Istobal, il gruppo spagnolo leader in soluzioni di lavaggio e cura per l'industria automobilistica, potenzia la sua crescita e affronta nuove sfide commerciali con una nuova immagine corporativa. La compagnia ha ridisegnato la propria marca in appoggio al proprio piano di espansione per i prossimi anni che fissa come obiettivi la crescita internazionale, l'alta tecnologia al servizio della qualità e l'affidabilità dei suoi prodotti e l'avvicinamento al consumatore con soluzioni efficienti e di facile e gradevole esperienza d'uso.

Yolanda Tomás, CEO Product Development & Marketing di Istobal ha spiegato che "questo cambio risponde alla necessità che ha il nostro gruppo di comunicare a livello multinazionale in modo effettivo e potenziare la conoscenza e il riconoscimento della marca Istobal tra i nostri clienti, collaboratori e consumatori".

I principali obiettivi di espansione di Istobal per i prossimi anni includono potenziare la crescita negli Stati Uniti dove spera di consolidare, a breve scadenza, la propria presenza, c**ontinuare a scommettere sull'Italia, già situata come secondo mercato di esportazione per il Gruppo**, e inoltre rinforzare la propria presenza in Germania e aumentare l'attività in Sudamerica.

La sua decisa strategia di internazionalizzazione portata avanti finora gli ha permesso di posizionarsi come seconda impresa del settore a livello europeo. Con 10 filiali in Europa e America (ubicate in Spagna, Portogallo, Italia, Regno Unito, Svezia, Danimarca, Austria, Serbia, Stati Uniti e Brasile) la compagnia è presente in più di 75 paesi del mondo e l'80% del suo fatturato corrisponde a vendite internazionali.

Il piano di crescita di Istobal pone inoltre l'accento sull'applicazione delle ultime tecnologie nel mercato per lo sviluppo della sua attività. A tal fine, la compagnia prevede di continuare con la tendenza all'aumento degli investimenti in R&S, una voce che il gruppo ha aumentato più di un 50% negli ultimi cinque anni nella sua scommessa sullo sviluppo di soluzioni di lavaggio basate sulla maggiore efficienza, affidabilità e qualità dei propri impianti.

"La principale sfida che abbiamo davanti è sapere adattarci alla velocità di sviluppo tecnologico, pertanto una parte importante dei nostri sforzi si sta concentrando nell'area di interfaccia, comunicazione e connettività per migliorare l'esperienza del consumatore che utilizza i nostri impianti", ha sottolineato Tomás.

L'avvicinamento al consumatore finale dei servizi di lavaggio allo scopo di individuare le sue necessità e migliorare la sua esperienza con gli impianti di lavaggio, è il terzo elemento chiave del piano di crescita della compagnia. In questo senso, Yolanda Tomás ha evidenziato che "la nuova missione e i nuovi valori dell'impresa che si vedono riflessi in questo

cambiamento d'immagine si concentrano in un messaggio preciso e deciso che trasmettiamo a tutto il nostro pubblico: Istobal ti sta accanto, avendo cura della tua auto".

Inaugurazione della nuova immagine ad Autopromotec e FIAA

Il rinnovo del marchio è già realtà e si sta applicando a tutti i supporti di comunicazione del Gruppo, e alla sua pagina web. I primi scenari in cui sarà presentato in modo completo la nuova immagine di Istobal saranno i saloni Autopromotec a Bologna e FIAA in Spagna che si celebreranno quasi simultaneamente a fine maggio.

Nella modifica della sua immagine aziendale, Istobal ha puntato sul dare risalto al nome della marca, identificando il design con i valori del gruppo. Così è stato lasciato il colore rosso caratteristico dell'azienda mentre l'azzurro è stato sostituito dal colore argento, simbolo di innovazione, avanguardia e tecnologia. Anche lo stile grafico è più moderno allo scopo di trasmettere flessibilità, crescita ed espansione. Allo stesso tempo, si mantiene il claim Vehicle Wash & Care che rappresenta l'eccellenza aziendale nel servizio.

© riproduzione riservata
pubblicato il 5 / 05 / 2017