

Inokem aposta em nova abordagem comunicacional e ousada

25 de Outubro, 2022

A **Inokem** dá um passo estratégico na internacionalização da marca em vários mercados europeus ao anunciar um novo *rebranding* da marca.

“Trata-se de um reflexo de uma nova abordagem comunicacional e ousada que pretende trazer o foco para os quatro pilares: sustentabilidade, poupança, eficácia e segurança”, afirma a empresa.



Com um design ambicioso, moderno e de proximidade, a Inokem expande toda a sua personalidade, com o uso de cores vibrantes e um posicionamento mais descontraído, direto e irreverente junto dos seus clientes, acolhendo neste novo mundo dos inokemers, pessoas de todas as idades que se identifiquem com um estilo de vida mais verde, sustentável e transformador, em comparação com um setor tradicionalmente mais distante e sóbrio.

De acordo com a Inokem, o objetivo é criar um “verdadeiro movimento internacional de Refillnation”, possibilitando aos consumidores o acesso a produtos de limpeza sustentáveis ultra-concentrados, com recurso a reabastecimento a granel em todo o país (eliminando a necessidade de comprar novas embalagens)”. Desde o final de 2020, a empresa já atingiu a meta de “poupança de mais de 713 mil embalagens de plástico e com poupanças de dezenas de milhares de euros ao bolso dos seus clientes”, lê-se num comunicado.

“Está dado o primeiro passo para a abertura plena do mercado europeu, trazendo à superfície, tudo aquilo que a Inokem é enquanto marca, marcando definitivamente um estilo de vida mais sustentável e económico. Numa altura de tantas incertezas, com uma conjuntura internacional e nacional adversa, os clientes procuram equilibrar a balança entre o mundo da adoção de produtos mais verdes, mas tentando economizar os gastos na medida do possível. Com as nossas soluções ultra-concentradas isso é possível e real”, declara o CEO da empresa, Pedro Santos Martins.