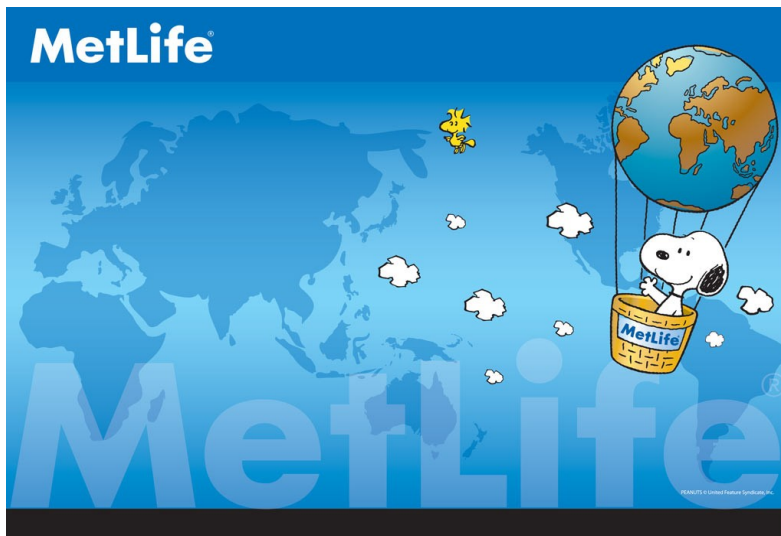
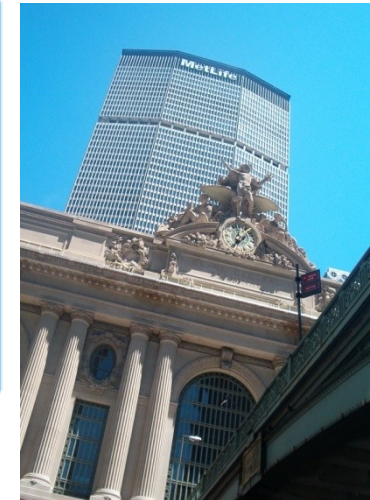


MetLife como marca

MetLife, el poder de una marca

MetLife considera su marca como uno de los grandes activos de la empresa. En Estados Unidos, por ejemplo, la notoriedad de MetLife es muy elevada, y su imagen muy sólida.

Sus campañas publicitarias con el emblema de Snoopy, sus acciones de patrocinio y su compromiso social han hecho de MetLife una de las marcas más conocidas y reconocidas. Como símbolo de su implantación histórica, la Torre MetLife se erige orgullosa en pleno centro de Nueva York.



MetLife, el poder de una marca

- **MetLife, una marca reconocida y diferenciada.**
- Existe un “**look MetLife**”, un “**sonido MetLife**” y una “**actitud MetLife**”.
- **Snoopy es embajador de MetLife desde 1985**; complementa el logotipo de la compañía y ambos unifican las múltiples comunicaciones de las diversas entidades MetLife en el mundo.
- Snoopy y su pandilla PEANUTS[©] **nos ayudan a diferenciarnos de otras empresas.**

La “**actitud MetLife**”:

- **Fuerza**
- **Estabilidad**
- **Honestidad**
- **Cercanía**



PEANUTS © United Feature Syndicate, Inc.