

Headsethersteller Jabra stellt Kunden in den Mittelpunkt – Neue digitale Plattform als Herzstück des Online-Auftritts

YOU´RE ON: Jabra mit neuem Markenauftritt

Rosenheim, 09. Mai 2012. – Jabra hat ab heute weltweit einen neuen und einheitlichen Markenauftritt: Mit dem Slogan „Jabra – YOU´RE ON“ definiert der Headsethersteller sein Wertversprechen neu und passt es besser dem sich kontinuierlich verändernden Markt an. Herzstück des neuen Markenauftritts bildet eine moderne digitale Plattform: Über sie bleibt Jabra mit seinen Kunden noch besser in Kontakt und kann gezielter auf Kundenwünsche und Marktanforderungen reagieren.

Jabra hat seinen Markenauftritt komplett überarbeitet: Der neue Slogan „Jabra - You´re on“ gilt weltweit und wird von einer neuen Online-Plattform begleitet, die alle bisherigen Marktsegmente, Nutzer- und Kundenprofile miteinbezieht.

„Wir wollten ein universelles Konzept schaffen, das in allen Märkten funktioniert. Die Grenzen zwischen Business und Consumer-Lösungen verschwimmen immer mehr. Unser Ziel ist, Jabra eine Markenidentität zu geben, mit der wir bei Einzelpersonen wie Unternehmen mit allen unseren Geschäftsfeldern noch stärker in den Mittelpunkt rücken. Es ist ein strategischer Schritt, der eng mit unserer allgemeinen Geschäftsstrategie und unserem ständigen Bestreben verknüpft ist, die Erwartungen des Marktes zu erfüllen und zu übertreffen“, erläutert Mogens Elsberg, CEO von Jabra und Hauptvisionär des Projektes.

Für ein führendes Technologie-Unternehmen, das dafür bekannt ist, seinen Schwerpunkt auf Forschung und Entwicklung zu legen, ist die neue Markenidentität und das veränderte Wertversprechen nur natürlich, so Mogens Elsberg. So wie sich Technologien ändern, so verändern sich auch die Ansprüche der Kunden. Deshalb müsse Jabra mit seiner Markenidentität und dem Wertversprechen klar zeigen, dass das

Unternehmen verstanden hat, was Kunden heute wünschen und morgen benötigen.

Jabra liefert weit mehr als nur Hardware. Die Vision des Unternehmens ist, Kunden dabei zu helfen, ihre Bewegungsfreiheit dank neuer Technologien voll auszuschöpfen. Diese Aussage soll sich auch in dem Wertversprechen der Marke widerspiegeln und es untermauern. Als Branchen-Trendsetter gestaltet Jabra Technologien mit, die die Art und Weise, wie Nutzer arbeiten, spielen und leben, grundlegend verändern. Dadurch liefert Jabra passende Lösungen für die sich stetig verändernden Ansprüche seiner Kunden.

Parallel dazu hat Jabra seinen Online-Auftritt neu entwickelt und überarbeitet. Auf Jabra.com finden Kunden nun eine auf ihre Bedürfnisse zugeschnittene Online-Plattform mit umfassenden Funktionen und Social-Media-Anwendungen. Damit kann Jabra noch besser auf Kundenwünsche reagieren und dieses Wissen für die Entwicklung kundenspezifischer Lösungen nutzen. Weitere lokale Webseiten stellt Jabra nach und nach um.

„Dank der neuen Kommunikations-Plattform können wir das Nutzerverhalten noch besser verstehen und darauf reagieren, indem wir Kunden die Inhalte und Service-Leistungen bieten, die sie von uns erwarten. Wir sind glücklich, bereits einen hohen Prozentsatz zufriedener Kunden zu haben. Mit der neuen Webseite können wir die Kundenzufriedenheit sogar noch steigern, indem wir einen noch besseren Online-Support bieten. Auf ihm werden wir Online-Videos mit Anleitungen hochladen, die zeigen, wie ein Produkt zu nutzen ist. Damit bekommen Nutzer genau zur richtigen Zeit Hilfe und Unterstützung für ihre Fragen,“ sagt Michael Harboe, Head of Online Marketing bei Jabra.

Mit Jabra - You're on schafft Jabra ein Portal, das Anwender bei ihren Fragen begleitet, ohne sie technisch zu überfrachten. Im Mittelpunkt des neuen Markenauftritts stehen dabei Kunden und Partner, die über den dynamischen Auftritt miteinander verbunden sind: „Ein neuer Markenauftritt entsteht nicht über Nacht. Wir haben den Markt lange beobachtet und Vertreter aller Kundensegmente zur Marke Jabra befragt,“ erläutert Susanne Lund, Head of Marketing bei Jabra. „Das Ergebnis ist ein

neuer, frischer und dynamischer Auftritt, der den Alltag unserer Kunden einfacher macht.“

(558 Wörter / 4.098 Zeichen inkl. Leerzeichen)

Folgen Sie Jabra auch auf Twitter: <http://twitter.com/JabraDE> und
Facebook: www.facebook.com/jabrade

Über Jabra

Jabra ist der Markenname von GN Netcom, einer Tochtergesellschaft von GN Store Nord A/S (GN). Das Unternehmen ist an der NASDAQ OMX gelistet. Weltweit beschäftigt Jabra etwa 850 Mitarbeiter und hat 2011 einen Jahresumsatz von ca. 2,106 Mrd. DKK erwirtschaftet. Als einer der weltweit führenden Hersteller entwickelt und vermarktet Jabra ein umfangreiches Portfolio an hands-free Kommunikationslösungen. Seit mehr als zwei Jahrzehnten steht Jabra für Innovation, Zuverlässigkeit und hohen Bedienkomfort. Mit seinen Geschäftsbereichen für mobile Anwender und professionelle Nutzer in Contact Center und Bürouräumen produziert Jabra schnurgebundene und schnurlose Headsets und Freisprechlösungen, die Nutzern und Unternehmen ermöglichen komfortabler, leistungsfähiger und standortunabhängig zu kommunizieren.

Weitere Informationen:

www.jabra.com/de
<http://jabra.namu-pr.de>
<http://twitter.com/jabrade>
<http://facebook.com/jabrade>

| Unternehmenskontakt | Pressekontakt |
|---|--|
| <p>GN Netcom GmbH Traberhofstraße 12, 83026 Rosenheim</p> <p>Diana Nur-El-Din, Managing Director DACH, Tel: + 49 (0)8031/ 26 510, Fax: + 49 (0) 8031/ 26 51 34, E-Mail: presse@jabra.com</p> <p>Stefan Kirchhof, Channel Marketing Manager, Tel.: + 49 (0)8031/26510, Fax: + 49 (0)8031/2651-34; E-Mail: presse@jabra.com</p> | <p>NAMU-PR Geibelstr. 4, 30173 Hannover</p> <p>Frauke Schütz, Tel: +49 (0)511-7909-0302, Fax: +49 (0)511-7909-0303, E-Mail: fs@namu-pr.de, Internet: www.namu-pr.de</p> <p>Thomas Semmler, Tel: +49 (0)511-7909-0300, Fax: +49 (0)511-7909-0303, E-Mail: tom@namu-pr.com, Internet: www.namu-pr.de http://presse.namu-pr.de/jabra/jabra_start.html</p> |