

**PEUGEOT ASLANI DAHA YÜKSEK SESLE
KÜKRÜYOR**





PEUGEOT

PEUGEOT ASLANI DAHA YÜKSEK SESLE KÜKRÜYOR.

Her geçen gün daha fazla sıradanlaşma eğilimi gösteren ve bu nedenle eğlence, heyecan veya gençlik gibi kavramlardan uzaklaşan B hatchback segmentinde PEUGEOT; yeni PEUGEOT 208 ile tamamen yeni ve heyecan uyandıran bir yaklaşım sergileyerek farkını ortaya koyuyor.

PEUGEOT; endüstriyel, teknolojik, politik, sosyal, dijital ve şimdi de çevresel olmak üzere tüm devrimleri yaşadı. Enerji geçişi ve sıfır-karbon sürdürülebilir bir gelecek için marka stratejisinin merkezinde yer alıyor.

Tüm bunlar PEUGEOT'nun DNA'sını oluşturuyor.

Logo üzerindeki amblem, aslan, aynı zamanda güçlü ve içgüdüsel bir marka olmayı yansıtıyor.

Bu, PEUGEOT'yu zamansız bir marka yapıyor, geçmiş ile gelecek arasında bir bağ kuruyor.

Son 10 yılda, tüm ürün gamı yenilendi ve sınıf atladı. Bunun yansıması olarak 2021 yılında PEUGEOT e-Expert ve 2019 yılında Partner ile "Yılın Uluslararası Ticari Aracı" ve üç kere "Yılın Otomobili" (2014 yılında PEUGEOT 308, 2017 yılında PEUGEOT SUV 3008 ve 2020 yılında PEUGEOT 208) seçilerek başarısını perçinledi. Hepsinden önemlisi, hem binek otomobiller hem de hafif ticari araçlarıyla elektrikli bir ürün gamı oluşturdu.

Söz konusu sınıf atlama ve değer yaratma hamlesi şimdi de markanın kendisinin tasarımı üzerinde yapılan çalışmalarla mükemmelleştiriliyor.

PEUGEOT ile web sitesinde geçirilen zaman, geleceği öngörme olanağı sunan kaliteli bir deneyim. Bu nedenle, web sitesi ve yetkili satıcılar birbirini tamamlıyor ve PEUGEOT ile geçirilen zamanın kalitesini artırıyor. Çok kıymetli olan ve akıp giden zamanın. PEUGEOT 10 yıl içerisindeki ilk marka kampanyasını üretti: THE LIONS OF OUR TIME. Bu pozitif uluslararası kampanya ile PEUGEOT hem müşterilerini, hem de müşterisi olmayanları birleştiriyor. Marka yeni bir evrensel alan yakalıyor: zaman. Her yaştan, kültürden ve geçmişe sahip kişileri kutluyor. Onlar, artık çok fazla güç veya para arayışı içinde olmayan, ama daha çok kaliteli zaman arayışı içinde olan "LIONS OF OUR TIME". PEUGEOT, "LIONS OF OUR TIME" marka kampanyası ile, müşterilerinin en değerli varlıkları olan zamanı çok daha iyi kullanmalarını amaçlıyor. Marka, zamanı kaliteli zamana, zenginleştirilmiş bir deneyime dönüştürmeyi hedefliyor. PEUGEOT, genele hitap eden yenilikçi, üst düzey bir marka olarak hem çevrimiçi mecralarda, hem araçlarında hem de yetkili satıcılarında sıkıcı olmayan keyifli bir deneyim sunuyor.

Yeni logo, PEUGEOT'nun dün ne anlama geldiğini, PEUGEOT'nun bugün ne anlama geldiğini ve PEUGEOT'nun yarın ne anlama geleceğini somutlaştırıyor.

Aslan figüründeki bu yeni arma her zaman markanın bir parçası oldu ve PEUGEOT markasının değerlerini gururla yansıtıyor.

Bu logo ölümsüz olacak şekilde tasarlandı.

Bu logo ölümsüzlüğü, evrenselliği ve çok kültürlü bir kimlik biçimini ifade ediyor.

Aidiyetin, tanınmanın ayırt edici bir sembolü.

Prestij, güven, uzun ömür ve soy ile eş anlamlı. Yeni görsel kimliğiyle, PEUGEOT geçmişi ultra-modernlikle birleştiriyor.



PEUGEOT

PEUGEOT, bu arma ile yeni pazarları fethetmek, uluslararası büyümesini hızlandırmak, Fransız zarafetinin yanı sıra Fransız tasarımını ve bilgi birikimini buralara ulaştırmak için yola çıkıyor.

Logo üzerindeki amblem, aslan, aynı zamanda güçlü ve içgüdüsel bir marka olmayı yansıtıyor. Bu, PEUGEOT'yu zamansız bir marka yapıyor, geçmiş ile gelecek arasında bir bağ kuruyor. Son 10 yılda, tüm ürün gamı yenilendi ve sınıf atladı. Bunun yansıması olarak 2021 yılında PEUGEOT e-Expert ve 2019 yılında Partner ile "Yılın Uluslararası Ticari Aracı" ve üç kere "Yılın Otomobili" (2014 yılında PEUGEOT 308, 2017 yılında PEUGEOT SUV 3008 ve 2020 yılında PEUGEOT 208) seçilerek başarısını perçinledi. Hepsinden önemlisi, hem binek otomobiller hem de hafif ticari araçlarıyla elektrikli bir ürün gamı oluşturdu. Söz konusu sınıf atlama ve değer yaratma hamlesi şimdi de markanın kendisinin tasarımı üzerinde yapılan çalışmalarla mükemmelleştiriliyor. Yeni logo, PEUGEOT'nun dün ne anlama geldiğini, PEUGEOT'nun bugün ne anlama geldiğini ve PEUGEOT'nun yarın ne anlama geleceğini somutlaştırıyor.

Aslan figüründeki bu yeni arma her zaman markanın bir parçası oldu ve PEUGEOT markasının değerlerini gururla yansıtıyor. Bu logo ölümsüz olacak şekilde tasarlandı. Bu logo ölümsüzlüğü, evrenselliği ve çok kültürlü bir kimlik biçimini ifade ediyor. Aidiyetin, tanınmanın ayırt edici bir sembolü. Prestij, güven, uzun ömür ve soy ile eş anlamlı. Yeni görsel kimliğiyle, PEUGEOT geçmiş ultra-modernlikle birleştiriyor. PEUGEOT, bu arma ile yeni pazarları fethetmek, uluslararası büyümesini hızlandırmak, Fransız zarafetinin yanı sıra Fransız tasarımını ve bilgi birikimini buralara ulaştırmak için yola çıkıyor. PEUGEOT kendi tarihinde yeni bir sayfa açıyor. Yeni bir çağ başlatıyor. Ve müşterilerine yeni bir taahhütte bulunuyor: onunla geçirdikleri zamanı kaliteli zamana dönüştürmek. Aslında yeni PEUGEOT kimliğini deneyimlemek, iki deneyimi bir arada yaşamaktır: Birincisi, şu an için yaşamak. Sürekli daha hızlı dönen bir dünyada, 'zaman' en nadide, en değerli varlıklardan biri haline geldi. PEUGEOT, anı yaşamak isteyenlere yaşadığı andan gerçekten keyif almayı ve sunduğu her şeyden yararlanma fırsatı sunuyor. Aynı zamanda her şey dahil kaliteli bir deneyime sahip olmak. Araçlar, yetkili satıcılar, ilgili ürünler, web siteleri, iletişim,... Tüm bunlar tek, tutarlı ve işlevsel bir sistem içinde kurgulanan temas noktaları. Web sitesi ise artık tüm bu deneyiminin bir parçası ve 'çevrimiçi satış noktası' haline geliyor. Sade, etkili, içgüdüsel, sürükleyici, son derece görsel, dinamik ve iş odaklı, mükemmel akıcı bir satış deneyimi sunuyor. Bir PEUGEOT yetkili satıcısında yapılabilecek her şeyi çevrimiçi olarak yapma imkanı sunuyor: keşif, yapılandırma, satış, sözleşmeler, finansman, takas, vb. PEUGEOT ile çevrimiçi geçirilen zamanlar, faydalı, verimli, kaliteli ve keyifli anlar haline geliyor. Yetkili satıcılar ise artık daha insan odaklı, daha görsel ve hatta daha eğitici bir deneyim sunan yerlere dönüşüyor. Amaç, enerji geçişinin ivmesini somut olarak deneyimlemek, yeni ulaşım seçeneklerini ve yeni teknolojileri keşfetmek.

PEUGEOT ile web sitesinde geçirilen zaman, geleceği öngörme olanağı sunan kaliteli bir deneyim. Bu nedenle, web sitesi ve yetkili satıcılar birbirini tamamlıyor ve PEUGEOT ile geçirilen zamanın kalitesini artırıyor. Çok kıymetli olan ve akıp giden zamanın. PEUGEOT 10 yıl içerisindeki ilk marka kampanyasını üretti: THE LIONS OF OUR TIME. Bu pozitif uluslararası kampanya ile PEUGEOT hem müşterilerini, hem de müşterisi olmayanları birleştiriyor. Marka yeni bir evrensel alan yakalıyor: zaman. Her yaştan, kültürden ve geçmişe sahip kişileri kutluyor. Onlar, artık çok fazla güç veya para arayışı içinde olmayan, ama daha çok kaliteli zaman arayışı içinde olan "LIONS OF



PEUGEOT

OUR TIME". PEUGEOT, "LIONS OF OUR TIME" marka kampanyası ile, müşterilerinin en değerli varlıkları olan zamanı çok daha iyi kullanmalarını amaçlıyor. Marka, zamanı kaliteli zamana, zenginleştirilmiş bir deneyime dönüştürmeyi hedefliyor. PEUGEOT, genele hitap eden yenilikçi, üst düzey bir marka olarak hem çevrimiçi mecralarda, hem araçlarında hem de yetkili satıcılarında sıkıcı olmayan keyifli bir deneyim sunuyor.

PEUGEOT markasını her yönüyle deneyimlemek yetkili satıcı veya web sitesi ile sınırlı olmadığı için marka, sade, çekici ve kaliteli yeni bir yaşam tarzı koleksiyonu sunuyor: giyim, deri ürünler, moda aksesuarları, elektronik aksesuarlar, sofrta takımları, kırtasiye, ambalaj, minyatürler... yeni marka kimliğiyle uyumlu bütün bir PEUGEOT evreni. Bu arma, sadece görsel kimlikle sınırlı olmayan bir marka ekosisteminin yolunu açıyor. Derin bir değişimi beraberinde getiriyor. Duruşta bir değişim; yeni bir ruh hali; yeni bir yaşam tarzı. PEUGEOT, mevcut ve gelecekteki müşterilerine tüm gereksinimlerini karşılayan bir marka sunmayı hedefliyor. PEUGEOT ölümsüz bir marka. Kendini her defasında yeniden keşfediyor.