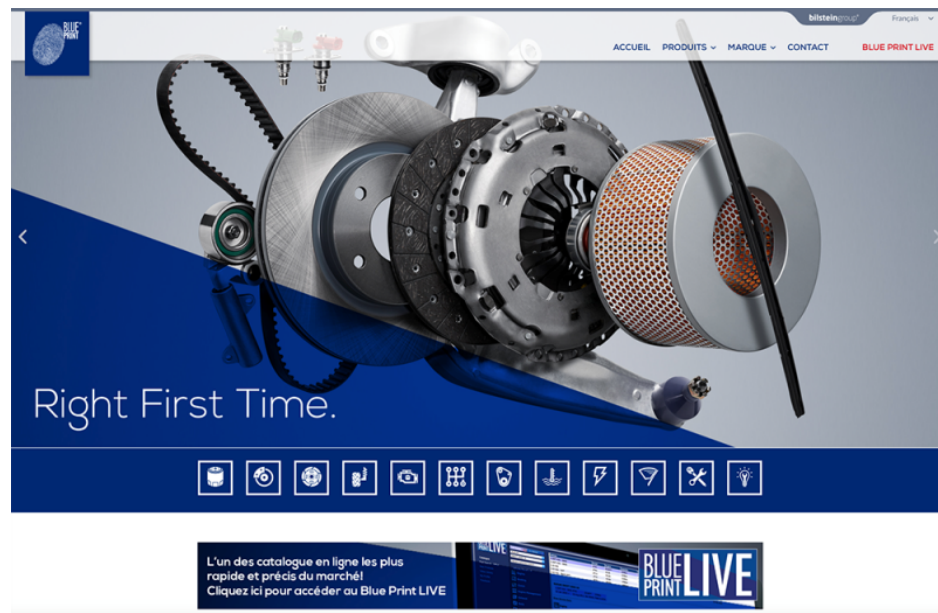


Blue Print change de look

jeudi, 23 février 2017

Présente sur le marché depuis 25 ans, la marque Blue Print du groupe bilstein vient de se doter d'une nouvelle charte graphique et d'un nouveau site internet.



La marque spécialisée pour les véhicules asiatiques, américains et britanniques ne propose pas moins de 160 familles de produits et plus de 23 000 références. «*Blue Print est en pleine expansion en France, en Europe mais également à l'international. Notre groupe a donc souhaité que la marque affiche une image plus universelle, fondée sur un savoir-faire technique produits, pour accompagner ce développement*» explique Arnaud Pénot, responsable marketing et administration des ventes de bilstein group France.

Pour cela, la nouvelle charte graphique a misé sur des couleurs plus actuelles et plus modernes. Ainsi, le nouveau logo réintroduit le slogan : «*Right First Time*» (Le bon choix du premier coup). Bien entendu, un catalogue en ligne est disponible. Il permet la recherche par l'immatriculation, numéro de série, marque, modèle et donne accès à des bulletins techniques et autres compléments. Et mieux encore, en cas d'absence d'une référence, les réparateurs peuvent faire remonter leurs demandes pour qu'elles soient prises en compte et mises à disposition. Ainsi, ce ne sont pas moins de 150 nouvelles références qui complètent mensuellement l'offre Blue Print.

© Apres-Vente-Auto.com © Reproduction interdite