

Ellen AB lanserar en ny affärsstrategi och varumärkesidentitet i maj 2022

I maj 2021 inleddes ett samarbete med Designkontoret Silver, en av Nordens ledande varumärkes- och designbyråer. Tillsammans med Silver har Ellen genomfört ett affärsstrategiskt arbete som resulterat i en uppgraderad design och varumärkesplattform som reflekterar Ellens unika och högkvalitativa produktportfölj.

Ellens affärsidé är att som svenskt FemTech-bolag tillhandahålla innovativa och naturliga premiumprodukter för en pH-balanserad intimbälsa. Den nya produktdesignen och identiteten innebär att Ellen går från en idag spretig produktportfölj innehållande två olika varumärken och produktdesigner, till ett starkt och sammanhängande varumärke.

- Harmoniseringen av varumärkena är avgörande för att fortsätta stärka kännedomen och kommunikationen kring Ellens produktportfölj. Ellens nya design är modern, feminin och modig och speglar den höga kvalitet som Ellens produktportfölj har, säger Charlotta Nilsson vd på Ellen AB.



- Med Ellens nya identitet har vi tillsammans skapat ett övergripande uttryck för varumärkets position som underlivets bästa vän. Färgskalan är inspirerad av produkternas naturlighet och avsaknad av onödiga tillsatser, logotypen har ett kvinnligt uttryck som på ett modernt sätt flirtar med historien. Vilket in sin tur leder till att man når en bredare målgrupp.



Det har varit väldigt kul att jobba med Ellens varumärke då bolaget med ny ledning i spetsen gör en nysatsning för att tydliggöra vad Ellen står för på marknaden. Då produkterna är i fokus för varumärket har det lagts mycket tid på upplevelsen av förpackningsdesignen, i form av färgsättning, materialval och hur vi lyfter fram mervärden, säger André Hindersson, vd och medgrundare på Silver.

Sverige och Norge blir först ut med lanseringen av den nya designen som implementeras i butik och online i maj 2022. Nästa steg blir att implementera den nya designen på fler marknader där Tyskland står på tur med ambitionen att kunna göra det under 2022.

- Ett av mina tydliga uppdrag från styrelsen har varit att ta fram en ny affärsstrategi för Ellen. Vi har en stark styrelse med gedigen erfarenhet från branschen som varit högst delaktig i den här resan.

Det känns riktigt roligt att utifrån vår nya affärsstrategi äntligen lansera den nya designen, och Ellens nya identitet. Vi är mer än nöjda och otroligt stolta över resultatet. Vår brief till Silver var att skapa en design som står ut från övriga intimvårdsvarumärken på marknaden, och att ta fram en design och produktförpackningar som du gärna skyltar med i ditt badrum. Vi ser fram emot att implementera allt det nya i butik och online inom kort, säger Charlotta Nilsson.



Kontaktperson:

Charlotta Nilsson, vd på Ellen AB

Telefon 08-412 10 00, info@ellen.se

Om Ellen

Ellen är ett svenskt Fem-Tech bolag med ursprung inom forskning och utveckling med en mångårig och unik kunskap inom probiotika och kvinnlig intimhälsa. Ellen tillhandahåller innovativa naturliga premiumprodukter inom intimhälsa. Ellens produkter hjälper till att upprätthålla ett balanserat pH-värde i underlivet genom livets alla faser. Ellen erbjuder bland annat patenterade probiotikaprodukter för att förbättra kvinnors intimhälsa. Produkterna säljs och marknadsförs genom ett globalt nätverk av distributörer samt i egen regi. Ellen är noterat på Nasdaq First North Growth Market (Ticker: ELN). Erik Penser Bank är bolagets Certified Adviser, kontaktppgifter: telefon 08-463 83 00, eller via e-post certifiedadviser@penser.se. För ytterligare information om bolaget: www.ellen.se