



NOTA DE PRENSA

Kanlli lanza su nueva imagen corporativa

Bajo el lema “Reinvent Yourself, Everyday”, la agencia de marketing Kanlli estrena nuevo posicionamiento.

14 de marzo de 2011-. La agencia de marketing Kanlli lanza hoy su nueva identidad corporativa, una imagen con la que quiere representar la importancia del cambio y la adaptación, la necesidad de adaptarse al consumidor, a los medios, a los clientes, y sobre todo, la necesidad de cuestionar las soluciones y procesos establecidos.

El consejero delegado de Kanlli, Gonzalo Ibañez ha explicado sobre Kanlli que “somos una agencia de marketing, y en nuestro corazoncito llevamos bits and bites. Siempre que la solución a un reto tenga como eje central los nuevos medios, estaremos ahí para ayudar a nuestros clientes, independientemente del medio en el que ocurra.”

Kanlli ha querido expresar la importancia del cambio así como su capacidad de adaptación a través de un logotipo en movimiento que tiene hasta siete expresiones gráficas. Gonzalo Ibañez ha asegurado que para expresar el cambio y adaptación que ha experimentado la agencia, “nada mejor que tener una imagen que cambia, se mueve, que está en constante movimiento”. “Si hay una cosa permanente, es el cambio”, ha añadido.

La nueva imagen de marca ha sido motivada por el notable crecimiento que la agencia ha experimentado como empresa en los últimos tiempos. “Durante los últimos dos años, Kanlli ha crecido significativamente en equipo, en servicios y en clientes. Este crecimiento ha hecho posible que nuestra imagen, nuestros servicios, nuestro equipo y nuestros clientes también evolucionen”, ha señalado Ibañez, quien ha añadido que ha sido dicha evolución lo que ha propiciado la nueva identidad corporativa, “aunque nuestra filosofía siga siendo la misma: la mejora continua”, ha recalcado.

El claim elegido para transmitir esta nueva imagen corporativa ha sido “Reinvent Yourself, Everyday”, acorde con el nuevo logo en movimiento y que viene a expresar la idea de que “hoy día sólo hay una cosa permanente: el cambio. Y el cambio es la norma fija en el mundo de la comunicación y el marketing. Kanlli es la agencia de marketing que ayuda a marcas a triunfar en un mundo en constante cambio”, ha explicado Ibañez.

Respecto al logotipo, el hecho de que cambie de color y de forma simboliza la capacidad y actitud de Kanlli a la hora de adaptarse a cualquier cambio, cliente, proyecto u oportunidad, de retar lo establecido. La imagen se compone de tres elementos: un conjunto tipográfico estático formado por la palabra “Kanlli” en color blanco y dos formas orgánicas dinámicas superpuestas que varían de color y forma en cada aplicación. Mientras la forma orgánica frontal simboliza la capacidad de Kanlli para adaptarse a cualquier medio, la forma orgánica trasera representa un mundo en constante cambio. Cada una de estas siete formas orgánicas está coloreada por un degradado que combina dos de los siete colores: rojo, rosa, magenta, morado, azul, verde y amarillo.

Para la realización de este trabajo, Kanlli ha contado con la colaboración de un partner y amigo, el diseñador Pablo Lago, que tiene en su haber trabajos como la creación de marca de Pepecar, o el diseño del logo del Día Europeo sin Coches para la campaña del Ayuntamiento de Madrid.



ACERCA DE KANLLI

Kanlli es una Agencia de Marketing Interactivo y Contenidos, que ofrece servicios personalizados de Marketing Interactivo, Marketing en Buscadores y Marketing Móvil. En los últimos tiempos ha desarrollado diferentes acciones en el ámbito del Social Influence Marketing para clientes de la talla de Halcón Viajes, ONO, HP, pepecar.com, MMT o Prosegur, entre otros. Kanlli tiene su sede en Madrid y sirve a clientes en EEUU, México, Argentina, Brasil y otros países de América Latina.

En los últimos dos años, Kanlli ha experimentado un notable crecimiento durante los últimos dos años. Sólo durante 2010 ha incrementado, mes tras mes, el número de clientes a los que sirve. Así, en enero de 2010 Pepecar y Orbitel USA eligen a Kanlli para su campaña de Social Media; en febrero, Halcón Viajes, Viajes Ecuador y Pepetravel escogen a Kanlli como su agencia de marketing; en julio, Kanlli lanza la campaña de afiliación de Prosegur y en noviembre, HP la elige como su agencia de Social Media.

CONTACTO

Irene Herrero
Departamento de Comunicación
Tel: 902 159 950
Irene.herrero@kanlli.com