

Lenovo busca ofrecer tecnología más inteligente

La firma japonesa Lenovo quiere incrementar el acceso a la **tecnología para los grupos menos favorecidos**, por lo que ha lanzando una campaña Global llamada Smarter Technology for All. La idea es mostrar el poder de la tecnología en la creación de un mundo más diverso y dinámico que mejore la experiencia humana.

De esta forma, Lenovo mostrará **soluciones adelantadas a nuestro tiempo, que ayudarían a obtener los beneficios de mejores tratamientos médicos, construcciones más rápidas y eficientes, y una nueva clase de competición en el deporte.**

Además, durante la campaña se mostrarán historias sobre la forma en que los clientes están transformando el mundo, y cómo Lenovo los ayuda a hacerlo. Tanto el cuidado de la salud como la ingeniería y los deportes de motor, entre otros, tienen desafíos muy diferentes, pero están unidos por la tecnología inteligente de Lenovo.

Quinn O'Brien, vicepresidente de Worldwide Brand de Lenovo, dijo que la visión de **Smarter Technology for All hace referencia a cómo generar un impacto real y significativo a través de la tecnología.**

"Es la estrella que guía nuestra innovación y creatividad. Creemos que 'más inteligente' es la mejor manera de describir las oportunidades y el poder que la tecnología brinda y guía todo lo que hacemos, cómo lo hacemos y lo que ofrece. Como resultado, Lenovo se enfoca en una visión audaz para brindar una Smarter Technology for All, mediante el desarrollo de tecnologías que cambian el mundo y que crean una sociedad digital más inclusiva, confiable y sostenible, para todos y en todas partes.

"Con operaciones en 180 mercados y millones de clientes en el mundo, nuestra diversidad única y cultura inclusiva es lo que nos hace estar mejor posicionados. Creemos que no podríamos ser más inteligentes si no fuéramos 'Para todos'", aseguró el ejecutivo.

Estrategias

El equipo creativo interno de Lenovo, integrado por estrategas y creativos de agencias premiadas, desarrolló la campaña multicanal Smarter Technology for All.

Diseñada para presentarse en 12 mercados diferentes y en 14 idiomas distintos, la campaña incluirá publicidad en espacios públicos, cine, televisión, redes sociales y medios digitales, en función de la región. Los mercados clave incluyen China, Estados Unidos, Reino Unido, Italia, Alemania, Francia, España, Rusia, Japón, India, Brasil y México.