

FAQ sur le renouvellement de la marque



Nous avons une toute nouvelle apparence! Voici quelques réponses aux questions fréquemment posées sur notre récente nouvelle image de marque, qui vous aideront à l'expliquer à vos clients – et invitez-les à se joindre à vous dans votre aventure Norwex.

Pourquoi Norwex renouvelle son image de marque?

En 2021, nous avons sollicité l'opinion de plus de 120 Conseillères (ers) et clients aux É.-U., au Canada, au Royaume-Uni et en Malaisie. Les résultats de notre recherche qualitative ont mis en lumière le besoin de présenter une marque plus moderne qui pourrait refléter notre positionnement d'excellence, ainsi qu'une identité visuelle qui reflèterait notre héritage norvégien et notre Mission de réduire les produits chimiques nocifs.

Comment cette nouvelle image va-t-elle renforcer mon entreprise?

L'initiative de renouveler la marque peut renforcer votre entreprise de plusieurs façons. Elle peut susciter les conversations (ex. : contacter les gens sur les réseaux sociaux, accueillir des ateliers « comment faire? », profiter de l'envoi postal du Catalogue, etc.) et attirer de nouveaux clients et nouvelles Conseillères (ers) en mettant en avant des messages de ventes clés comme « sans produits chimiques nocifs ». De plus, cela fournit le plus final pour les ventes, grâce à une belle première impression visuelle. Les ressources de marketing actualisées augmentent l'implication des clients; soutiennent nos prix premium et reflètent notre mode de vie, qui nous sommes et où nous allons.

Quels sont les objectifs principaux de cette initiative de renouvellement de la marque?

Nous avons trois objectifs principaux pour notre nouvelle image de marque :

1. Réimaginer le logo Norwex pour transmettre une impression nordique, naturelle et haut de gamme, tout en transcendant toutes les catégories de produits et en montrant notre caractère unique sur le marché.
2. Pour reformuler notre Mission qui est plus personnelle et se concentre sur les gens. Elle concerne désormais plus la raison de notre existence plutôt que de simplement établir ce que nous faisons.
3. Pour créer un style plus cohérent basé sur notre héritage norvégien ainsi qu'un message plus simple qui soit positif et engageant.

Comment cette nouvelle image va-t-elle impacter nos produits ou nos services?

Nos produits et nos services sont de la même grande qualité que vous attendez toujours de Norwex. Les produits avec des étiquettes et emballages actualisés commenceront à être expédiés lorsque les stocks actuels seront épuisés, mais nos ingrédients naturels à base de plantes et l'attention que nous portons à la qualité ne changent pas. Nous sommes déterminés à maintenir le même haut niveau d'excellence qui accompagne tout ce que nous faisons.

Y aura-t-il des changements concernant notre structure de prix résultants du renouvellement de notre image?

Non, les prix continueront d'être déterminés par les mêmes facteurs et réflexions qui ont toujours été en place.

Comment le renouvellement de l'image de marque va-t-il affecter notre base de clients?

Nous pensons que les clients vont adorer la nouvelle image de marque et auront une affinité naturelle vis-à-vis de notre Mission. Cela les mène à la qualité de nos produits et à notre Occasion d'affaires, ce qui aidera à susciter un désir d'acheter, ensuite, en discutant avec eux, leur confiance en Norwex grandira encore plus. La différence la plus notable pour les clients actuels est l'homogénéité des emballages des nouveaux produits. Ils ne seront pas tous disponibles en même temps, mais lorsque vos clients commenceront à les recevoir, ils seront enthousiastes de découvrir la nouvelle image de marque, ce qui vous donne une excellente occasion de souligner l'engagement de Norwex à vivre de façon plus propre, plus sûre et mieux.

Y a-t-il de nouvelles directives concernant la nouvelle image de marque ou des normes pour la nouvelle identité visuelle que les Conseillères (ers) devraient suivre?

Oui, lorsque vous créez vos propres documents de marketing, veuillez-vous référer à nos directives actualisées pour l'utilisation de la marque, que vous trouverez sur [The Resource FR > Ressources de marketing pour les produits > Ressources principales actualisées.](#)

Quand nos documents de marketing actuels seront-ils actualisés pour refléter la nouvelle image de marque?

Vous remarquerez que notre Catalogue Automne 2023 comporte déjà notre nouveau logo et notre nouvel énoncé de Mission, ainsi que d'autres actualisations. Les autres documents de marketing sont actualisés en continu de façon régulière. De plus, les sites Norwex.com, The Resource FR et les autres outils en ligne reflèteront bientôt la nouvelle image de la marque.

Comment devrais-je communiquer le renouvellement de la marque à mes clients?

En tant que Conseillère (er) Norwex, la façon dont vous partagez la nouvelle marque joue un rôle dans la façon dont vos clients y répondent. Partagez ce que vous aimez le plus – qu'il s'agisse des emballages plus homogènes, du logo plus naturel, des magnifiques nouvelles photographies ou simplement du lien plus fort à notre héritage norvégien. Assurez-leur que notre engagement à réduire les produits chimiques nocifs est encore plus fort – c'est la raison de notre existence – et que nos produits et notre Occasion d'affaires continueront d'être de la même haute qualité sur laquelle vos clients ont appris à compter et à laquelle ils s'attendent. Prenez le temps de répondre à leurs questions, et, si vous avez besoin d'aide, contactez notre Centre de soutien aux Conseillères (ers) :

1-877-766-7939

Du lundi au vendredi, de 08 h 00, HE, à 17 h 00, HE (de 08 h 00 à 13 h 00, HE le premier du mois, lorsqu'il tombe un samedi, un dimanche ou un jour férié)

Courriel : soutienfrancais@norwex.com

Quels sont les messages clés ou les points sur lesquels les Conseillères (ers) devraient insister lorsqu'elles parlent de la nouvelle image de marque avec des clients potentiels?

Dites à vos clients potentiels que nous avons récemment actualisé notre marque pour qu'elle reflète mieux qui nous sommes en tant que compagnie et pour s'adresser à un public moderne de façon plus pertinente. Chaque mot, police de caractère, couleur et photo a été soigneusement choisi pour transmettre notre excellente qualité et notre héritage norvégien.

Y a-t-il des sessions de formation ou des ressources disponibles pour aider les Conseillères (ers) à comprendre et promouvoir la nouvelle marque?

Veillez vous référer à notre boîte à outils pour Conseillère (er) sur *The Resource FR* > *Ressources de marketing pour les produits* > *Ressources principales actualisées*.

Comment puis-je utiliser le renouvellement de l'image de marque pour générer de nouvelles occasions d'affaires?

Notre nouvelle image de marque offre d'excellentes occasions d'élargir votre base de clients. Les nouveaux emballages sont une bonne occasion de contacter les gens pour parler des produits qui ne sont peut-être pas encore sur leur radar. C'est un outil puissant qui vous équipe d'un marketing de meilleure qualité pour vous aider à faire croître votre entreprise.

Par exemple, les nouveaux produits de soins de peau avec des emballages supérieurs et des bouteilles rechargeables sont une excellente façon de contacter toutes les personnes qui ne cherchent que des produits de la plus haute qualité et des ingrédients plus sûrs pour leur famille et eux-mêmes. De plus, les personnes qui sont conscientes du fardeau des emballages en plastique vont adorer que nos recharges aident à réduire la charge sur notre planète (ainsi que sur leur budget lorsqu'elles choisissent d'ajouter des recharges dans le programme Autolivraison et économies)!

Quels sont les éléments clés de l'énoncé actualisé de la Mission?

Le nouvel énoncé de notre Mission est « Partager une façon de vivre plus propre et plus sûre en réduisant les produits chimiques nocifs dans la vie quotidienne. » Les éléments clés sont :

- Partager : cela montre le lien entre les Conseillères (ers) Norwex et leurs amis, leur famille et leurs clients
- Façon de vivre : comprend notre routine quotidienne et toutes les actions que nous prenons en chemin
- La vie quotidienne : n'inclut pas que nos maisons, mais partout où nous sommes – en faisant nos courses, en sortie entre amis, à un match de sport des enfants, au travail, en vacances, en faisant du bénévolat, etc.

Quels sont les éléments clés qui donnent vie à la nouvelle Mission?

Cinq principes clés agissent comme liste de contrôle et guide dans la façon dont nous livrons notre Mission : Moins c'est plus, Voir c'est croire, Qualité durable, Valoriser les gens, Créer une communauté. Ces cinq piliers clés nous guideront pour offrir une façon de vivre plus propre, plus sûre et mieux.

Existe-t-il des exemples de la façon dont les nouvelles couleurs, polices et images de la marque reflètent la Mission actualisée et l'identité de la marque?

Au fur et à mesure que les nouveaux documents de marketing seront disponibles, vous remarquerez des photographies qui « capture le sublime », avec des images de nature et de beauté qui soulignent nos racines norvégiennes. Cette nouvelle imagerie est inspirée par les éléments naturels norvégiens et les moments simples de la vie quotidienne. La palette de couleurs chaudes et naturelles de notre Catalogue Automne 2023, par exemple, crée un lien vers notre Mission et la planète; et notre verbalisation claire et optimiste résonne avec les clients actuels et futurs.

Comment les nouveaux éléments de marque seront-ils intégrés à la présence en ligne de la compagnie, comme sur le site Web et les réseaux sociaux?

Vous commencerez bientôt à remarquer notre nouvelle apparence sur toutes nos ressources de marketing et documents de soutien, incluant les éléments imprimés, les vidéos, les ressources pour réseaux sociaux et dans notre présence en ligne.

Comment l'organisation des nouvelles catégories va-t-elle affecter la façon dont nous vendons nos produits?

En passant de quatre à trois catégories principales de produits – Pour la maison, Pour la famille et Soins personnels – nous avons facilité l'identification de l'utilisation et du cadre des produits et la navigation dans notre gamme de produits. Nous avons commencé le processus d'actualiser les fiches d'informations sur les produits pour refléter les nouvelles catégories, et vous les verrez dans le nouveau Catalogue Automne 2023, puis bientôt en ligne – mais la façon dont vous vendez les produits Norwex ne devrait pas être impactée.

Quelle est la meilleure façon de distinguer ces trois catégories?

Notre nouvelle catégorie Pour la maison comprend essentiellement les produits de notre ancienne catégorie Solutions ménagères. Les catégories Soins personnels et Pour la famille ont connu un peu plus de mises à jour. Par exemple, les Serviettes de bain sont maintenant dans la catégorie Pour la famille. Vous remarquerez aussi que nos produits en microfibre, au lieu d'avoir leur propre catégorie, ont été répartis dans les trois nouvelles catégories selon leur fonction. Les emballages pour chaque catégorie ont un style distinct, avec des motifs différents inspirés de la nature norvégienne, mais les trois sont reliés par des lignes et une typographie claires et simples, ainsi que des matériaux et finis d'apparence naturelle.

Les Conseillères (ers) peuvent-elles donner leur avis ou faire des commentaires sur les nouveaux éléments de la marque et leurs impacts sur le processus de vente?

Oui, nous apprécions tous les commentaires et tous les avis. Le groupe Connexion de Conseillères (ers) est toujours une excellente manière de nous faire parvenir vos commentaires. Parlez-nous de vos réussites et de vos défis!