

22.03.2021 - 08:00 Uhr

Agil von End-to-End: Die POLYPOINT AG gestaltet die Zukunft



Bern-Gümligen (ots) -

Die POLYPOINT AG in neuem Erscheinungsbild

Mit ihren wertvollen Lösungen unterstützt die POLYPOINT AG Leistungserbringer im Gesundheitswesen bei der Förderung von Performance, Effektivität und Mitarbeiterereinbindung. Seit 35 Jahren erleichtert das Unternehmen aus dem bernischen Gümligen Health Professionals ihre tägliche Arbeit. Nun antwortet POLYPOINT AG mit einem neuen Erscheinungsbild und einer geschärften Positionierung auf die Herausforderungen der Zeit.

Ganz oben an der Spitze eines Eisbergs an interner Veränderung und Weiterentwicklung steht das neue Logo der POLYPOINT AG. Es setzt sich aus mehreren Symbolen zusammen. Unter anderem aus einem Herz und den zwei POLYPOINT P. Wer genau hinschaut, entdeckt da auch noch eine Uhr. So betrachtet ist das neue Erscheinungsbild also auch ein Zeichen der Zeit. Thomas Buerdel, CEO der POLYPOINT AG, erklärt: "Wir haben uns in den letzten Monaten intensiv mit unserer Positionierung auseinandergesetzt. Und dabei festgestellt, dass das Aussenbild von POLYPOINT nicht mehr übereinstimmt mit unserer eigenen Wahrnehmung des Unternehmens."

Ein Zeichen der Zeit

Mit dem neuen Erscheinungsbild einher geht auch eine geschärfte Positionierung. Rechtzeitig zum 35-jährigen Firmenjubiläum vermittelt die POLYPOINT AG ihren Kunden und Mitarbeitenden, dass man gewillt ist, gemeinsam die Herausforderungen der Zukunft im Gesundheitswesen anzugehen. Der Zeitpunkt dazu könnte nicht besser sein. Mit seinem Brand-Relaunch zeigt das Unternehmen auch Zuversicht und Positivität. Gerade in der aktuellen Zeit sind das wichtige Signale. Die Vision hinter der Marke POLYPOINT ist allerdings noch immer dieselbe, wie von Beginn weg. Denn schon immer war es das Bestreben des ICT-Unternehmens, Health Professionals mit durchdachten Lösungen, Services und Empowerments mehr Zeit zu verschaffen. Dieser Vision folgt man seit Beginn mit grosser Leidenschaft. Und äusserst erfolgreich.

Von Ursache und Wirkung

Auf die Frage nach dem Ziel des Brand-Relaunches antwortet Thomas Buerdel: "In den letzten Jahren und gerade in der aktuell so aussergewöhnlichen Zeit hat sich vieles verändert. Sowohl bei uns als Marke als auch im

gesamten Gesundheitswesen. Mit unserem Brand-Relaunch wollen wir unsere Weiterentwicklung gegen aussen klar erkennbar machen und damit vermitteln, dass dieser Prozess bei POLYPOINT kontinuierlich weitergehen wird. In der langen Zeit unseres Wirkens haben wir viel dazugelernt. Wir haben eine einzigartige Kultur entwickelt und präsentieren uns heute als tolles Team mit enormen Kompetenzen. Diese Kompetenzen offenbaren sich in einem umfangreichen und geschärften Leistungsangebot." Von diesen Entwicklungen profitieren die Kunden der POLYPOINT in verschiedener Hinsicht. Prozesse wurden optimiert, neue Methoden implementiert, und kollaborative Ansätze prägen heute das Mindset von Mitarbeitenden und Geschäftsleitung. All dies soll den Kunden ein neues Markenerlebnis ermöglichen.

Zusätzlich zielt POLYPOINT mit der geschärften Ausrichtung des Portfolios auf die komplexen Veränderungen, die das Gesundheitswesen heute mit sich bringt. Zu Themen wie Selbstverwaltung, Wissenstransfer, Mitarbeiterzentrierung, Wertschätzung und vielem mehr bietet POLYPOINT in den Bereichen Solutions, Services und Empowerments ein segmentiertes Marktleistungsangebot. Immer wichtigere Bestandteile werden dabei kollaborative Ansätze wie z. B. Co-Design oder Co-Creations. Dazu wurden On- und Offline-Kontaktpunkte optimiert. Vor allem die Web-Kontaktpunkte wurden stark ausgebaut. Schnelle, flexible End-to-End-Lösungen bieten optimalen Nutzen. Fürs Unternehmen. Und für die Menschen, die täglich harte Arbeit leisten.

Am Anfang war ... die Zeit

Zeit wird - gerade im Gesundheitswesen - immer mehr zum entscheidenden Faktor. Dieses Bewusstsein will POLYPOINT mit dem Brand-Relaunch und dem neuen Claim *because time matters* zum Ausdruck bringen. Denn letztlich ist es so, dass POLYPOINT mit allem, was sie tut, ihren Kunden mehr Zeit verschafft. Mehr Zeit für die wesentlichen Dinge in ihrem Arbeitsalltag. Und mehr Zeit für sie selbst.

Pressekontakt:

Weitere Auskünfte sowie druckfähiges Bildmaterial erhalten Sie bei:

Martina Blaser, Head of Marketing POLYPOINT AG

mail: martina.blaser@polypoint.ch

phone: +41 31 309 01 61

Medieninhalte



Thomas Buerdel, CEO und Martina Blaser, Head of Marketing - POLYPOINT AG /
Weiterer Text über ots und www.presseportal.ch/de/nr/100084023 / Die
Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei.
Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "ots/POLYPOINT AG"

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100084023/100867429> abgerufen werden.