28 กรกฎาคม 2565

การปรับปรุงแบรนด์เฮงเค็ลใหม่

**เฮงเค็ล เสริมความแข็งแกร่งให้จุดยืนเชิงกลยุทธ์ ด้วยเอกลักษณ์แบรนด์องค์กรใหม่**

กรุงเทพ – เฮงเค็ล พัฒนากลยุทธ์และออกแบบเอกลักษณ์ของแบรนด์องค์กรระดับโลกใหม่ ร่วมกับเมทาดีไซน์ (MetaDesign) ซึ่งเป็นที่ปรึกษาแบรนด์ของพับลิคซิส กรุ๊ป เยอรมัน (Publicis Groupe Germany) เฮงเค็ล ได้เสริมความแข็งแกร่งให้จุดยืนเชิงกลยุทธ์ของแบรนด์ ในฐานะผู้บุกเบิกด้วยความรับผิดชอบในการทำความดีเพื่อคนรุ่นหลัง แสดงออกด้วยรูปลักษณ์ใหม่ที่ทรงพลัง สถาปัตยกรรมของแบรนด์ที่ชัดเจนและการออกแบบที่ยืดหยุ่น เพื่อสร้างประสบการณ์แบรนด์ที่ทันสมัยและต่อเนื่อง

“แบรนด์เฮงเค็ล บ่งบอกว่าเราเป็นใคร ยืนหยัดเพื่อสิ่งใด และทำอะไรเพื่อสร้างความแตกต่างให้กลุ่มเป้าหมายทั่วโลก นั่นคือเหตุผลที่แบรนด์องค์กรที่แข็งแกร่งและเป็นที่ยอมรับทั่วโลกต้องมีความสำคัญ ไม่เพียงแต่สำหรับเราแต่เพื่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดของเราด้วย” ราเบีย ลักแมนน์ หัวหน้าฝ่ายแบรนด์องค์กรและกลยุทธ์การสื่อสารของเฮงเค็ล กล่าว “มันสร้างความสามัคคี จัดให้มีการปฐมนิเทศ ทำให้เกิดความแตกต่างและถ่ายทอดอารมณ์”

ในฐานะบริษัท เฮงเค็ลได้มองย้อนกลับไปมากกว่า 145 ปีของประวัติศาสตร์ ด้วยแบรนด์ที่แข็งแกร่งและมรดกที่ยาวนานเกี่ยวกับนวัตกรรม ความยั่งยืน และความรับผิดชอบ โดยบริษัทมีวัตถุประสงค์ “Pioneers at heart for the good of generations” ชี้นำการเปลี่ยนแปลงของบริษัทและถือเป็นหัวใจสำคัญของการวางตำแหน่ง แบรนด์ใหม่ เฮงเค็ลชี้นำแนวทางในการคิดใหม่และปรับปรุงชีวิตในทุกๆวัน เพื่อคนรุ่นต่อๆไป

**กรอบที่ชัดเจนเพื่อสร้างอิสรภาพ**

อัตลักษณ์ใหม่ของแบรนด์เฮงเค็ล ได้มีการเปิดตัวทั่วโลกตั้งแต่ต้นปี สถาปัตยกรรมของแบรนด์แบบบูรณาการเพื่อสร้างกรอบการทำงานที่ชัดเจนและผูกมัดการปฎิสัมพันธ์ระหว่างแบรนด์องค์กรของเฮงเค็ล และหน่วยธุรกิจในอนาคตทั้งสอง ได้แก่ เทคโนโลยีกาวและแบรนด์ผู้บริโภคและผลิตภัณฑ์ของบริษัท ตลอดจนฟังก์ชั่นและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ทั้งหมดของเฮงเค็ล การออกแบบใหม่ของเฮงเค็ลผสมผสานความยืดหยุ่น ความหลากหลาย และพลวัต เข้ากับความเรียบง่ายและชัดเจน สามารถปรับเปลี่ยนได้อย่างยืดหยุ่นสำหรับแต่ละแอพพลิเคชัน ตั้งแต่ดิจิทัลไปจนถึงงานพิมพ์ งานอีเวนต์ต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการขององค์กรและกลุ่มเป้าหมายต่างๆ โดยเอกลักษณ์จะทำให้แบรนด์มีความทันสมัยโดยไม่ทิ้งสิ่งที่เคยเป็นที่รู้จัก: โลโก้ที่เป็นสัญญลักษณ์ของเฮงเค็ล แสดงถึงคุณภาพที่มีมายาวนานกว่า 100 ปี และสีหลักที่ใช้ คือ แดงและขาว เป็นรากฐานการออกแบบ ในขณะเดียวกัน การผสมผสานสีใหม่ก็นำความหลากหลายและพลวัตเข้ามาเพื่อการใช้งาน ภาษาภาพที่บ่งบอกอารมณ์และความก้าวหน้า ตลอดจนรูปแบบตัวอักษร (Henkel GT Flexa) ที่เปลี่ยนแปลงได้ของเฮงเค็ล ทำให้การออกแบบแบรนด์มีชีวิตชีวาและแสดงออกยิ่งขึ้น

**การทำให้แบรนด์มีชีวิตชีวา**

กิจกรรมการสื่อสารมากมายถูกพัฒนาขึ้นเพื่อใช้ในการเปิดตัวแบรนด์เฮงเค็ลใหม่ มันเป็นเรื่องสำคัญที่จะทำให้แบรนด์เฮงเค็ลจับต้องได้สำหรับกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอก โดยฮับแบรนด์เฮงเค็ลใหม่สำหรับพนักงานกว่า 52,000 คนทั่วโลกและพันธมิตรภายนอก จะอธิบายเกี่ยวกับกลยุทธ์แบรนด์และการออกแบบ รวมทั้งนำเสนอแนวทางการใช้งานที่ดีที่สุดและเทมเพลตต่างๆ การให้คำปรึกษารายบุคคลและการฝึกอบรมแบรนด์เชิงโต้ตอบ ช่วยเสริมการนำไปใช้ทั่วโลก จุดยืนใหม่ที่ใช้งานแล้วนี้เป็นส่วนหนึ่งของแคมเปญแบรนด์ตามธีมกลยุทธ์ของนวัตกรรม การเปลี่ยนผ่านดิจิทัล และความยั่งยืน

“แบรนด์เฮงเค็ลกำลังสร้างการเปลี่ยนแปลง มีมรดก เป้าหมาย และวัฒนธรรมแห่งนวัตกรรมที่แข็งแกร่ง และในขณะนี้ยังมีเอกลักษณ์แบรนด์ที่เข้มแข็งอีกด้วย การออกแบบใหม่นี้สอดคล้องกับรากฐานของแบรนด์และสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงของบริษัท” ไดอาน่า บริคส์ กรรมการผู้จัดการ เมทาดีไซน์ ดุสเซลดอร์ฟ (MetaDesign Dusseldorf) กล่าว

“เมทาดีไซน์ สนับสนุนเราในการพัฒนาเอกลักษณ์แบรนด์ใหม่ด้วยวิสัยทัศน์เชิงกลยุทธ์ ความเป็นเลิศในการสร้างสรรค์ออกแบบแบรนด์ และการทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิดอย่างดีมาก เรากำลังมองไปข้างหน้าเพื่อเป็นผู้นำแบรนด์เฮงเค็ลที่เป็นสัญลักษณ์ต่อไปในอนาคต” ราเบีย ลักแมนน์ อธิบายถึงความร่วมมือที่ประสบความสำเร็จกับเมทาดีไซน์

**เกี่ยวกับเฮงเค็ล**

เฮงเค็ล ดำเนินธุรกิจทั่วโลกด้วยพอร์ตโฟลิโอผลิตภัณฑ์ที่สมดุลและหลากหลาย บริษัทฯ เป็นผู้นำในสามกลุ่มธุรกิจทั้งในธุรกิจด้านอุตสาหกรรมและธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค อันเป็นผลมาจากแบรนด์ นวัตกรรม และเทคโนโลยีที่แข็งแกร่ง ธุรกิจเทคโนโลยีกาวของเฮงเค็ล (Adhesive Technologies) เป็นผู้นำในตลาดกาวในทุกอุตสาหกรรมทั่วโลก ส่วนในธุรกิจผลิตภัณฑ์ซักล้างและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน และผลิตภัณฑ์บิวตี้แคร์ (Laundry & Home Care and Beauty Care businesses) เฮงเค็ลเป็นผู้นำในหลายตลาดและประเภทผลิตภัณฑ์ทั่วโลก เฮงเค็ลก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2419 และมีประวัติความสำเร็จอันยาวนานกว่า 140 ปี ในปี พ.ศ. 2564 เฮงเค็ลมียอดขายมากกว่า 2 หมื่นล้านยูโร และมีผลกำไรดำเนินงานที่ปรับปรุงแล้ว 2,700 ล้านยูโร เฮงเค็ลมีพนักงานมากกว่า 52,000 คนทั่วโลก ซึ่งมีความหลากหลายมีความมุ่งมั่น รวมกันเป็นหนึ่งเดียวด้วยวัฒนธรรมขององค์กรที่แข็งแกร่ง มีจุดมุ่งหมายร่วมกันในการสร้างคุณค่าที่ยั่งยืน และมีคุณค่าร่วมกัน ในฐานะผู้นำด้านความยั่งยืนซึ่งเป็นที่ยอมรับ เฮงเค็ลได้รับการยกย่องจากดัชนีและการจัดอันดับระหว่างประเทศต่างๆ หุ้นบุริมสิทธิของเฮงเค็ลจดทะเบียนอยู่ในดัชนีหลักทรัพย์ DAX ของเยอรมนี ข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาเข้าชมที่ [www.henkel.com](http://www.henkel.com)

รูปภาพสามารถดูได้ที่[**www.henkel.com/press**](http://www.henkel.com/press)

**ข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ**

ฮิเดมิ โอโนะ

โทร +81 3-5783-1219

อีเมล [hidemi.onoo@henkel.com](mailto:hidemi.onoo@henkel.com)