

Comunicado



Para: Redacção

De: Direcção de Marketing do BCI – Gabinete de Relações Públicas

Data: 22 de Novembro de 2011

Assunto: BCI é a Melhor Marca Moçambicana para os profissionais de marketing

E a Melhor Marca Moçambicana para os profissionais de marketing é... *daqui.*

O BCI foi nomeado pelos profissionais de marketing como a Melhor Marca Moçambicana, tendo em conta todos os sectores de actividade.

Esta distinção conferida pelos principais especialistas de marketing e comunicação a laborar em Moçambique é um significativo reconhecimento do resultado do reposicionamento estratégico do BCI, no final de 2008.

O BCI é hoje um Banco Universal de Retalho, com uma nova marca e uma linha de comunicação moderna, em torno dos valores da moçambicanidade e de uma maior proximidade com os Clientes de todos os Segmentos de mercado.

Esta linha de comunicação tem vindo a evoluir, de forma coerente na comunicação institucional e comercial do BCI, o que permitiu, já este ano, que o sucesso desta estratégia ficasse igualmente comprovado com a atribuição ao BCI da categoria de Superbrand moçambicana.

Maputo, 22 de Novembro de 2011 – O BCI foi nomeado pelos profissionais de marketing como a Melhor Marca Moçambicana, tendo em conta todos os sectores de actividade.

Esta distinção conferida pelos principais especialistas de marketing e comunicação a laborar em Moçambique é um significativo reconhecimento do resultado do reposicionamento estratégico do BCI, no final de 2008.

O BCI é hoje um Banco Universal de Retalho, com uma nova marca e uma linha de comunicação moderna, em torno dos valores da moçambicanidade e de uma maior proximidade com os Clientes de todos os Segmentos de mercado.

Esta linha de comunicação tem vindo a evoluir, de forma coerente na comunicação institucional e comercial do BCI, o que permitiu, já este ano, que o sucesso desta estratégia ficasse igualmente comprovado com a atribuição ao BCI da categoria de Superbrand moçambicana.

Nota:

As Melhores Marcas de Moçambique são um estudo anual levado a cabo pela GfK, que em 2011 avaliou 266 marcas de 32 sectores de actividade.