnie odbierane przez naszych klientów.

Wind Telecom S.A. to wiodący producent i integrator systemów komunikacyjnych. Firma dostarcza kompleksowe rozwiązania teleinformatyczne dostosowane do zróżnicowanych potrzeb klientów i specyfikacji branży w jakich działają.

Produkty Wind Telecom S.A. są efektem analizy potrzeb indywidualnych klienta i specyfiki jego biznesu oraz naszej innowacyjności, technologii i doświadczenia.

Klientami Wind Telecom jest ponad 200 firm, m. in.: BOS Bank, Bank Millenium, Provident, Komenda Główna Policji, Orlen Gaz, Zakłady energetyczne – Enion, ENEA, Energa, Warszawa Teren, Stoen, ŁZE, Energia PRO, BOC Gazy, Onet.pl, GE Money Bank, Arvato Bertelsmann, AZ Soft, Sigma Bank, Centrum Telemarketingu, Teleperformance Romania, UTI Sorral Romania, KEOPS Group Romania, Delta Contact i wiele innych.

Udziałowcy Spółki: European Renaissance Capital II (USA), Intel Atlantic (USA), Raiffeisen Group (Austria).