

22.03.2021 – 08:00 Uhr

Agile de bout en bout : POLYPOINT SA façonne l'avenir.



Bern-Gümligen (ots) -

POLYPOINT SA sous une nouvelle apparence

Avec ses précieuses solutions, POLYPOINT SA aide les prestataires de soins dans le domaine de la santé à promouvoir la performance, l'efficacité ainsi que la participation des collaborateurs. Depuis 35 ans, l'entreprise de Gümligen (Berne), facilite le travail quotidien des professionnels de la santé. Aujourd'hui, POLYPOINT SA répond aux défis de notre temps avec une nouvelle apparence et un positionnement plus précis.

Le nouveau logo de POLYPOINT SA constitue la partie émergée d'un iceberg de changements internes et de développement continu. Il est composé de plusieurs symboles. Entre autres, un coeur et les deux P de POLYPOINT. Si vous regardez attentivement, vous verrez également une horloge. Vue sous cet angle, cette nouvelle apparence est aussi un signe du temps. Thomas Buerdel, CEO de POLYPOINT SA, explique : " Au cours des derniers mois, nous avons examiné de manière intensive notre positionnement. Ce faisant, nous avons découvert que l'image extérieure de POLYPOINT ne correspondait plus à notre propre perception de l'entreprise. "

Un signe du temps

Cette nouvelle apparence s'accompagne également d'un positionnement plus précis. Juste à temps pour son 35e anniversaire, l'entreprise POLYPOINT SA communique à ses clients et à ses collaborateurs qu'elle est prête à relever ensemble les défis de l'avenir dans le secteur de la santé. Le moment ne pouvait pas être mieux choisi. En relançant sa marque, elle montre également une attitude confiante et positive. Ce sont des signaux importants, surtout à l'heure actuelle. Toutefois, la vision qui sous-tend la marque POLYPOINT est toujours la même, depuis ses débuts. Car l'ambition de cette société TIC a toujours été de donner plus de temps aux professionnels de la santé grâce à des *Solutions, des Services et Empowerments* bien pensés. Depuis le début, cette vision a été suivie avec passion. Et un succès total.

De cause à effet

Interrogé sur l'objectif de cette relance de la marque, Thomas Buerdel répond : " Ces dernières années, et surtout durant la période exceptionnelle que nous vivons, beaucoup de choses ont changé. Aussi bien pour nous, en tant que marque, que pour le système de santé dans son ensemble. Avec la relance de notre marque, nous voulons rendre notre développement clairement reconnaissable pour le monde extérieur, et ainsi faire comprendre que ce processus est continu chez POLYPOINT. Nous avons beaucoup appris depuis le temps que nous sommes en activité. Nous avons développé une culture unique et nous nous présentons aujourd'hui comme une super équipe dotée d'énormes compétences. Ces compétences transparaissent dans la gamme étendue et affinée de nos services. "Les clients de POLYPOINT profitent de ces développements de diverses manières. Les processus ont été optimisés, de nouvelles méthodes ont été mises en oeuvre et les approches collaboratives caractérisent désormais l'état d'esprit

des collaborateurs et de la direction. Tout cela devrait permettre aux clients de vivre une nouvelle expérience de la marque.

En outre, en affinant son portefeuille, POLYPOINT vise à répondre aux changements complexes que connaît aujourd'hui le domaine de la santé. Sur des thèmes tels que l'autogestion, le transfert de connaissances, le centrage sur les collaborateurs, la valorisation et bien plus encore, POLYPOINT propose une offre de services segmentée dans le domaine des *Solutions, Services et Empowerments*. Les approches collaboratives telles que la co-conception et la co-création prennent de plus en plus d'importance. À cette fin, les points de contact en ligne et hors ligne ont été optimisés. Les points de contact sur le web, en particulier, ont été considérablement élargis. Des solutions de bout en bout rapides et flexibles offrent des avantages optimaux. Pour l'entreprise. Et pour les personnes qui fournissent tous les jours un travail difficile.

Au commencement était ... le temps

Le temps - particulièrement dans le domaine de la santé - devient de plus en plus un facteur décisif. POLYPOINT veut exprimer cette prise de conscience avec la relance de sa marque et son nouveau slogan "*Because time matters*". Car finalement, POLYPOINT fait tout pour offrir plus de temps à ses clients. Plus de temps pour les choses essentielles dans leur travail quotidien. Et plus de temps pour eux-mêmes.

Contact:

Pour de plus amples informations et des images à imprimer, veuillez contacter :

Martina Blaser, Head of Marketing POLYPOINT AG

mail: martina.blaser@polypoint.ch

phone: +41 31 309 01 61

Medieninhalte



Thomas Buerdel, CEO et Martina Blaser, Head of Marketing - POLYPOINT AG / Texte complémentaire par ots et sur www.presseportal.ch/fr/nr/100084023 / L'utilisation de cette image est pour des buts rédactionnels gratuite. Publication sous indication de source: "obs/POLYPOINT AG"

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100084023/100867430> abgerufen werden.