juin 2019

Würth

Une nouvelle plate-forme de marque

Après avoir mis en place sa stratégie multicanale et fait évoluer son organisation en conséquence dès 2016, Würth France qui fêtait ses 50 ans en 2017 a procédé à une étude de son positionnement et décidé de se doter d'une nouvelle plate-forme de marque, laquelle est basée selon le distributeur lui-même sur le positionnement de Wurth France par rapport à sa concurrence, son objectif de développement, le rôle qu'il entend être le sien sur son secteur d'activité et ses valeurs.

« *Notre plus belle entreprise, c'est d'accompagner la vôtre* » est la nouvelle signature de la filiale française de Würth dont l'engagement, tant auprès de ses clients que de ses collaborateurs est résumé par Jean-Luc Thesmar, Directeur Achats, Marketing et Communication de Würth France : « *Nous voulons, dans notre monde très digitalisé, mettre en avant l'humain et démontrer à chacun de nos collaborateurs et clients que nous sommes prêts à les accompagner et à être à leurs côtés en toutes circonstances. Nous voulons générer des émotions et fidéliser autour de notre marque et de notre nom qui est unique*. »

Würth France, c'est
3 800 collaborateurs
Plus de 2 750 commerciaux
136 points de vente PROXI Shop en France au 30/04/2019
250 000 clients
30 000 références