11/03/2015 - Vedacit inova e apresenta novidades em marca, embalagens e PDV na Feicon 2015



A nova marca Vedacit, o layout das embalagens renovado e a inauguração da terceira fábrica são as principais novidades da empresa para o maior evento de construção da América Latina
Com quase 80 anos de atuação no segmento de construção, a Vedacit lança em primeira mão, no estande D-500, uma série de transformações que consolidam uma nova etapa em sua trajetória. A empresa inova na logomarca, nas embalagens de seus produtos e nos pontos de venda. Com isso cria uma identidade visual eficaz que transmite aos seus consumidores toda força e credibilidade da organização, adquirida ao longo do tempo a partir de sua expressiva participação no mercado. Durante o evento, a Vedacit traz ainda detalhes da sua terceira unidade fabril, que será inaugurada em junho de 2015, em Itatiba (SP). A iniciativa faz parte da estratégia da companhia para impulsionar seus negócios e oferecer produtos com tecnologia de ponta.
Segundo a gerente de marketing Ana Paula Vales, após uma série de estudos e pesquisas a logomarca da Vedacit foi modernizada. “O resultado da nova marca nasceu da preocupação legítima de reforçar nossa liderança e manter nossa competitividade. A inovação dos produtos, uma fabricação orientada pela qualidade, a distribuição eficiente e a prioridade no atendimento ao cliente fizeram da Vedacit uma marca de valor, reconhecida em todo o país. Agora, seu desenho é mais claro, moderno e objetivo”, esclarece.
Assim os produtos Vedacit passam a dialogar melhor com seus diferentes públicos. “As mudanças na comunicação não se limitam à marca e chegam também às embalagens dos produtos. Com um novo design, impressão em cores e informações claras e objetivas, as novas embalagens facilitarão a escolha e o consumidor tomará uma decisão de compra mais consciente”, informa a gerente. As embalagens contam ainda com elementos que direcionam o uso do produto, além do contato do SAC.
Presente em mais de 30 mil estabelecimentos, o que significa 94% das lojas de material de construção do Brasil, a empresa aposta em um novo conceito para ponto de vendas, o que proporciona ao consumidor uma visão mais abrangente de cada produto. Por isso criou uma lógica estratégica para agrupá-los por segmento de forma ainda mais efetiva, com uma exposição organizada para que o cliente encontre todas as soluções.
Em grandes centros comerciais, a empresa montará o “Soluções Vedacit”, um espaço inovador e exclusivo que terá ao menos um produto de cada categoria disponibilizado para que os

clientes e profissionais do setor os diferenciem facilmente, com um nível de informação nunca antes oferecido. “Mais que pontos de vendas, esses locais devem funcionar como núcleos de informação e aprendizagem sobre o universo Vedacit”, finaliza Ana Paula.

Foto: divulgação
ACCESSO Assessoria de Comunicação