

Bolidtop 525 vertolkt duizend woorden in één oppervlak

The House of Marketing (THOM) is in België de eerste en nog enige in zijn soort. Een uitstekende positie dus om aan de slag te gaan met uitdagende marketingvraagstukken. Marketingstrategieën verbeteren en ondersteuning bieden bij de implementatie ervan is het hoogste doel. Zo nodig schuiven alle experts aan, want – zo zegt THOM– “werk je met één van ons, dan werk je met ons allemaal”. Zo wordt alle kennis gedeeld en de creatieve hersencapaciteit voortdurend gestimuleerd en versterkt. En dat is nu juist waarom de THOM professionals, want dat zijn het, bij iedere opdracht geen probleem, maar een uitdaging zien.

Zo dacht [architectenbureau](#) Crepain Binst ook over het ontwerp voor het door THOM aangekochte achterliggende hoekpand. THOM breidt hiermee haar [kantoor](#) flink uit en moest daarom het nieuwe pand renoveren om aan te sluiten op de stijl van het oorspronkelijke kantoorpand. Er worden veel uren gedraaid bij THOM en het groepsgevoel moet goed gestimuleerd kunnen worden. Daarom was een te strakke en saaie werkomgeving uit den boze. Het ontwerp en het interieur moesten hier dus in alle aspecten rekening mee houden. Echt een klus waarbij het fijn is de handen ineen te kunnen slaan met een betrouwbare en meedenkende partner. Crepain Binst, die door vele jaren samenwerking bekend is met de goede resultaten, schreef Bolidt voor als vloerleverancier. En voilà, de schitterende [Bolidtop](#)® 525 is een regelrecht effectief communicatiemiddel voor THOM. De vloer vertelt THOM's klanten in één oogopzicht wat zij van de marketeers kunnen verwachten. Professionaliteit, kwaliteit, creatieve oplossingen, kleurrijke gedachten, betrokkenheid en passie.

Bolidt schrijft geen communicatie, haar vloeren zijn communicatie.

