

INDIBA impulsa un cambio radical en su imagen para fomentar la conexión emocional con sus clientes

[Multimedia](#)

Como compañía líder en medicina regenerativa a nivel mundial apuesta por impulsar un propósito, " inspirar, impactar y cambiar vidas", a través de una transformación digital y visual que muestre la profunda unión con la sociedad

La nueva imagen corporativa de INDIBA, definida por un propósito: "*revitalizar vidas*", es el reflejo de la evolución de la compañía que ha logrado posicionarse como un líder en medicina regenerativa y activación celular a través de la radiofrecuencia y el láser. Algo que viene a reforzar su plan de expansión internacional para crecer por encima del mercado e incrementar sus ventas en un 50% para el 2025.

"INDIBA es una compañía sólida referente mundial- señala Jefferson Moutinho, Director de Marketing y Comunicación de INDIBA- pero necesitaba de una nueva imagen que refleje la evolución que está experimentando la organización tras 40 años, evolucionando como fabricante de instrumental médico global a el referente de medicina regenerativa y activación celular. Una estrategia con un gran peso de la innovación que nos hace únicos.

La nueva estrategia de marca se enfocó en integrar la nueva incorporación al grupo INDIBA, K-Laser. El objetivo era unir de manera fluida estas dos destacadas entidades de la tecnología médica, revitalizando la marca para que resultara moderna y altamente pertinente a las demandas de los clientes. Al refrescar su apariencia y alinearse con las necesidades del cliente, el objetivo era mejorar la lealtad del cliente, afirmar el liderazgo en el mercado y fortalecer la posición de la marca en términos de valor".

La nueva imagen visual fomenta las conexiones emocionales y diferencia la marca en un mercado muy competitivo con un diseño fresco, cercano y actual en la industria de la tecnología médica, conectando con valores como la movilidad, el bienestar y la moda.

Investigación, datos e IA

La nueva imagen corporativa de INDIBA es resultado de una investigación en diferentes mercados y del análisis de múltiples *focus group* de clientes. Para reforzar la identidad de la marca, se ha utilizado la IA para crear elementos visuales que se alinean con los valores fundamentales y objetivos de la marca. La combinación de información apoyada en datos y el diseño impulsado por la inteligencia artificial tiene como resultado un enfoque de branding que conecta

con la audiencia objetivo y refleja la esencia de la marca.

Una marca en positivo

Esta nueva imagen se extiende a cada una de las nuevas áreas de actividad de INDIBA: Rehabilitación, Estética, Belleza, Salud Íntima, Deporte y Salud Animal, donde la identidad visual pone acento en la sofisticación de sus soluciones. Un enfoque que muestra cómo los tratamientos de INDIBA empoderan a los pacientes para lograr lo que antes era imposible, donde el movimiento es sinónimo de vida.

El objetivo es transmitir visualmente esta transformación, donde la rehabilitación recupera la movilidad, la estética permite ofrecer la mejor versión de cada uno y donde también la profunda conexión entre humanos y mascotas en el caso de la división de Animal Health lleva a los ciudadanos a nuevos ámbitos que mejoran su calidad de vida. Sin olvidar el deporte y la salud íntima unas áreas nuevas de desarrollo ampliamente cuidadas por INDIBA.

"No podemos estar más satisfechos con la renovación de nuestra marca y nuestra identidad- señala Jefferson Moutinho- no solo hemos sido capaces de impulsar una compañía con un gran potencial mundial, sino que creo que hemos conseguido acercarla de manera directa, moderna y próxima a todos. La conexión con nuestros clientes ha sido la prioridad para nosotros, queremos hacerles sentir nuestras emociones, deseos y logros".
