

Tisková zpráva 9/8/2016

Kantar představuje novou korporátní identitu svých značek: budou představeny dvě nové značky

Sjednocený vzhled i dojem odráží prostředí týmové spolupráce

Kantar dnes představuje novou korporátní identitu, jak své mateřské značky, tak i rodiny svých 12 silných značek. Jejím cílem je sjednotit vzhled i dojem napříč celým svým businesssem.

Nová identita, která byla vyvinuta ve spolupráci se specialistou na branding společnosti WPP The Partners, bude ve všech interních i externích komunikačních kanálech představena v průběhu následujících měsíců.

Značky, které v minulosti nešly branding společnosti Kantar budou sjednoceny společným jménem Kantar a novým společným písmem. Například: TNS a Millward Brown se nyní stanou Kantar TNS a Kantar Millward Brown. Jedinou výjimkou je Lightspeed GMI, ze kterého se nyní stává Lightspeed.

Společně s novým brandingem představuje Kantar také nové motto, "Inspiration for an extraordinary world – Inspirace pro neobyčejný svět", odvozené od nového korporátního cíle, "To inspire our clients, our people and society to create and flourish in an extraordinary world. – Inspirovat své klienty, své lidi i společnost k vytváření a růstu v neobyčejném světě."

Nová identita Kantaru odráží a publikuje evoluční program, který byl odstartován v lednu. Program zahrnuje podporu a ocenění daleko silnější spolupráce mezi svými značkami a tvorbu nové skupiny pro insight díky mnohem těsnějšímu sblížení vlastních značek společnosti. Další změnou bude propojení globálních operačních kapacit do jediné, kterou bude společnost využívat pro sdílené služby v oblasti HR, financí a IT. Zanedlouho budeme také rozšiřovat své portfolio expertních značek o Kantar Public, spojení toho nejlepšího, co máme v oblasti veřejné správy; a Kantar Consulting, která spojí zkušenosti několika našich značek, aby našim klientům přinesla širší a komplexní řešení v oblasti marketingových a obchodních konzultací.

Šéf společnosti Kantar Eric Salama k tomu uvádí: "Tento rebranding je viditelné a hmatatelné vyjádření naší touhy přinést klientovi propojená řešení, ve kterých se snáz orientuje a která mu přitom zajistí odbornost Kantaru ze všech jeho oblastí. "

"Věříme, že naši klienti i partneři již zaznamenali výhody tohoto přístupu – v podobě detailnějšího, kompletního a holistického výzkumu a doporučení. A tomu bude poprvé napomáhat i fakt, že i na pohled tvoříme jednu rodinu značek, sloužících společnému cíli."

Pro další informace, prosím, kontaktujte Petru Průšovou,
petra.prusova@kantar.com

O Kantar

Kantar je jednou z předních světových společností v oblastech dat, insightu a konzultací. Ve spolupráci napříč celým spektrem výzkumných a konzultačních disciplín přináší specializované značky, které zaměstnávají globálně přes 30 tis. lidí, inspirativní vhledy a obchodní strategie svým klientům ve 100 zemích. Kantar je součástí WPP a jeho služeb využívá více než polovina společností zastoupených ve Fortune Top 500.