

Packard Bell: Het vormgeven van de trends van vandaag en morgen

Bijna een jaar na de metamorfose heeft Packard Bell verschillende stappen gezet in de richting van de onderscheidende waardepropositie, wat synoniem staat met “**stijlvol en trendy**”, **design** en **gebruiksvriendelijkheid**. Dit komt tot uitdrukking in de nieuwe producten die het afgelopen jaar zijn uitgebracht voor stijlbewuste gebruikers die unieke en onderscheidende producten wensen waar kwaliteit voorop staat en waarop ze gemakkelijk hun digitale leven kunnen beheren.

Het hart van de Packard Bell-merkidentiteit was altijd al onlosmakelijk verbonden met elegant ontwerp, eenvoud en complexiteit sinds het merk voor het eerst verscheen in 1926. Deze waarden zijn nog altijd actueel en up-to-date.

In de nieuwe visuele identiteit wordt verder onderstreept dat Packard Bell trends begrijpt en deze opnieuw kan innoveren. De onbegrensde creatieve geest begrijpt de bron van transformatie, ontwikkeling en creatie: met het lef van Packard Bell worden trends opnieuw uitgevonden en de weg vrijgemaakt voor toekomstige vernieuwingen. Dit is meer dan technologie. Het is een levensstijl, een levenservaring en een weerspiegeling van de manier waarop we de wereld zien.

De afgelopen maanden zijn nieuwe, verleidelijke kleuren toegevoegd aan het assortiment van Packard Bell plus de exclusieve **Packard Bell Social Networks**-toepassing waarmee mensen hun hele sociale leven online gemakkelijker dan ooit tevoren kunnen beheren.

Hoog tijd om een nieuwe lijn aan te kondigen, met veel aandacht voor stijl, details en slimme functies waarvan gebruikers denken: "dit is precies wat ik zocht".

Geschikte producten voor alle computerwensen

Packard Bell onderkent het belang van design, mobiliteit en ruimtebesparing als onderdeel van de gebruikerservaring; daarom investeren wij in R&D en consumentenonderzoeken, zodat wij producten kunnen maken die steeds stijlvoller en mobieler zijn.

In Europese landen introduceren wij binnenkort:

- **EasyNote Butterfly s** - meer dan een notebook; een belevenis, pure lifestyle. De dunste en lichtste Packard Bell-notebook ooit (slechts 19 mm, 1,75 kg) en daarmee de perfecte reisgezel voor trendy lifestyle, waar de reis ook naartoe gaat.
- **EasyNote X-serie** - ideaal voor gebruikers die graag genieten van multimedia zonder compromissen te sluiten qua prestaties in een energiezuinig, dun en licht ontwerp met een fantastische stijl.



- **dot s** – met zijn 360° *avant-garde*ontwerp de allerlichtste¹ netbook uit de ultramobiele lijn van Packard Bell: het is niet alleen een dagelijkse metgezel, maar ook een fraai kunstwerk.
- **dot a** en **dot u-serie** – ontworpen voor alle stijlbewuste gebruikers die onderweg van entertainment in HD willen genieten.

Packard Bell verrijkt de zomerlijn bovendien met:

- **oneTwo**, de nieuwste Packard Bell all-in-one pc in een modern jasje siert het huis en is een nieuwe manier om technologie te gebruiken.
- **Maestro LED 220 en 240**, ultraslank breedbeeldscherm met een uitstekende kijkervaring die ook nog eens milieuvriendelijk is.
- **Studio HD Edition** – ontworpen voor multimediefans die gaan voor de fraaiste HD-performer.

Met deze lijn sluit Packard Bell een jaar met belangrijke veranderingen af en onderstreept het zijn nieuwe marktpositie.

Dat is het verbazingwekkende resultaat van de **multibrand-strategie van de Acer Group**. Hierdoor konden wij gebruikerswensen bepalen en de idealen identificeren waarnaar deze gebruikers streven en producten ontwikkelen die deze wensen en behoeften weerspiegelen.

De Acer Group heeft eerst het koopgedrag van gebruikers geclassificeerd en daarna de merkwaarde gedefinieerd, waardoor het in staat was de identiteit en persoonlijkheid van elk merk te behouden en daarmee enige overlap tussen, of het wegconcurreren van de eigen merken van de onderneming (Acer, Packard Bell, Gateway, eMachines) te voorkomen.

Packard Bell, dat synoniem staat voor stijl en trends, heeft meer affiniteit gevonden met een gebruikersgroep die op zoek is naar een betrouwbaar merk dat eenvoudige, gebruiksvriendelijke producten kan bieden waarmee ze zich kunnen identificeren en waarin ze hun eigen persoonlijkheid kunnen herkennen, de zogenaamde Trends & Lifestyle.

Dankzij de definitie van de merkidentiteiten in de relatieve gebruikerssegmenten heeft de Acer Group zijn multimerkstrategie kunnen vervolledigen en de ontwikkeling van zijn producten significant kunnen veranderen waardoor een nieuw productassortiment werd voorgesteld met een aparte stijl en uitstraling voor elk merk. De gebruiker associeert een herinnering aan elke lijn, aan elke ronding op de behuizing, kortom een emotie waardoor hij of zij een exclusieve en unieke relatie aan kan gaan met het merk en het product zelf.

ooooo

¹ 2,39 cm dik, slechts 1,1 kg met 3-cellen batterij



Over Packard Bell

Packard Bell bracht als pionier het gebruik van de pc naar de woning en veranderde een apparaat dat vroeger alleen op kantoor werd gebruikt, in een vriendelijk en onmisbaar attribuut van een modern huishouden. Stijlvolle en voor iedereen toegankelijke producten met hippe functies. Dat zijn de kenmerken van het merk; een unieke combinatie die geen enkel ander merk op de Europese markt momenteel biedt. In 2008 werd Packard Bell overgenomen door het in Taiwan gevestigde Acer. In 2009 profiteerde de Acer Group optimaal van de strategie van meerdere merken en werd daarmee wereldwijd de op één na grootste pc-onderneming en de nummer twee leverancier van notebooks. Binnen de Acer Group streeft Packard Bell naar het ontwikkelen van milieuvriendelijke producten en het opzetten van een groen distributiekanaal door samenwerking met leveranciers.

Bezoek www.packardbell.com & www.packardbell.be voor meer informatie

© 2010 Packard Bell . Alle rechten voorbehouden. Packard Bell, het Packard Bell logo, en EasyNote zijn gedeponeerde handelsmerken van Packard Bell. Andere handelsmerken, gedeponeerde handelsmerken, en of servicemerken, al dan niet aangegeven, zijn eigendom van hun respectievelijke eigenaars.

Packard Bell HQ

Veronique Cosatti
Bâtiment K–Parc des Reflets–Paris Nord 2
165, avenue du Bois de la Pie
95940 Roissy Charles de Gaulle Cedex
E-mail : veronique.cosatti@packardbell.com

BreakOut Srl

Alessia Bianchi
Via Grazzini, 7 - 20158 Milan (Italy)
Phone : +39 02 87244321
E-mail: alessia_bianchi@breakout-agency.com

Packard Bell België / Newengine PR

Corneel Haine
Tel: +32 3 260 96 43
E-mail: Corneel.haine@newsenginepr.com