

01.9 MARCA

Bankia

LA MARCA ES UN VALIOSO ACTIVO DE BANKIA.
CUANTO MÁS CREZCA SU FUERZA, MÁS
ATRACTIVA SERÁ PARA CLIENTES E INVERSORES.

Una marca es mucho más que el logotipo y sus colores, también es la forma en la que una entidad se relaciona con sus grupos de interés y la promesa que les hace.

Para que esa promesa se cumpla y así lo sientan los públicos objetivo, Bankia ha centrado su esfuerzo en mantener la marca alineada con los principios que la guían, trabajando para conseguir que el banco, en todas sus formas de expresión, sea cercano y transparente.

Bankia quiere cumplir los objetivos que se ha marcado, crecer en el camino de la confianza, mejorar la atracción y la consideración de sus grupos de interés y que la satisfacción de sus clientes aumente año tras año generando valor para el negocio.

TRACKING DE LA MARCA BANKIA

	2016	2017
PUNTUACIÓN MEDIA DEL CLIENTE	6,40 ↑	6,83 ↑
% DE CLIENTES QUE PUNTÚAN A BANKIA CON UNA NOTA ENTRE 8 Y 10	34,9	42,9
% DE CLIENTES QUE PUNTÚAN A BANKIA CON UNA NOTA ENTRE 5 Y 7	48,9	45,7
% DE CLIENTES QUE PUNTÚAN A BANKIA CON UNA NOTA ENTRE 1 Y 4	16,2	11,4

Fuente: GFK

La entidad trabaja en el diseño de acciones que tangibilicen el compromiso de la marca, desarrollando herramientas, servicios, soluciones y productos que sean relevantes y den respuesta a las necesidades de los clientes,

además de servir de canalizador para transmitir sus valores.

La mejora de la percepción de la marca Bankia es un objetivo compartido por toda la organización y su consecución, un

refuerzo para el trabajo realizado desde todas las áreas de la entidad para lograr este fin. La marca es un valioso activo y cuanto mayor sea su fuerza y su capacidad de llegada, más atractiva será para profesionales, inversores y clientes.

Según un estudio elaborado por GFK, la valoración global de Bankia alcanza una puntuación de 6,83 puntos en una escala del 1 al 10, mejorando el resultado obtenido hace un año (6,4).

Para llegar a esta conclusión, GFK realiza una serie de entrevistas *online* de unos 20 minutos de duración entre la población general con edades comprendidas entre los 18 y los 74 años dentro del ámbito nacional. La distribución muestral es por cuotas de sexo, edad y comunidad autónoma, ponderando resultados para asegurar la representatividad.

UN LOGOTIPO SÓLIDO

Bankia es una marca y no una palabra genérica, por eso su 'B' inicial siempre aparece en mayúscula, representando la fuerza y la solvencia de la entidad. Es una marca abierta, de ahí su terminación en *-ia*, y con carácter internacional, dado que su raíz es la palabra *bank*. En ella, la 'n' y la 'k' se contraen, siendo muestra de integración y proyección de futuro.

Las seis letras que la conforman se escriben en color verde lima (tecnológico, comprometido, ecológico, brillante) y se ubican sobre un fondo caoba (experimentado, arraigado, solvente, cálido), conformando así un logotipo sólido, potente y representativo de la marca.

A pesar de que Bankia 'se viste' de lima y caoba, hay otros colores que también forman parte de su identidad como secundarios y que han sido definidos para refrescar y aligerar la marca: dos tonos de marrón y un azul celeste, a los que se une el blanco.

Uno de los elementos fundamentales de la identidad de Bankia es su tipografía, especialmente diseñada para la entidad, sin aristas, abierta y confiable, lo que le imprime personalidad y coherencia a lo largo del paso del tiempo.

UNA MARCA PRESENTE EN GRANDES EVENTOS

Como marca, Bankia patrocina y está presente en grandes eventos educativos, deportivos, empresariales, sociales y culturales.

Destacan especialmente el patrocinio de la Feria del Libro de Madrid, de la que Bankia es 'Patrocinador oficial' y 'Patrocinador en exclusiva' entre las empresas del sector financiero; el patrocinio de 'Edades del Hombre', de promoción de la cultura y la preservación del patrimonio histórico, o el de ferias tan importantes como el Salón Mi Empresa, Forinvest o Spain Startup South Summit.

Según el ranking BrandZ, presentado en su versión para España por Kantar Millward Brown en el mes de septiembre, Bankia se encuentra en el puesto 17 de las 30 marcas más reconocidas, con un valor de 1.072 millones de dólares (unos 874 millones de euros). Por su parte, el ranking de Interbrand de las mejores marcas españolas sitúa a Bankia en el puesto 19 de 30, con una valoración de 505 millones de euros.

La mayúscula representa la solvencia, la fuerza, la autoridad de una corporación fuerte y pionera

Terminación -ia abierta, protectora

Bankia

Terminaciones: detallista, atenta

"K" Compacta e integradora