

Pressmeddelande, 25 januari, 2018

SEMCON VINNER ÅRETS VARUMÄRKESRESA 2017

Semcon tilldelas utmärkelsen Årets Varumärkesresa 2017. Priset ges till det företag i Sverige som genomfört den mest lyckade varumärkesförflyttningen under förra året. Såväl nytänkande, genomförande som effekt utvärderas.

- Otroligt roligt! Det är ett enormt jobb som har gjorts av ett fantastiskt team i ett framåtriktat företag. Känns väldigt kul och hedrande att det uppmärksammas. Speciellt i konkurrens med så många andra lysande nominerade, säger Per Nilsson, kommunikations- och marknadschef på Semcon.

Det är Marknadsföreningen i Stockholm som står bakom priset och har med hjälp av en jury bestående av några av landets främsta kommunikationsexperten utsett vinnarna. Priset delades ut på Fotografiska muséet i Stockholm den 25 januari. Motiveringen lyder:

"I en lågintresse- och traditionstyngd bransch har detta bolag visat att allt är möjligt om man bara vågar söka rätt insikter och tro på förändring. Att skapa allmänintresse för en affär som inte riktar sig till konsument eller har en fysisk produkt, ses som en omöjlighet för många. Genom att förflytta fokus från teknik till människan, skrota kommunikation som inte ger effekt och fokusera på PR, sociala medier och de egna medarbetarna, har bolaget gjort det omöjliga möjligt och på kort tid och med små medel givit varumärket vingar långt utanför nations- och branschgränserna".

[Marknadsföreningen i Stockholm](#) har sedan 2006 utsett Årets Marknadschef och nytt för i år är utmärkelsen Årets varumärkesresa. Utöver Semcon var företagen Dometic, Fonus och Hemtex nominerade.

Semcons varumärkesresa

Ett genomgående varumärkesarbete har genomförts i syfte att öka kännedomen och intresset för Semcon. Innehållet innefattar bland annat en ny positionering, varumärkesplattform, visuell identitet och kommunikationsstrategi. Allt genomsyras av att alltid utgå från slutanvändarens behov och beteenden - först människan, sedan tekniken.

Semcon är ett internationellt teknikföretag som utvecklar produkter baserat på mänskliga behov och beteenden. Genom att alltid utgå från slutanvändaren stärks kundernas konkurrenskraft, eftersom den som vet mest om användarens behov skapar bäst produkter och tydligast nytta för människor. Semcon samarbetar främst med företag inom branscherna fordon, industri, energi och life science. Med över 2000 specialiserade medarbetare finns förmåga att ta hand om hela produktutvecklingscykeln. Från strategi och teknikutveckling till design och produktinformation. Semcon grundades 1980 i Sverige och har kontor på fler än 30 platser i åtta olika länder. År 2016 omsatte koncernen 1,8 miljarder kronor. Läs mer på semcon.com

Semcons marknadsavdelning består av:

Ida Borenstein, Christian Borg, Maria Cederfont, Emma Groth, Emil Gustafsson Ryderup, Sofia Lindqvist, Linda Nilsson, Per Nilsson, Erika Rogbrant och Therese Scander.

För mer information, vänligen kontakta:

Per Nilsson, kommunikations- och marknadschef, Semcon Tel: +46 [0] 739-737 200

Email: per.nilsson@semcon.com

Semcon är ett internationellt teknikföretag som utvecklar produkter baserat på mänskliga behov och beteenden. Genom att alltid utgå från slutanvändaren stärks kundernas konkurrenskraft, eftersom den som vet mest om användarens behov skapar bäst produkter och tydligast nytta för människor. Semcon samarbetar främst med företag inom branscherna fordon, industri, energi och life science. Med över 2000 specialiserade medarbetare finns förmåga att ta hand om hela produktutvecklingscykeln. Från strategi och teknikutveckling till design och produktinformation. Semcon grundades 1980 i Sverige och har kontor på fler än 30 platser i åtta olika länder. År 2016 omsatte koncernen 1,8 miljarder kronor. Läs mer på semcon.com