

Semantix stärker varumärkespositionen med ny varumärkesstrategi

Nordens största språkföretag, Semantix, har genomfört ett stort varumärkesarbete som rullas ut i dagarna. Arbetet innefattar bland annat ny varumärkesplattform, ny visuell identitet och en utvecklad digital kundupplevelse.

Hela översättnings- och språkmarknaden genomgår för närvarande en omfattande digital transformation. För att tydligare omfamna rollen som det ledande språkföretaget i Norden har Semantix valt att utveckla en ny varumärkesstrategi och ny visuell identitet. Bakom arbetet ligger varumärkesbyrån Identity Works.

”Vårt varumärke är motorn i vår digitala transformation. Vår nya varumärkesstrategi och visuella identitet ger oss rätt förutsättningar för att ta en ledande roll i den pågående branschutvecklingen”, säger Annika Hampf, Chief Marketing Officer på Semantix.

En central del av varumärkesarbetet har också varit att utveckla den digitala kundupplevelsen.

”För ett digitalt tjänstebolag som Semantix går varumärkesutveckling och digital kundupplevelse hand i hand, och det känns otroligt spännande att vi här haft möjligheten att utveckla dessa delar parallellt”, säger Bjarne Otterdahl, VD på Identity Works.

Den nya visuella identiteten lanserades den 25 april och den digitala plattformen och erbjudandet kommer att implementeras successivt under kommande år.

För mer information, vänligen kontakta:

Annika Hampf, Chief Marketing Officer, Semantix

annika.hampf@semantix.com

Tel: +46 707 56 32 44

Semantix

Med en årlig omsättning på 1 miljard kronor är Semantix en ledande språkpartner för flerspråkiga tjänster som under 50 år gett människor och företag möjlighet att skina på alla språk. Från vår nordiska bas och med vår globala räckvidd kan vi erbjuda ett partnerskap för alla flerspråkiga behov där vi tillhandahåller översättning, tolkning och avancerade tekniska lösningar till våra kunder. Vi kombinerar våra expertkunskaper med språkteknologi för att hjälpa våra kunder att skina. Läs mer på www.semantix.se