

FraktCentralens egen tidning

”Det hela var professionellt utfört”

I oktober 2008 utgav åter FraktCentralen en tidning där aktuella projekt, verksamheter och visioner beskrevs för att uppmärksamma FraktCentralens och dess samarbetspartners roll som viktiga aktörer på den regionala marknaden.

I januari 2004 stod sammanslagningen mellan transportföretagen GEFAB och TruckCentralen klar. Som ett led i marknadsföringen av det nya varumärket gav företaget ut en egen tidning i 65 000 exemplar. Detta följdes upp i mars 2006 där den fortsatta utvecklingen av Gävleborgsregionens största aktör inom transporter beskrevs i ny tidning.

Alla tidningarna har mottagits väl av såväl uppdragsgivare, läsare som annonsörer

Positiv respons

Tidningarna som tryckts helt i fyrfärg har distribuerats till samtliga hushåll och företag inom Gävle, Sandvikens och Hofors kommuner.

Responserna från de samarbetspartners som valde att medverka i tidningen har varit mycket positiv.

SEB har medverkat varje gång.

– Det blev bra. Vi fick också en bra placering i tidningen. Det hela var professionellt utfört, säger Per-Olov Bäckström, f.d. bankchef SEB i Gävle.

Stor spridning

Flera företag som enbart använder sig av mycket noggrant riktad marknadsföring ansåg att FraktCentralens tidning var ett bra forum att medverka i.

Den stora spridningen av tidningen blev ofta ett avgörande argument till att nå ut med ett viktigt budskap.

Inom branschen blev tidningen särskilt uppmärksammas, även på riksnivå:

– Det var enkelt att jobba med er och resultatet blev bra, säger Dick Nordström, marknadskommunikatör Preem AB.

Informativt och slående

Att tidningens koncept uppskattats, där nya kreativa grepp använts, råder inget tvivel om.

– Mycket bra upplägg och genomförande med stor genomslagskraft. Inget som jag önskar skulle gjorts annorlunda, säger auktoriserad fastighetsmäklare Rolf Ekström.

Även Öhrlings Pricewaterhouse Coopers var nöjda med sin medverkan 2006.

Kurt Bohman är auktoriserad revisor:

– Vi tycker att resultatet motsvarade våra förväntningar. Kan inte komma på något som kan förbättras.

Stärker identiteten

Inom FraktCentralens egen organisation var själva arbetet med tidningen ett viktigt led i genomlysningen av företagets olika roller och ett sätt att stärka identiteten och teamkänslan bland medarbetarna och åkarna.



Stor uppmärksamhet



Ulrica Andersson
FraktCentralen:

”Resultatet blev som förväntat. Det bästa har varit den stora uppmärksamheten.”

Intressant och informativ



Roland Hjelte
Industriprofil:

”Det blev som förväntat, jag är nöjd med utförandet. Tidningen var bra gjord, intressant och informativ. Vi medverkade för att stötta en god kund och visa att vi är en seriös samarbetspartner.”

Mycket bra upplägg



Rolf Ekström
Fastighetsmäklare:

”Mycket bra upplägg och genomförande med stor genomslagskraft. Inget som jag önskar skulle gjorts annorlunda.”