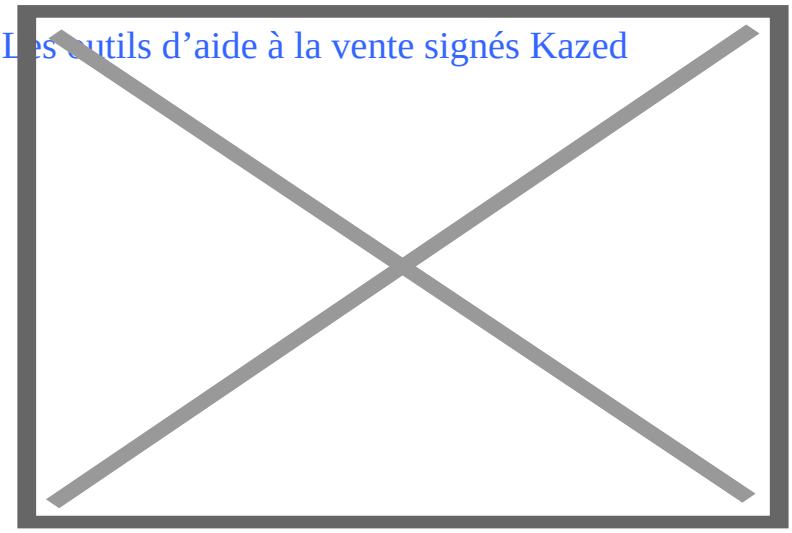
septembre 2010

Kazed

Les outils d’aide à la vente signés Kazed



En 2009, après avoir initié une stratégie visant à réinventer la marque Kazed, le groupe Deya poursuit sa démarche axée sur des valeurs de simplicité, de créativité et de fiabilité. Ainsi, après la mise en ligne de son nouveau site Internet, la société française présente trois modules d’exposition conçus spécialement pour les négoces : un box de 2 m2 et des corners de 4 et 12 m2 (tous deux avec un nuancier grand format intégré). Ils permettent de mettre en scène un univers différenciant et coloré qui valorise le sur-mesure. Ils sont adaptés pour présenter les portes coulissantes, pliantes ou pivotantes ainsi que les châssis de galandage ou les portes de circulation.

Pour accompagner les distributeurs, le groupe Deya a également édité un Book Collections qui se présente sous la forme de planches tendances avec une large palette de matières et coloris qui illustrent la diversité de l’offre. Il est complété par un Catalogue Collections et des dépliants ambiance qui réunissent des informations techniques détaillées sur les nombreux systèmes et modèles. Inédit jusque là, un écran plat peut également être installé pour apporter encore plus de convivialité. Il projette différentes vidéos claires et didactiques qui reprennent la présentation de la marque et les outils présents au sein du module.