

Contexto

La reputación internacional de la marca OUP anticipa una calidad editorial que la casa española se encarga de mantener y potenciar. Primero en su especialidad: el Inglés. Después en Educación Secundaria y prepara contenidos con enfoque de educación de vanguardia para contenidos de Educación Infantil.

La inteligencia emocional, las habilidades del pensamiento y el desarrollo integral del alumno son sus guías. LA EMOCIÓN DE APRENDER es su Gran Idea de marca y nos llaman para ponerla en acción.



Análisis

Auditamos la comunicación de la empresa destinada para Infantil y la reenfoamos, según su plan de Marketing y los nuevos lanzamientos. Analizamos estrategia de editoriales de la competencia, sus ediciones, personajes, valores y contenidos y buscamos, de la mano de la Big Idea de Oxford Educación para Infantil, poner en valor una diferencia que sus ediciones ya contienen.

Establecemos varios frentes: diseño de portadas para unificar la experiencia de marca, contenidos en redes sociales que den a conocer su innovación y audiovisuales que traduzcan para niños, padres y profesores, la propuesta en historias con sentido y atractivo.

La EMOCIÓN de Aprender



Diseño, Storytelling y posicionamiento de marca

Diseñamos el logo del lema unificador.

Proponemos una serie de vídeos de animación donde desplegar los valores con niños y educadores dentro del aula. De entre ellos, realizamos uno con el mismo título en base a creatividad. Creamos adaptación de nombres para cada área educativa sobre la idea de La Emoción que cada una contiene.

Revisamos diseño de materiales y proponemos unificar logos y tipografías para un mayor reconocimiento de marca y facilidad de uso para nuevos diseños, personajes y contenidos.



Resultados

Oxford Educación se coloca en primera línea de notoriedad con La Emoción de Aprender, niños, padres y el sector educativo perciben la alta calidad de sus materiales y sus ventas crecen año a año. El vídeo que hicimos para ellos impactó fuerte con su historia sencilla e imaginativa pero sorprendente.

La identidad que diseñamos para esta gran idea de marca sigue diferenciando a Oxford University Press de toda su competencia.

