



## JOSKIN ET LA FORCE DE L'IMAGE

Depuis sa création, la société JOSKIN est toujours parvenue à se distinguer de la concurrence par son image forte et omniprésente. Que ce soit par le design moderne et contemporain de ses machines, via le large éventail de jouets à l'effigie de sa gamme, ou encore par son vaste catalogue d'articles vestimentaires, accessoires professionnels et articles publicitaires de toutes sortes, les exemples de la réussite commerciale de la marque JOSKIN sur ces 50 dernières années ne manquent pas.

Les résultats obtenus dans les nouveaux médias et autres réseaux sociaux ne peuvent que confirmer cette tendance : 50 000 visiteurs mensuels sur le site [www.joskin.com](http://www.joskin.com) représentant plus de 45 pays dans le monde, et plus de 105 000 abonnés sur la page Facebook officielle JOSKIN !

Ce succès repose également sur la capacité de JOSKIN à proposer des supports marketing aussi riches que variés : des brochures complètes et mises à jour constamment, des guides d'achat didactiques, une présence régulière dans les magazines les mieux cotés, des campagnes dynamiques et ciblées, le tout accompagné d'un assortiment d'objets entièrement dédiés à la promotion et à la diffusion de la marque, ainsi qu'à l'association de son nom avec celui de partenaires de premier choix.

À l'heure du numérique et de la communication à grande vitesse, la marque a en effet bien compris qu'affirmer et consolider sa position de leader dans le domaine du transport et de l'épandage devait être une priorité et que cela ne pouvait se faire sans une diffusion efficace du message de qualité, de sérieux, de professionnalisme et de longévité des machines de sa gamme.

Avec une telle vision des choses et une telle activité marketing, nul doute que la société nous donnera rendez-vous en 2068 pour fêter avec nous ses 100 ans de succès et de réussite !