

LA PAROLA A **ENRICO HOFFMANN**

# ecoGenius: progetto Siemens a 360°

Ecco la gamma che coniuga ecologia e tecnologia. Obiettivo: sviluppare le quote, fidelizzare il cliente e crescere assieme al trade. Tutti i segreti del brand appena nato.

Si chiama ecoGenius il nuovo progetto di Siemens, che si propone di sviluppare le quote di mercato nel free standing, aumentare la riconoscibilità del marchio e la sua conoscenza da parte dei clienti. Parola di Enrico Hoffmann, neo responsabile marketing di Bsh Elettrodomestici, la filiale italiana della multinazionale presente sul mercato con i marchi Bosch, Siemens, Gaggenau e Neff. Si tratta, in estrema sintesi, di un progetto di brand a 360°. Tradotto: non solo nuovi prodotti (e ce ne saranno tanti - promette l'azienda), ma anche un modo di comunicare innovativo, con attività sul punto vendita, servizi e idee da proporre al consumatore finale o da sviluppare in collaborazione con il trade.

Ma andiamo con ordine. La filosofia che ha ispirato il nuovo progetto Siemens ecoGenius è semplice: prodotti, idee, attività e servizi che si distinguono per genialità e per rispetto dell'ambiente. Una sintesi estrema di intelligenza ed ecologia: questa l'idea di fondo sulla quale Siemens sta concentrando tutti i suoi sforzi. Con un occhio alla tecnologia e uno alla natura. E al centro sempre il consumatore: la nuova gamma Siemens, infatti, si presenta sul mercato con la promessa di migliorare la vita quotidiana, rendendola

più piacevole e lasciando più tempo libero. Obiettivo? Fidelizzare il cliente, sia al brand che al punto vendita, diffondere la conoscenza del marchio Siemens, che ancora detiene una piccola fetta del mercato degli elettrodomestici, e in ultima analisi, come si diceva, sviluppare le quote.

## **Dottor Hoffmann, ci può spiegare come nasce l'idea di ecoGenius e perché?**

Abbiamo fatto ricerche sul posizionamento del marchio Siemens e, dai risultati, è emersa la necessità di pensare a un nuovo progetto, che coinvolgesse sia il prodotto che la comunicazione. Così è nato ecoGenius. Già il nome rivela le due anime della futura Siemens: quella ecologica, che punta alla salvaguardia dell'ambiente, e quella tecnologica. Ma attenzione: stiamo parlando di tecnologia amica, che semplifica la vita delle persone e rende più facili i lavori di tutti i giorni. Il tempo e il mondo in cui viviamo sono infatti beni preziosi: per rispettarli al meglio, crediamo che la genialità di Siemens possa essere di aiuto. Anzi, ne siamo convinti: metteremo il marchio ecoGenius soltanto su quei frigoriferi, lavatrici o lavastoviglie che si distingueranno per assoluta completezza di funzioni, per rispar-



**Enrico Hoffmann,**  
neo responsabile marketing di Bsh Elettrodomestici.