



NOTA DE PRENSA

## “When Everything Flows”, nueva propuesta de valor de Kanlli

La agencia da un paso más y se enfoca en simplificar y hacer más fluidos los procesos de reinención y transformación digital

8 de abril de 2015-. La agencia de marketing digital Kanlli apuesta por un nuevo tagline como continuación del adoptado en 2011, un cambio fruto de la evolución y el crecimiento experimentado por la agencia en los últimos años que la ha adentrado en una nueva etapa centrada la simplificación de los procesos de reinención y transformación.

Con el tagline “When Everything Flows”, la agencia expresa su madurez y evolución desde aquél “Reinvent Yourself Every Day” que la posicionó hace cinco años como pionera en la idea de reinención y necesidad de adaptarse al cambio. Hoy, la capacidad de adaptación al consumidor, los medios y los clientes es algo que tanto la agencia como sus clientes llevan en su ADN. Por ello, Kanlli da un paso más y persigue hacer de este ciclo evolutivo y de mejora algo suave, una reinención que fluye y se integra en los procesos de marketing que desarrolla para sus clientes.

“When Everything Flows” tangibiliza la nueva propuesta de valor de Kanlli reforzando el significado de la marca y define su comportamiento a la hora de abordar los procesos y su actitud frente a la idea de reinención.

El CEO de Kanlli, Gonzalo Ibáñez, explica que “When Everything Flows” habla de esta evolución natural, de la necesidad de reinventarse como profesionales del marketing a la par que aumenta la efectividad y la constancia. “Los procesos de cambio ya los tenemos dentro, por lo que ya no es necesario que nos enfoquemos tanto en el proceso en sí, sino en cómo se desarrolla y en cómo se aplica para alcanzar la naturalidad en los procesos y la excelencia en el servicio al cliente”, asegura Ibáñez.

Para reforzar esta nueva propuesta de valor, Kanlli ha creado una nueva línea de diseño, donde los colores de su logo cambiante se entremezclan ahora de manera sinuosa en busca de la expresión de ese fluir, una imagen renovada protagonista de las creativities corporativas y con la que se anuncia en los principales medios del sector desde el pasado mes de marzo.

Además, la agencia de marketing interactivo ha relanzado su página web y la ha dotado de un diseño más limpio. El nuevo site ([www.kanlli.com](http://www.kanlli.com)) propone una línea de comunicación más sintética y directa, con mensajes centrados en la experiencia y en informar sobre los aspectos que les hacen diferentes en cada una de las áreas en las que trabajan, poniendo el acento en los casos de éxito logrados para sus clientes.

### ACERCA DE KANLLI

Kanlli es una agencia de marketing digital y de resultados. 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 interactivo que



ayuda a las marcas a triunfar en un mundo en constante cambio. Bajo el lema "WHEN EVERYTHING FLOWS" definen su concepto de trabajo: simplificar los procesos de reinención y transformación que desarrolla para sus clientes y hacerlos más fluidos. Entre sus clientes se encuentran prestigiosas marcas como Prosegur, Cetelem, Travel Club, El Corte Inglés, Laboratorios Rovi, Perfumesclub, Makro o Famosa.

#### **CONTACTO**

**Elena Lostalé**

Departamento de Comunicación

+34 917 259 220 Ext. 125

[comunicacion@kanlli.com](mailto:comunicacion@kanlli.com)