

[Anuncios](#)

"Creemos" - IBM lanza una campaña de marca para acelerar la innovación con clientes y socios

ARMONK, N.Y., 16 de febrero de 2022-IBM (NYSE: [IBM](#)) ha anunciado hoy el lanzamiento de su nueva plataforma global integrada, "Creemos" la iniciativa de marca más significativa de la compañía en más de una década. "Creemos" refleja la visión, la estrategia y el propósito de la IBM actual. Refuerza el foco de la empresa en la innovación y la colaboración como elementos para crear un valor duradero para clientes y socios, y abordar sus problemas empresariales más apremiantes.

“ 'Creemos' es una invitación para que nuestros clientes y socios puedan co-crear con IBM utilizando nuestra tecnología de nube híbrida e

"Creemos es una invitación para que nuestros clientes y socios puedan co-crear con IBM utilizando nuestra tecnología de nube híbrida e Inteligencia Artificial (IA), y nuestra experiencia en consultoría. Juntos, podemos crear soluciones basadas en datos, y diseñadas para automatizar, modernizar, asegurar y transformar organizaciones de todo el mundo", ha dicho Jonathan Adashek, vicepresidente Senior de Marketing y Comunicaciones de IBM.

Inteligencia Artificial (IA), y nuestra experiencia en consultoría. Juntos, podemos crear soluciones basadas en datos, y diseñadas para automatizar, modernizar, asegurar y transformar organizaciones de todo el mundo ”

La inversión en marketing multiplataforma global de IBM sigue a una de las transformaciones más significativas en los 110 años de historia de la compañía —la reciente escisión del negocio de servicios de infraestructura gestionada por IBM, Kyndryl— situándola a la vanguardia de la nube híbrida y la IA. "Creemos" transmite el compromiso de IBM de liderar la innovación, el desarrollo y la aplicación de tecnologías avanzadas en nombre de los socios —y del resto del mundo— con la creatividad como elemento definitorio.

La campaña se desarrollará en los próximos meses en tres capítulos. El primero explica las principales capacidades y la experiencia de IBM. El segundo capítulo mostrará cómo IBM ayuda a sus clientes a hacer realidad sus visiones únicas, y el tercero se centrará en los "Nuevos Creadores", aplicando la tecnología para crear la transformación que las empresas y el mundo necesitan.

Desarrollada junto a Ogilvy, la agencia global de IBM, el trabajo inicial marca una nueva dirección para IBM, incluido el abandono del buzón azul característico de la empresa en los anuncios de televisión. Los spots incluyen una edición simple del estudio de producción y diseño Imaginary Forces. Swift, una agencia del grupo WPP, ha desarrollado la estrategia y los conceptos creativos para dar vida a "Creemos" a través de las plataformas de redes sociales.

"Creemos" es una invitación abierta a todas las mentes creativas visionarias —desarrolladores, tecnólogos, ingenieros, líderes de IT— para dar rienda suelta a su imaginación, hacer lo inimaginable, y hacerlo juntos", ha explicado Liz Taylor, Global Chief Creative Officer de Ogilvy.

La compra de medios se ha desarrollado en colaboración con Mindshare, y se lanzará a partir de hoy en televisión, digital, redes sociales, [IBM.com](https://www.ibm.com) y los canales sociales de IBM. Las zonas geográficas incluyen Estados Unidos, Reino Unido, Japón, Canadá, Alemania, Francia, Italia, India, China, Australia, Brasil, España y otros mercados alrededor del mundo.

For further information: Miguel Giménez De Castro. Dpto. Comunicación. IBM España, Portugal, Grecia e Israel. miguel.gimenezdc@ibm.com Alfonso Mateos Cadenas. Dpto. Comunicación IBM España, Portugal, Grecia e Israel. alfonso.mateos@ibm.com
