

Presseinformation

Fit für die Zukunft der Eventbranche:

Service Factory GmbH startet mit neuen Services und einem Fachblog für Live-Kommunikation

München, 30.08.2016 – Die Service Factory GmbH, Agentur für Brand Experience in München, ist bereit für die Zukunft der Live-Kommunikation. Nach einer Repositionierungsphase startet die Eventagentur mit neuen Services, einem neuen Corporate Design und einem Fachblog für Live-Marken-Erlebnisse. Zu den Highlights beim Blogstart gehört ein Interview mit Olaf Hartmann, dem Top-Experten für multisensorisches Marketing in Deutschland.

Digitaler. Vernetzter. Komplexer. Die Eventbranche ist im Umbruch.

Nach 20 Jahren erfolgreicher Tätigkeit für Kunden, wie Vodafone und TomTom, ist die Neuausrichtung der Service Factory eine Antwort auf die Herausforderungen der Eventbranche. Diese steht vor gravierenden Veränderungen. Die Markenwelt wird zunehmend digitalisiert und vernetzt. Dadurch wird die Markenführung komplexer. Es geht darum, die Markenpersönlichkeit über die gesamte Customer Journey hinweg einheitlich, überzeugend und nachhaltig abzubilden. Dabei müssen Live-Marken-Erlebnisse sinnvoll mit den Online- und Offline-Maßnahmen verzahnt werden.

Konzept. Kreation. Umsetzung. Events brauchen Services aus einer Hand.

Erfolgreiche Eventagenturen sind gefordert, ihre Services bei Kreation, Konzeption, Planung und Umsetzung den gesamtheitlich ausgerichteten Kommunikationsaktivitäten der Kunden anzupassen. Aus diesem Grund hat die Service Factory ihre Services ausgebaut. Dem Bereich Client Services, in dem Messen, Events, Incentives und PoS-Aktivierungen geplant, umgesetzt und evaluiert werden, steht nun ein weiterer Bereich zur Seite: Das neue Team der Creative Services besteht aus vier Spezialisten in den Bereichen Kommunikation im Raum, Konzeption, Grafik-Design und Art Direction.

Integrierter. Kreativer. Effizienter. Events aus einem Guss sind erfolgreicher.

Das neue Kreativ-Team der Service Factory gestaltet den gesamten kreativen Prozess der Brand Experience – von der zentralen Idee bis zur Realisierung. Dabei werden nicht nur Live-Erlebnisse und Raumkonzepte entworfen, sondern auch weitere begleitende Kommunikationsaktivitäten, wie digitale Medien, Bewegtbild, Out-of-Home oder Print, in das gestalterische Gesamtkonzept eingebunden. So entsteht die unverwechselbare, einheitliche Handschrift, die erfolgreiche Live-Kommunikation auszeichnet – und mehr Effizienz für angespannte Budgets.

Bunt. Facettenreich. Menschlich. Der Kundennutzen ersetzt das Logo.

Das erweiterte Serviceangebot spiegelt sich im Re-Design der Service Factory wider. Dabei steht die neue Website im Zentrum. Das Kaleidoskop inspirierte das hauseigene Kreativ-Team sowie die Münchner Web-Agentur Code64 zu einer bunten, facettenreichen Darstellung der Agentur-Identität. Dabei fällt auf: Ein Logo gibt es nicht mehr. Vielmehr steht der Kundennutzen im Mittelpunkt des Design-Konzepts. Mit dem Slogan „Brand Experience – created by Service Factory“ konzentriert sich die Kernbotschaft auf den Mehrwert, der für Agentur-Kunden entsteht.

Macher. Marken. Meinungen. Der Fachblog startet mit einem Top-Autor.

Ab Ende August wird die Website durch einen Fachblog für Live-Kommunikation bereichert. Das „Kaleidoscope – edited by Service Factory“ richtet sich an Markenverantwortliche, Kommunikationsexperten und Fachjournalisten. Unter dem Motto „Macher. Marken. Meinungen.“ präsentiert das hauseigene Redaktionsteam ein buntes Spektrum an Themen rund um das Live-Erlebnis und die Menschen dahinter.

Das besondere Highlight zum Blogstart: Olaf Hartmann, Experte für multisensorisches Marketing und Top-Autor, spricht über die Bedeutung der Haptik als Wirkungsverstärker der Kommunikation.

Zum Blog mit Presse-Center: www.service-factory.de/newsroom/

Zur Website: www.service-factory.de

Pressekontakt:

Stephanie Grupe, Telefon 0162 - 278 79 53, E-Mail sgrupe@service-factory.de