



## O<sub>2</sub> UN SOPLO DE AIRE FRESCO

O2 representa una nueva aproximación a la identidad corporativa. Congregando a cuatro compañías diferentes, la nueva entidad necesitaba una marca unificada para comunicarse con sus audiencias. Nuestra investigación nos mostró el concepto revelador de que su teléfono móvil es "Esencial para la vida" de cualquier persona.

Desarrollando este argumento, lo hicimos realidad en un nuevo nombre para la marca y en unas burbujas sobre fondo azul altamente distintivas, que crearon conjuntamente la nueva identidad de O2. El haber liberado a la marca de la convencionalidad de un logo produjo un reconocimiento óptimo que redujo espectacularmente los presupuestos de publicidad. Nuestro trabajo ayudó a O2 a ahorrar 18 millones de libras esterlinas tan solo tres años después de su lanzamiento. Como guardianes de marca, seguimos siendo una pieza integrante de su éxito continuado.