

# Tízéves jubileumára készül a HELLO

**A Hello, amely 1998-ban jelent meg a piacon azzal a céllal, hogy megfeleljen a nyomdák szigorú termékkövetelményeinek és szolgáltatásbeli elvárásainak, piacvezető márka a famentes mázolt papírok európai piacán. A jellegzetes piros rizsma Európa 15 országában kapható. Magyarországon kizárólag a Budapest Papír Kft. forgalmazza. A Hello választék: Hello Gloss, Hello Silk, Hello Silk Creme és Hello Matt. Valamennyi minőség széles súly- és méretválasztékban kapható. További információkért lépjen kapcsolatba a Budapest Papír Kft. képviselőjével.**

A Budapest Papír Kft. a PaperlinX tagja, amely a világ vezető papírforgalmazó csoportja. További információért látogasson el a [www.paperlinx.com](http://www.paperlinx.com) oldalra.

A Hello, az összeurópai mázoltpapír-piac vezető márkaneve, a 2008 tavaszán betöltendő tízéves évfordulója alkalmából márkájának frissítését és megerősítését tűzte ki céljává.

A márka fennállásának második évtizedében élénkebb, jóval kifinomultabb arculatot mutatva fog belépni, egy olyan új kinézettel, mely megfelelőképpen sugallja a Hello alapvető jellemzőit. A Hello logója egyszerűbb és egyben korszerűbb lesz a „kéz” elemének eltávolításával, lehetővé téve a logó és a jelmondat – The Answer – számára, hogy egyértelműbben kiemelkedjenek.

Az egyszerűbb, jóval közvetlenebb márkaazonosító felvitelre kerül az összes járulékos Hello

termékre és csomagolóanyagra, beleértve az ügyfélbarát palettacímkek dizájnját és – 2007 szeptemberétől – egy [www.hellopaper.com](http://www.hellopaper.com) interaktív honlap válik elérhetővé, ahol a látogatók elbeszélgethetnek a Hello képviselőivel, és értékes visszajelzésekhez juthatnak. Az ősz folyamán sor kerül egy reklámkampányra is, amely az új márka imázs megerősítését fogja szolgálni.

Erdély Zsolt, a Budapest Papír Kft. ügyvezető igazgatója így kommentálja: „A Hello majd’ tíz évvel ezelőtt született, és küldetése az volt, hogy a vezető európai mázolt papír márkává váljon, mind az eladási volumen, mind az ügyfelek általi értékelés tekintetében. E cél megvalósításának sikerét az szavatolta, hogy ügyfeleink számára a legjobb minőségű termékek és szolgáltatások

nyújtását céloztuk meg, amely az ügyfelekkel folytatott folyamatos kapcsolattartáson, kommunikáción alapult. Az aktív, úttörő szemléletű hozzáállás a Hello márka szíve, mely beépül ennek vizuális identitásába is.”

„Előretételeztem, hogy itt az ideje a márka megerősítésének, itt az ideje, hogy a Hello fejlődésének egy új, izgalmas szakaszá-

ba lépjen. Az új külső és arculat megtartja az eredeti márka imázs energiáját és dinamizmusát, miközben hatékonysága nő, és jóval közvetlenebb hatást gyakorol az ügyfélre. Meggyőződésünk, hogy a vizuális fejlődés tükröződni fog az ügyfeleink javuló tapasztalataiban is a Hello márka kapcsán, amely a Hello márkát is előre viszi.”

