

MINI COMUNICACION

Comunicado de Prensa

23 de mayo de 2016



MINI España estrena nueva página web

Madrid. Las dos características que mejor definen a MINI son por un lado su capacidad de reinventarse, y por el otro el ser una marca, que capta y encauza el espíritu de su tiempo. Esta combinación de factores hace que MINI genere pasiones y que los compradores sean fans de la exclusividad de la marca. Acorde con su objetivo de ofrecer a sus clientes una experiencia premium de conducción al más puro espíritu MINI, la marca estrena nueva página web en España, www.mini.es

Se trata de un nuevo site que va un paso más allá en el proceso de implementación de la nueva imagen corporativa de MINI, cuyo relanzamiento mundial se anunció hace un año y que se ha venido desarrollando desde entonces con el objetivo de lograr que más personas se hagan fans de MINI a través de la nueva identidad de la marca y de nuevas ofertas que MINI presente en el futuro.

Desde su creación en 1959, la marca MINI siempre ha sido sinónimo de ideas, inspiración y pasión. Y para continuar con la historia de éxito de MINI la compañía perfeccionó su estrategia de marca refrescando la identidad visual, lo cual se plasmó en la campaña de lanzamiento del MINI Clubman.

Una identidad corporativa que la nueva página web de MINI en España respira por los cuatro costados y una identidad que representa el salto más significativo en la identidad de la marca desde 2001, con un nuevo diseño corporativo claro y emocionalmente atractivo, con un enfoque en lo esencial. La motivación de Sir Alec Issigonis, el creador del MINI, era construir un coche urbano pequeño, económico que ocupase poco espacio y que consumiese la menor cantidad posible de combustible. Sus inteligentes soluciones para la optimización del espacio dieron al Mini original su diseño inconfundible; su amigo, John Cooper, se dio cuenta del potencial de MINI como coche de carreras. La colaboración entre los dos creó una dinámica única que combinaba el enfoque de la marca basado en proporcionar en esencia, una diversión de conducción que fuera muy emocional, pero también hay que agradecer a esta colaboración el icónico diseño de ambos MINI.

La filosofía de la marca, que se plasma en la nueva web ha eliminado todo lo que no es esencial para dejar espacio a lo que más importante. La atención se centra en los mensajes básicos y en la comunicación auténtica. El logo, la tipografía y la tonalidad tomaron como base los principios de claridad y autenticidad y reinterpretaron el ADN de la marca para que pueda dar forma al espíritu de los tiempos futuros.

Además siempre pensando en la experiencia premium de conducir para sus clientes la nueva web de MINI se adapta a todos los dispositivos y formatos de pantalla y es totalmente responsive, como lo serán también las webs de los concesionarios, lo que sin duda supone una novedad y da un paso más en la experiencia Premium para sus clientes.