

21.09.2010 - 11:05 Uhr

Un nouveau positionnement pour PwC

Zurich (ots) -

PricewaterhouseCoopers change son logo pour «pwc»*.

Des couleurs plus chaudes et une nouvelle typographie donnent à PwC une image plus chaleureuse et plus humaine. «Construire des relations - créer de la valeur» est la devise du nouveau positionnement de la marque. Elle repose sur le programme de culture d'entreprise «PwC Experience», lancé il y a plusieurs années déjà, et symbolise la promesse faite par PwC à ses clients et à ses collaborateurs.

PwC, numéro un de l'audit et du conseil en Suisse, affiche des ambitions claires. «Nous voulons conserver notre longueur d'avance en tant que leader de l'audit et du conseil, et notre nouveau positionnement sur le marché doit nous y aider», déclare Markus Neuhaus, CEO de PwC Suisse.

Des relations solides, une réelle valeur ajoutée

À l'avenir, la marque PwC devra incarner encore davantage la promesse qu'elle fait, tant à ses clients qu'à ses collaborateurs: «Ma relation avec PwC m'aide à trouver les avantages et la valeur que je recherche.» Markus Neuhaus explique: «Afin de faire profiter pleinement le client de nos atouts, nous ne lui prêtons pas seulement une oreille attentive, mais nous l'interrogeons aussi sur les souhaits et les objectifs qu'il a formulés. Plus la relation humaine repose sur la confiance, plus cela sera aisé. C'est seulement lorsque l'on sait à quoi le client aspire réellement que l'on peut investir ses propres compétences de manière ciblée et créer de la valeur ajoutée allant au-delà de l'ordinaire. Et c'est ce que le client attend.» Comme pour le programme de culture d'entreprise PwC Experience, tous les aspects de la promesse de notre marque s'inscrivent aussi bien dans le cadre d'une collaboration avec les clients que dans celui d'une collaboration entre collègues. «PwC Experience n'est pas un modèle abstrait, mais requiert l'engagement de chaque collaborateur en faveur d'un comportement axé sur la valeur, tant dans la relation avec le client qu'avec ses collègues», conclut Markus Neuhaus.

* Le logo se limite désormais aux initiales «pwc» écrites en minuscules. Cependant, sur le plan juridique, l'entreprise apparaît toujours en tant que PricewaterhouseCoopers.

Vous trouverez dorénavant nos communiqués de presse aussi sous:
www.twitter.com/PwC_Switzerland

PwC (www.pwc.com) offre des services spécifiques d'audit, de conseil juridique et fiscal et de conseil économique aux branches économiques afin d'instaurer la confiance et de générer de la valeur pour ses clients et leurs partenaires. Le savoir-faire et l'expérience du réseau de nos entreprises membres regroupant plus de 163 000 collaborateurs dans 151 pays nous permettent de développer des perspectives nouvelles et de prodiguer des conseils pratiques.

«PwC» est la marque sous laquelle les entreprises membres de PricewaterhouseCoopers International Limited (PwCIL) opèrent et fournissent leurs prestations. Ensemble, elles forment le réseau PwC. Chaque entreprise de ce réseau représente une personne morale différente et indépendante et n'agissant pas au titre de représentant de PwCIL ni au nom d'une autre entreprise membre. PwCIL ne fournit pas de prestations aux clients. PwCIL n'assume aucune responsabilité

pour les actions ou inexécutions des entreprises membres et ne peut pas non plus être poursuivie en leur nom. PwCIL n'est pas en mesure d'influencer ou de restreindre le jugement compétent des différentes entreprises.

Contact:

Markus R. Neuhaus, CEO
PwC Suisse
E-Mail: markus.neuhaus@ch.pwc.com

Claudia Sauter
Communications Senior Manager
PwC Suisse
E-Mail: claudia.sauter@ch.pwc.com

Alexander Fleischer
Responsable Marketing & Communications PwC Central Cluster
et PwC Suisse
PwC Suisse
E-Mail: alexander.fleischer@ch.pwc.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100008191/100610587> abgerufen werden.