



JOSKIN I SIŁA WIZERUNKU

Od momentu powstania Joskin zawsze wyróżniał się na tle konkurencji silnym i powszechnie obecnym wizerunkiem. Biorąc pod uwagę nowoczesny design maszyn, szeroki wachlarz zabawek odzwierciedlających ofertę firmy jak i bogaty katalog artykułów odzieżowych oraz akcesoria i artykuły reklamowe różnego typu, nie brakuje przykładów potwierdzających komercyjne sukcesy marki JOSKIN w ciągu ostatnich 50 lat.

Wyniki uzyskane w nowych mediach i innych sieciach społecznościowych mogą tylko potwierdzić tę tendencję - 50 tys. wejść dziennie na stronę www.joskin.com w wykonaniu użytkowników z ponad 45 krajów świata i ponad 105 tys. abonentów na Facebooku firmy!

Ten sukces opiera się również na możliwościach firmy JOSKIN w zakresie oferowania bogatych i urozmaiconych materiałów marketingowych, jak wyczerpujące i stale aktualizowane broszury, informacje o produktach, systematyczna obecność w najlepszych czasopismach, dynamiczne i dobrze ukierunkowane akcje promocyjne, przy czym wszystko to występuje w połączeniu z wieloma elementami w całości przeznaczonymi do promowania i upowszechniania marki, a także kojarzeniu jej nazwy z najlepszymi partnerami.

W erze technologii cyfrowej i szybkiej komunikacji, firma dobrze rozumie, że musi traktować priorytetowo potwierdzanie i umacnianie swojej pozycji lidera w dziedzinie transportu i nawożenia, a nie jest to możliwe bez skutecznego propagowania przekazu o jakości, niezawodności, profesjonalizmie i trwałości maszyn ze swojej oferty.

Przy takiej wizji i takiej działalności marketingowej nie ulega wątpliwości, że firma zaprosi nas ponownie w 2068 roku, na obchody 100 lat sukcesów!