



TELEFÓNICA EUROPA ¿SABÍAS QUE...?

Telefónica cuenta con más de 260.000 empleados en 25 países de tres continentes y es la compañía matriz de O₂. En 2010, Telefónica emprendió una nueva estrategia de marca a nivel global para crear una marca única para sus empleados en todos sus mercados.

Habiendo sido la consultora de marca de referencia para O₂ y sus guardianes de marca durante muchos años, Lambie-Nairn, junto a las agencias Someone y The Writer, fue elegida para crear un programa de alineamiento que inspirase y uniese a todos los empleados de Telefónica. Las tres agencias trabajaron mano a mano en este proyecto junto al equipo europeo de Telefónica.

Lambie-Nairn se encargó del entramado estratégico, del desarrollo conceptual y de la creación de un sólido plan de comunicaciones y mensajes que supuso la columna vertebral de todo el proyecto de alineamiento. La campaña se basó en el concepto del conocimiento, empleando un signo de interrogación como referencia visual icónica.

«Cambiar la marca internamente consistió fundamentalmente en conseguir que nuestros empleados se sintieran al mismo tiempo orgullosos de Telefónica y apasionados por O₂. Estamos muy orgullosos de todo nuestro trabajo y francamente satisfechos de que se hayan reconocido nuestros logros con la obtención de un Oro en los premios Digital Impact y con el galardón a la mejor Campaña de Comunicación para el Cambio en Europa de los premios European Excellence», afirmó Amanda Clay, del departamento de Gestión de Marca de Telefónica en Europa.

©Lambie-Nairn 2011