

Madrid | 13 de noviembre de 2017

La AEB renueva su imagen corporativa y su página web

La Asociación lanza también sus cuentas oficiales en las redes sociales para acercar su mensaje a un público más extenso

La Asociación Española de Banca estrena imagen corporativa y remodela su página web con nuevo diseño y contenidos. Con este proyecto de renovación, que coincide con la celebración de su cuarenta aniversario, la Asociación quiere reflejar su vocación de constante transformación para mejorar la atención y los servicios que presta a sus bancos socios.

En opinión del presidente de la AEB, José María Roldán, con esta evolución en su identidad gráfica “la Asociación adapta su imagen a los cambios del entorno social y económico, aunque mantiene los rasgos que han constituido su razón de ser desde su fundación: contribuir a que sus miembros desarrollen su actividad financiera y bancaria en el mejor contexto posible”.

La nueva imagen corporativa de la AEB parte del diseño anterior, al que se aporta una mayor legibilidad y espacios mejor ordenados. El verde oscuro se mantiene como color principal y se incorpora la virgulilla -símbolo de la identidad española- en color verde lima, que refleja la viveza con la que el sector bancario se enfrenta a los cambios en una era donde las tecnologías de la información y la digitalización toman ventaja. Sprint Final ha sido la empresa que ha colaborado en el cambio de la identidad corporativa.

La transformación de su imagen coincide con el lanzamiento de la nueva web de la Asociación, más intuitiva y de fácil navegación. El nuevo *site*, www.aebanca.es, ofrece todos los contenidos habituales de la página e incorpora otros nuevos en su apuesta por la información audiovisual y la educación financiera. Para llevar a cabo su renovación digital, la AEB ha contado con la ayuda de la consultora Prodigioso Volcán.

La AEB apuesta también por estar presente en las redes sociales y, aprovechando el lanzamiento de su nueva identidad corporativa y la remodelación de la web, abre sus cuentas oficiales en Facebook, Twitter y LinkedIn. De este modo, la Asociación consigue su objetivo de hacer llegar su mensaje a un público más extenso a través de los nuevos canales.

Departamento de Comunicación

917 891 311

comunicacion@aebanca.es

