

BVD får nytt stort uppdrag av Electrolux Home

Electrolux Home har valt design- och varumärkesbyrå BVD som ny samarbetspartner för att skapa kampanjer där annonsbilagor, annonser och butikskampanjer integreras fullt ut. BVD har tidigare bland annat utvecklat kedjans butikskoncept och kökskatalogen Sentens.

I dagarna blev det klart att kökskedjan Electrolux Home utökar sitt samarbete med design- och varumärkesbyrå BVD. Under devisen "Hjälp hela vägen" samlar Electrolux Home ambitionen att vara den butikskedja som allra bäst kan hjälpa sina kunder med allt från brödrostar till kompletta kök; inklusive planering, ritning, rådgivning och kontakter med hantverkare. Från att ha varit en utpräglad vitvarukedja är butikernas erbjudande nu mycket bredare. Detta kräver också att kommunikationen förtydligas och koordineras på ett nytt sätt.

– Det är förstås väldigt roligt att Electrolux Home väljer att fördjupa sitt samarbete med oss. Det har hittills varit mycket lyckat och det ska bli otroligt spännande att fullt ut få vara med och utveckla de kommunikationskanaler som styr trafiken till Electrolux Homes alla butiker, säger Gunilla Orander, projektledare på BVD.

Electrolux Home har samarbetat med BVD sedan 2002, då byrå fick uppdraget att skapa ett nytt butikskoncept

och en brand manual för butikskommunikation. BVD står också bakom kökskatalogen Sentens, en kombination av inspirationsbok och praktiskt verktyg för såväl kunder som säljare. Electrolux Home har idag 64 butiker över hela landet och kedjan expanderar kraftigt genom ometableringar till större butikslokaler.

Uppdragsgivare Electrolux Home
Jan Lindh, Marknadschef
Tina Blomqvist, Marknadsassistent

Arbetsgrupp BVD
Christina Bohlin Malmnäs, Varumärkestrateg
Catrin Vagnemark, Creative Director
Johan Andersson, Grafisk formgivare
Karin Bille, Copywriter
Gunilla Orander, Projektledare
Ellinor Skölde, Produktionsledare

