



## JOSKIN UND DIE STÄRKE DES IMAGE

Seit seiner Gründung ist es der Firma Joskin immer gelungen durch ihr starkes und allgegenwertiges Image. Ob es sich um das moderne und zeitgemäss Design der Maschinen, die grosse Auswahl an Miniaturmodellen der Produktpalette und Spielzeug oder auch den grossen Katalog an Bekleidung, professionelles Zubehör und vielfältige Werbeartikel handelt, an Beispielen für den geschäftlichen Erfolg der Marke JOSKIN mangelt es nicht in diesen vergangenen 50 Jahren.

Die ergebnisse mit neuen Medien und sozialen Netzwerken können diesen Trend nur bestätigen: 50.000 Besucher monatlich aus mehr als 45 Ländern weltweit auf der Webseite [www.joskin.com](http://www.joskin.com) und über 105.000 Abonnenten auf der offiziellen Joskin-Facebook-Seite.

Dieser Erfolg beruht auch darauf, dass JOSKIN die Fähigkeit hat, reichhaltige und verschiedene Marketingunterstützung anzubieten: komplette und aktuelle Werbebroschüren, didaktisch aufgebaute Kaufanleitungen, regelmässige Präsenz in den gängigen Zeitschriften, dynamische und zielgerichtete Kampagnen, all das ergänzt um eine Auswahl von Objekten, ausschliesslich zur Werbung und Verbreitung der Marke bestimmt sowie ebenfalls eine Verbindung seines Names mit dem des Partners der ersten Wahl.

In Zeiten der Digitalisierung und schnellen Kommunikation hat die Marke sehr wohl verstanden seine Position als Marktführer in Transport- und Ausbringtechnik zu unterstreichen und zu bestätigen. Dies ist eine Priorität ohne eine effiziente Verbreitung der Botschaft von Qualität, Seriosität, Professionalität und Langlebigkeit der Maschinen der gesamten Produktpalette.

Mit dieser Vision und diesen Marketingaktivitäten besteht keine Zweifel, dxass es 2068 zu einem Wiedersehen kommt, um 100 Jahre Erfolg zu feiern.