

BIO-STRATH: PRÊTE POUR L'AVENIR

Fini le «produit unique pour tous», bonjour les solutions claires adaptées à chaque problème: avec ses nouveaux produits «Vitality» et «Immun» et une identité visuelle modernisée, Bio-Strath AG lance sa «Stratégie 2025».

Quelle est la réaction de Bio-Strath face aux changements du marché?

Une étude de marché réalisée en 2015 le montre clairement: la marque Strath est bien plus célèbre chez les plus âgés que chez les jeunes. Or, la plupart des 24-35 ans consomment aujourd'hui des compléments alimentaires. Notre objectif est donc de remonter la cote de popularité de Strath chez les jeunes – dans le commerce spécialisé comme chez les clients.

Ne pouvant plus employer les anciennes indications depuis 2013, nous avons garni nos publicités d'images qui déclenchent des associations d'idées ciblées chez les jeunes. Néanmoins, le but de notre «Stratégie 2025» n'est pas uniquement de nous adresser davantage aux jeunes, mais aussi de moderniser notre image de marque et de rappeler la force d'innovation de Bio-Strath AG via de nouveaux produits.

Quels sont les points clés de cette stratégie d'avenir?

Rajeunir notre marque et notre image, et en finir avec la philosophie du «produit unique pour tous». Nos nouveaux produits doivent proposer des solutions claires pour des problèmes définis. A l'avenir, le marketing en ligne jouera un rôle essentiel, d'où le remodelage complet de notre plateforme internet mené avec l'aide de part-



Interview d'Alain Hospenthal, Head of Marketing & Sales de Bio-Strath AG.

naires spécialisés. Nos clients doivent trouver rapidement nos produits en ligne, et si possible partout dans le monde, puisque 70% de nos produits sont destinés à l'export.

Quelles sont les nouveautés?

Les gros emballages deviennent plus petits et plus pratiques. Non seulement pour une question de

pression sur les prix, mais également pour répondre aux personnes, toujours plus nombreuses, qui vivent seules. Mais la plus grande nouveauté concerne la modernisation de l'image de marque et l'élargissement de la gamme. Les deux premiers nouveaux produits sont Strath Vitality et Strath Immun.

- Vitality (au magnésium): pour garantir le bon fonctionnement du système nerveux, réduire la fatigue et rétablir le fonctionnement normal des muscles.

- Immun (au zinc): pour garantir le bon fonctionnement du système immunitaire et protéger les cellules de l'oxydation liée au stress.

Nous poursuivons la diversification de notre offre pour répondre aux attentes de certains groupes cibles. Par ailleurs, selon les premiers résultats d'une étude en cours, le magnésium et le zinc sont bien mieux assimilés en combinaison avec les 61 nutriments essentiels du complexe Strath qu'en prise seule.

Avec tous ces changements, que reste-t-il de Strath?

La nouvelle stratégie de produits repose évidemment sur la philosophie de notre marque: nous sommes une entreprise familiale indépendante, engagée, innovante, qui travaille en équipe. Et tous nos produits contiendront toujours le complexe Strath éprouvé aux 61 nutriments essentiels.

Quand commencera la nouvelle stratégie d'avenir Bio-Strath pour les magasins spécialisés?

La nouvelle gamme de produits sera disponible dans les entrepôts des grossistes dès le 15 février 2017. Le même jour, nous lancerons également le nouveau site internet www.bio-strath.com, et la campagne démarrera le 1^{er} mars 2017. //



Disponible pour les magasins spécialisés dès le 15 février 2017: la gamme de produits modernisée et élargie de Strath, avec les petits nouveaux Vitality et Immun.

Contact

Bio-Strath AG
Mühlebachstrasse 38
8008 Zurich
info@bio-strath.ch
Tél. 044 250 71 00

Bio Strath
for better health