



MERITOR®

an **ArvinMeritor** brand



Février 2008 CVA 00007A

Cher client, chère cliente,

Nous sommes ravis de vous présenter le nouveau format de notre support d'informations sur les produits Meritor. Dans la mesure où de nombreux clients nous demandent dorénavant de recevoir des lettres d'information Meritor par courriel, ce nouveau style de communication se veut :

- être plus simple
- être un bulletin multi-usage
- remplacer toutes les pages codées précédemment utilisées avec le « Manuel des communications » client original.

Ces nouveaux bulletins recourent à un système de numérotation revu, notre objectif étant de vous fournir un flux d'informations utiles et pertinentes, de manière plus efficace et plus fréquente.

La décision de modifier le style de notre bulletin fait partie intégrante de notre projet de développement du service après-vente ArvinMeritor pour les véhicules utilitaires. Ce projet vise à améliorer l'image et à promouvoir la marque Meritor en Europe. Dans le cadre de ce projet, nous utilisons pour la première fois ce nouveau style de bulletin pour annoncer un changement d'image de l'emballage Meritor.

Cette nouvelle image fera l'objet d'une introduction progressive au cours des prochains mois jusqu'à épuisement complet des stocks d'emballages actuels. Les premiers produits à bénéficier de ce nouvel emballage, qui apparaîtra progressivement sur vos étagères, seront les disques de freins Meritor.

L'image actuelle, apparue en 2002, juste après l'introduction de la marque sur les marchés européens, a permis d'établir une base solide à partir de laquelle la marque Meritor a assis sa notoriété. En comparant l'ancienne et la nouvelle version, nous pensons que vous apprécierez les modifications apportées.

La même couleur —dorénavant familière— “Meritor” a été conservée, mais vous découvrirez une image plus nette et plus moderne : elle représente des produits de qualité pour les véhicules utilitaires légers et lourds ; le texte en différentes langues a disparu, la mention de ces dernières foisonnant par trop sur l'emballage, du fait de leur nombre, reflétant ainsi l'expansion de notre activité sur l'ensemble des marchés européens.

