juillet 2016

Kiloutou

Accueil / BATIDISTRIBUTION / Location / Loueurs

Campagne TV « Parlons Pro »

Depuis le début de l'année, le groupe Kiloutou affirme son engagement auprès de ses clients professionnels, à travers une série d'actions d'envergure : renouvellement important de son parc de matériels, nouvelle identité visuelle, nouveau site internet… Pour témoigner de ces efforts et confirmer son statut de partenaire des professionnels, l'enseigne de location de matériels pour le bâtiment et le TP a débuté le 27 mai dernier une campagne de publicité télévisuelle sur France 2, France 3, M6, les chaînes de la TNT et du groupe Canal+.



S'inspirant du nouveau logo Kiloutou symbolisant le professionnalisme et la dimension humaine, le studio Grenade & Sparks a imaginé un film TV « Kiloutou, parlons pro » autour du concept « l'Homme au Centre » mettant en scène des femmes et des hommes qui expriment leurs besoins, leurs valeurs et leurs envies dans leur environnement de travail. Dans ces saynètes, les expressions employées par les personnages, qui seront reprises dans les futures annonces presse, jouent avec le mot «pro» dans le but d'identifier clairement les valeurs de la marque : Protection, Promesse, Proximité, Progrès. Ces paroles s'illustrent en surimpression, dans une ambiance en noir et blanc, dynamisée par des touches de jaune Kiloutou.

Kiloutou Experience francilien

Les 10 et 12 mai dernier, Kiloutou a organisé à Pantin et Thiais son événement recrutement Kiloutou Expérience. Après l'opération « viens t'envoyer en l'air » réalisée en région parisienne en 2013 et le Kiloutou Expérience lillois en janvier 2016, l'entreprise réitèrait ainsi l'opération avec une volonté de créer toujours plus de proximité et d'originalité auprès des candidats (appréhender la technicité des matériels et l'environnement de travail, rencontres avec des managers, entretiens de recrutement dans une nacelle ou un camion benne).

Ce Kiloutou Expérience a un double objectif qui est de recruter en région parisienne des talents sur ses métiers opérationnels (commerce en agence, centre d'appels, force de vente, technique) et de mieux faire connaître l'entreprise, son projet de développement, ses métiers, son état d'esprit auprès des candidats.