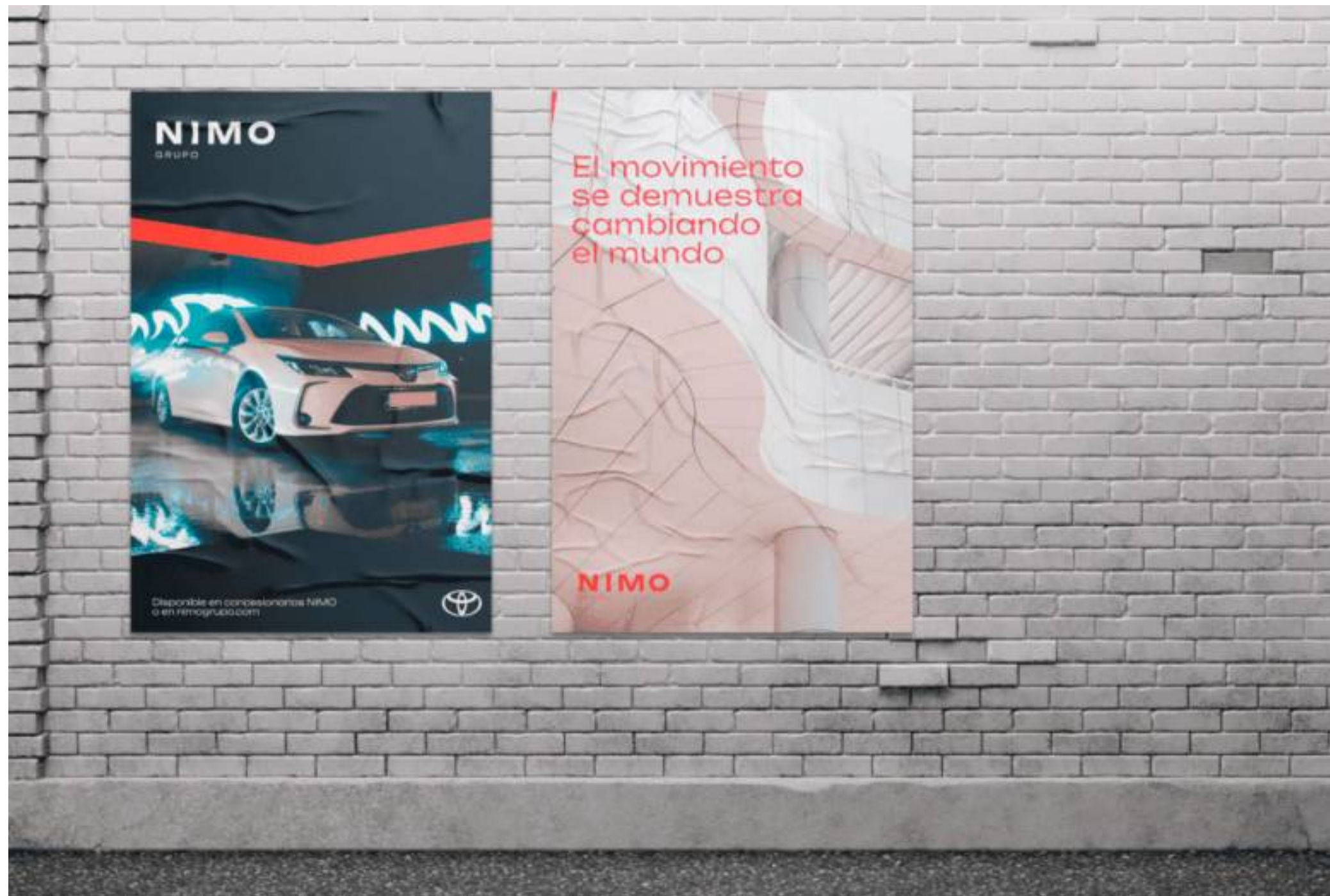




Nimo Grupo confía su nuevo plan estratégico de marca a INNN



8 DE SEPTIEMBRE DE 2023

La consultora creativa desarrolla la estrategia de reposicionamiento de la marca del grupo e implementa las acciones de comunicación de todos los productos y canales de la compañía

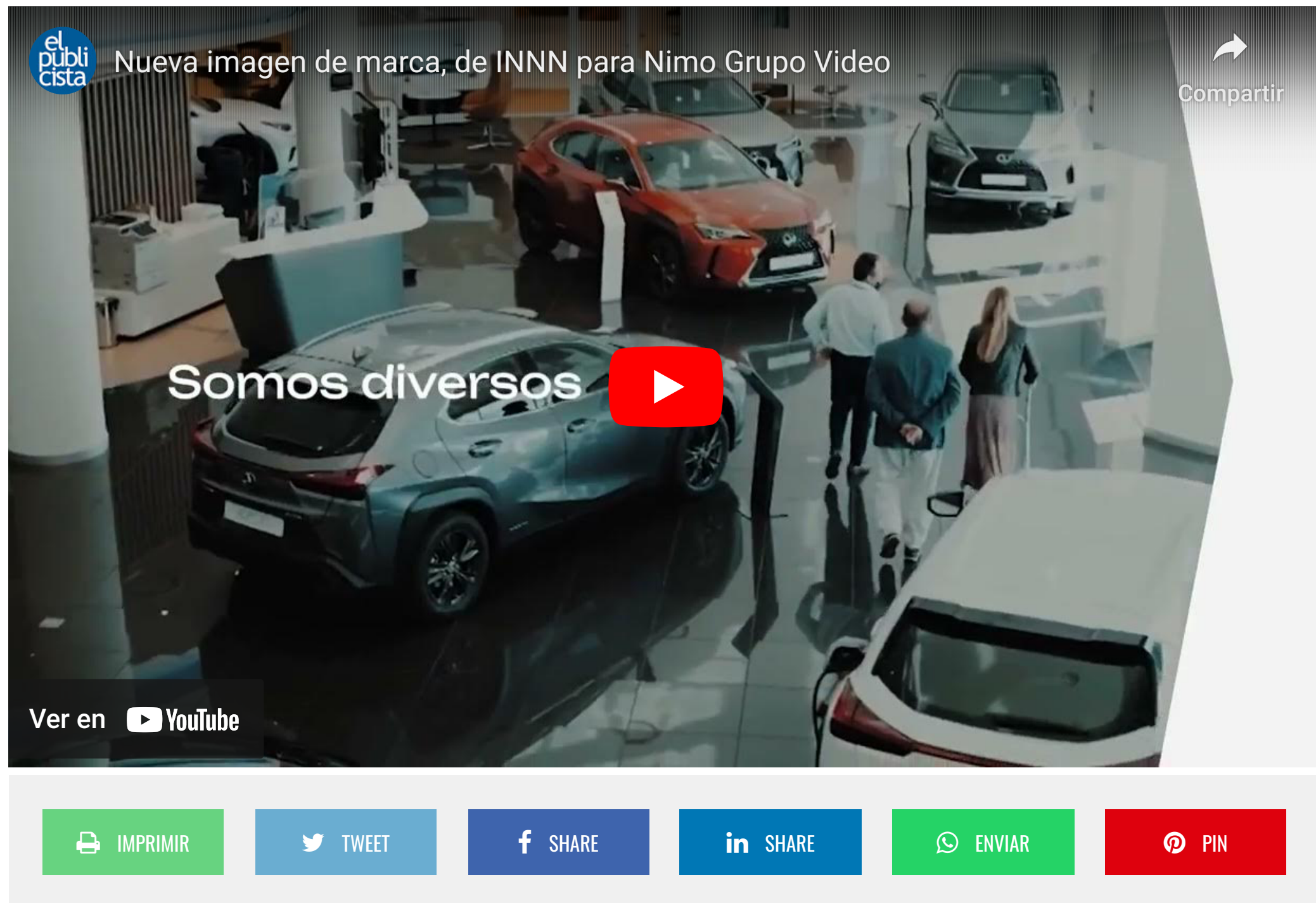
Tras más de 35 años en el sector de la automoción, Nimo Grupo ~~antes Nimo Gordillo Automoción~~ estrena marca y nuevas metas, con un objetivo claro de crecimiento centrado en las personas y en la misión de “hacer vivir una experiencia memorable a través de personas apasionadas y comprometidas”.

La nueva estrategia de marca surge de un intenso proceso de investigación, en el que destacan valores como el espíritu de servicio, la búsqueda de la excelencia y la importancia de las personas como rasgos esenciales de la compañía. Todo ello conecta con la filosofía kaizen japonesa inspirada por Toyota, que, combinada con la pasión y cercanía andaluzas, crea una simbiosis única que desde INNN han sabido destacar. “Somos una compañía 100% andaluza con visión 100% japonesa. Somos leales a nuestra raíz para seguir expandiendo nuestras ramas”, afirman desde Nimo Grupo.

En palabras de Elena Cejudo, directora creativa ejecutiva de INNN, “es emocionante trabajar con marcas que tienen tanto que contar. Nuestro trabajo se ha centrado en detectar y pulir una materia prima que ya existía, pero que necesitaba ser explicada de manera más significativa y relevante. Más que crear desde cero, hemos extraído su esencia, su sentido, y los hemos hecho brillar desde dentro hacia afuera”.

La nueva identidad ayuda a reflejar esa filosofía japonesa, además de confeccionarse como elemento principal de una serie de submarcas que conviven bajo un sello principal. Un rebranding que se mueve entre lo sostenible y la tendencia techy. Una imagen minimalista con una paleta de colores suaves y neutros, en contraste con la fuerza del negro y el rojo, símbolos de su esencia andaluza.

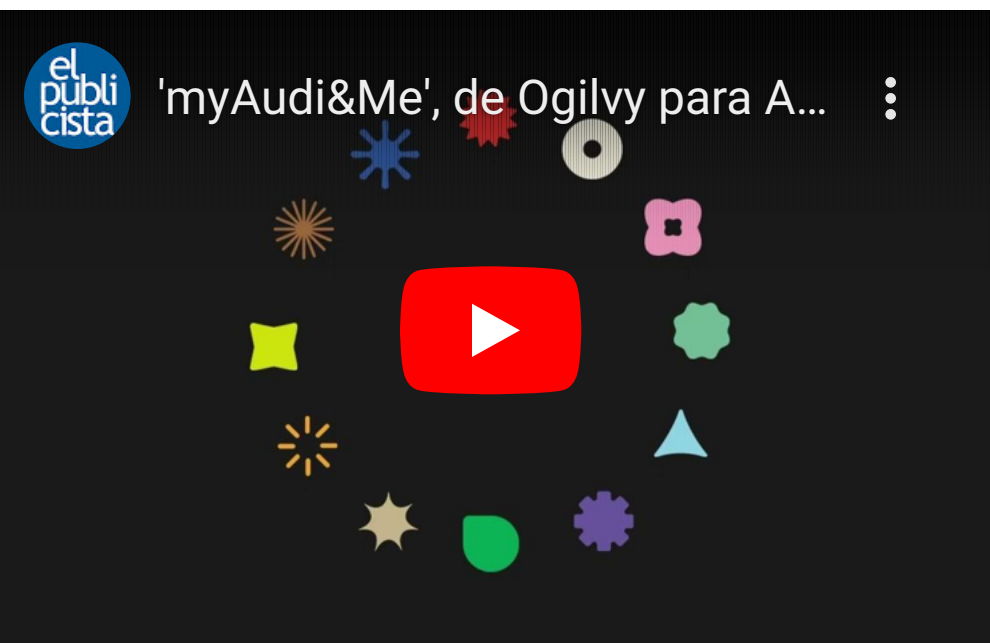
Diseñada la plataforma estratégica, la agencia ha ideado un plan de acciones para comunicar la marca a nivel interno y, a nivel externo, donde destaca la producción audiovisual de un vídeo de presentación, una newsletter corporativa y un plan de relaciones públicas. Además, el equipo de INNN ha abordado la clusterización y planificación de los canales sociales de la empresa, asegurando una presencia estratégica y efectiva en las plataformas digitales más relevantes.



SÍGUENOS EN FACEBOOK



VÍDEO DESTACADO



ARTÍCULOS ALEATORIOS



01/09/2023

Jorge Escudero, consejero delegado de Nueva Pescanova

Tiene una amplia experiencia directiva, especialmente en el ámbito internacional, en compañías como Coca-Cola, Campofrío, Leche Pascual y Deoleo Nueva Pescanova ha incorporado a Jorge Escudero...

LEER MÁS



08/08/2023
MioGroup incorpora a su red la agencia SuperReal



23/07/2023
Las cabeceras de Prisa Media lanzan unos premios sobre el...



01/09/2023
Infinity Media se adjudica la gestión de medios digitales...



21/07/2023
Gabriela Marante, estudiante del IED de Madrid, logra el IF ...



06/09/2023
A Lowi 'le mola hacerse hace grande' en su nueva campaña

CORPORATIVO

Quienes somos

Publicidad

Normas de uso

Política de privacidad

PUBLICACIONES

Tienda

Suscríbete

Ejemplar gratis

Oferta editorial

EDICIONES ESPECIALES GRATIS

Anuario de Agencias 2022 GRATIS

Especial Casos de Éxito 2022 GRATIS

Especial Tendencias Inversión 2023

El Publicista Anuario de Formación

Anuario de Investigación y Data