

La Fundación Caja de Burgos, finalista en los Premios Dircom por su campaña de comunicación “De caja de ahorros a fundación”

Es una iniciativa nacional impulsada por la Asociación de Directivos de Comunicación de España para premiar la excelencia y las buenas prácticas de la comunicación organizacional

Con esta nominación, la Entidad pasa directamente a participar como finalista en los Premios Fundacom, la categoría homóloga a nivel internacional

La Fundación Caja de Burgos ha sido nominada en los Premios Ramón del Corral, en la categoría de Cambio Organizacional por su campaña “De caja de ahorros a fundación”, desarrollada durante 2017. Se trata de un certamen a nivel nacional concebido por la Asociación de Directivos de Comunicación de España (Dircom) para premiar la excelencia y las buenas prácticas de las relaciones públicas y de la comunicación organizacional en todas sus vertientes (externa, interna e integrada).

El fallo del jurado se conocerá el próximo lunes, 9 de abril, en la gala que tendrá lugar en el Auditorio del Palacio Duque de Pastrana, en Madrid.

Con esta nominación, la Entidad pasa a participar directamente como finalista en los Premios Fundacom, la categoría homóloga a nivel internacional.

Estrategia de comunicación de 360º. La Fundación Caja de Burgos es una de las entidades que han tenido que afrontar importantes cambios fruto del proceso de reestructuración financiera. Hoy esta entidad es el resultado de la conversión de la antigua Caja de Burgos en una fundación y ha heredado de ella la experiencia en la gestión y el enfoque de su extensa Obra Social. No es una caja de ahorros –lo fue– ni tampoco un banco, y no pertenece a Caixabank –es accionista de esta entidad–. Ahora, su labor es el desarrollo de propuestas y actividades de carácter social y cultural.

Por ello, durante 2017 la entidad diseñó y desarrolló una estrategia de comunicación de 360 grados para poner en valor este importante cambio con los objetivos de posicionar la nueva marca, generar notoriedad y construir comunidad. El nuevo Plan de Comunicación se basó en un maridaje de medios on y off line a través de una estrategia multicanal de calidad con el fin de comunicar

NOTA DE PRENSA

de manera clara y transparente el cambio de una entidad única y para todos, cuyo lema hoy es "Por un futuro para crecer juntos".

Novedad: el uso de nuevos métodos, técnicas o estrategias. La narrativa visual, la infografía y el vídeo jugaron un papel primordial en la estrategia de comunicación desplegada para explicar de forma gráfica información compleja y adaptarse a las necesidades de la entidad con nuevos formatos y enfoques. Y ahí es donde reside la novedad o el valor de la campaña de marca llevada a cabo, en construir mensajes "consumibles" de algo que a priori no resulta fácil de entender para el público en general, como es un Plan Estratégico con el fin, además, de realizar un ejercicio máximo de transparencia.

www.cajadeburgos.com

Fundación Caja de Burgos
COMUNICACIÓN CORPORATIVA
Plaza de la Libertad, s/n
(Casa del Cordón) - Planta 1ª
09004 - Burgos - España
Tel. 947 258 214
acarretero@cajadeburgos.com