

## ***‘Ecoltar Parlar Fer’, nou claim corporatiu de CaixaBank centrat en la proximitat, el diàleg i el compromís amb les persones***

- ***El nou lema aspira a construir un relat transversal i perdurable en el temps, alineat amb les prioritats definides en el seu nou Pla Estratègic 2019-2021***
- ***‘Ecoltar Parlar Fer’ sintetitza en tres paraules una actitud i un compromís, defineix una forma de ser, inspirada i bolcada en les persones”, afirma el president de CaixaBank Jordi Gual.***
- ***“Amb aquest lema volem comunicar una manera de relacionar-nos amb el client, que comença per escoltar-lo i conèixer la seva opinió i necessitats; per parlar amb ells i, sobretot, per anar un pas més enllà del diàleg: per fer coses i per fer que les coses passin”, assenyala el conseller delegat de l’entitat, Gonzalo Gortázar.***

**Barcelona, 19 de febrer de 2019**

CaixaBank llança avui el seu nou *claim* corporatiu amb el qual vol evidenciar el seu compromís amb les persones i amb una forma diferencial de fer banca. *‘Ecoltar Parlar Fer’* defineix els atributs diferenciadors de l’entitat: la proximitat, el diàleg i el compromís amb les persones i la societat.

El nou lema recull el quant dels històrics ‘Parlem?’ (2002) i ‘Tu ets l’estrella’ (2011), dos eslògans que van identificar a l’entitat durant anys i que ja formen part de la seva història. El seu llançament coincideix amb l’inici del nou Pla Estratègic 2019-2021 i acompanyarà les diferents comunicacions de CaixaBank de forma transversal, contribuint a construir un relat que perduri i exemplifiqui l’estil de l’entitat.

“Ecoltar Parlar Fer’ sintetitza en tres paraules una actitud i un compromís, defineix una forma de ser inspirada i bolcada en les persones”, explica el president de CaixaBank, Jordi Gual. “Hem volgut reflectir el nostre estil dialogant, pròxim, centrat en les necessitats i aspiracions dels nostres clients. Però no només això: amb la paraula *Fer* sumem el nostre vessant actiu, amb la qual apostem pel progrés individual i social”, afegeix.

El conseller delegat de CaixaBank, Gonzalo Gortázar, explica que “en un entorn que canvia molt ràpid, on els clients són cada vegada més exigents, és més important que mai interactuar amb ells i oferir-los una experiència diferent. Per això, amb aquest lema volem comunicar una manera de relacionar-nos que comença per escoltar el client i conèixer la seva opinió i necessitats; per parlar amb ells i, sobretot, per anar un pas més enllà del diàleg: per fer coses i per fer que les coses passin”.

### **Una relació de confiança**

Les tres paraules triades conformen la base de qualsevol relació de confiança. Són senzilles, clares i directes i defineixen l'ADN de la marca CaixaBank. ‘Escoltar’ és la base de qualsevol relació i, en aquest cas, de la relació de CaixaBank amb els seus clients. La vocació d'escoltar implica esforçar-se per entendre, per comprendre, amb empatia i complicitat.

‘Parlar’, reforça l'aspiració de totes les persones de comptar amb algú de confiança amb qui compartir dubtes, desitjos, projectes. Atén la necessitat d'expressió com a punt de partida per avançar i progressar. L'acció de parlar pot ser física o presencial, però la tecnologia també ens permet avui dialogar de moltes altres maneres.

Finalment, ‘Fer’, significa compromís, compromís amb els clients i amb la societat. Compromís a complir amb el que es promet, amb la preocupació per l'avanç personal i també per l'avanç social. Aquest compromís queda reflectit tant en els productes i serveis de l'entitat, com amb el model de Banca Socialment Responsable.

El procés de cerca i definició del nou eslògan ha durat vuit mesos i ha estat liderat per la Direcció Executiva de Comunicació, Relacions Institucionals, Marca i RSC, i per la Direcció General de Negoci, a través de l'àrea de Màrqueting. A més, ha comptat amb la col·laboració d'àrees com Experiència Client, Recursos Humans o Estratègia Bancària. Durant el procés, han participat i opinat més de 40 alts directius i més de 160 clients i no clients de diferents edats i perfils.