



Společnost Mastercard rozšiřuje způsoby prezentace své značky o zvukovou podobu. Znělky najdou široké uplatnění – od partitur, přes zvukové logo a vyzváněcí tóny až po čekací melodii telefonních ústředen nebo zvuk označující úspěšnou transakci při placení v obchodě. Uvedení zvukové identity v rámci transformace značky následuje po nedávné změně loga firmy na samotný symbol a navazuje tím i na zjednodušení psaní názvu do podoby s malým “c” uprostřed.

„Akustický projev dodává naší značce výrazně nový rozměr a je zásadní součástí toho, jak lidé společnost Mastercard vnímají a jak ji budou vnímat v budoucnosti. Vytkli jsme si náročný úkol: vytvořit melodii Mastercard, která bude pro firmu typická, bude ji autenticky vystihovat a zároveň bude použitelná všude na světě a v libovolném hudebním žánru. Je pro nás důležité, aby naše zvuková značka nejen posilovala vnímání firmy, ale také aby ji přijali lidé po celém světě,“ uvedl Miroslav Lukeš, generální ředitel společnosti Mastercard pro Českou republiku, Slovensko a Rakousko.

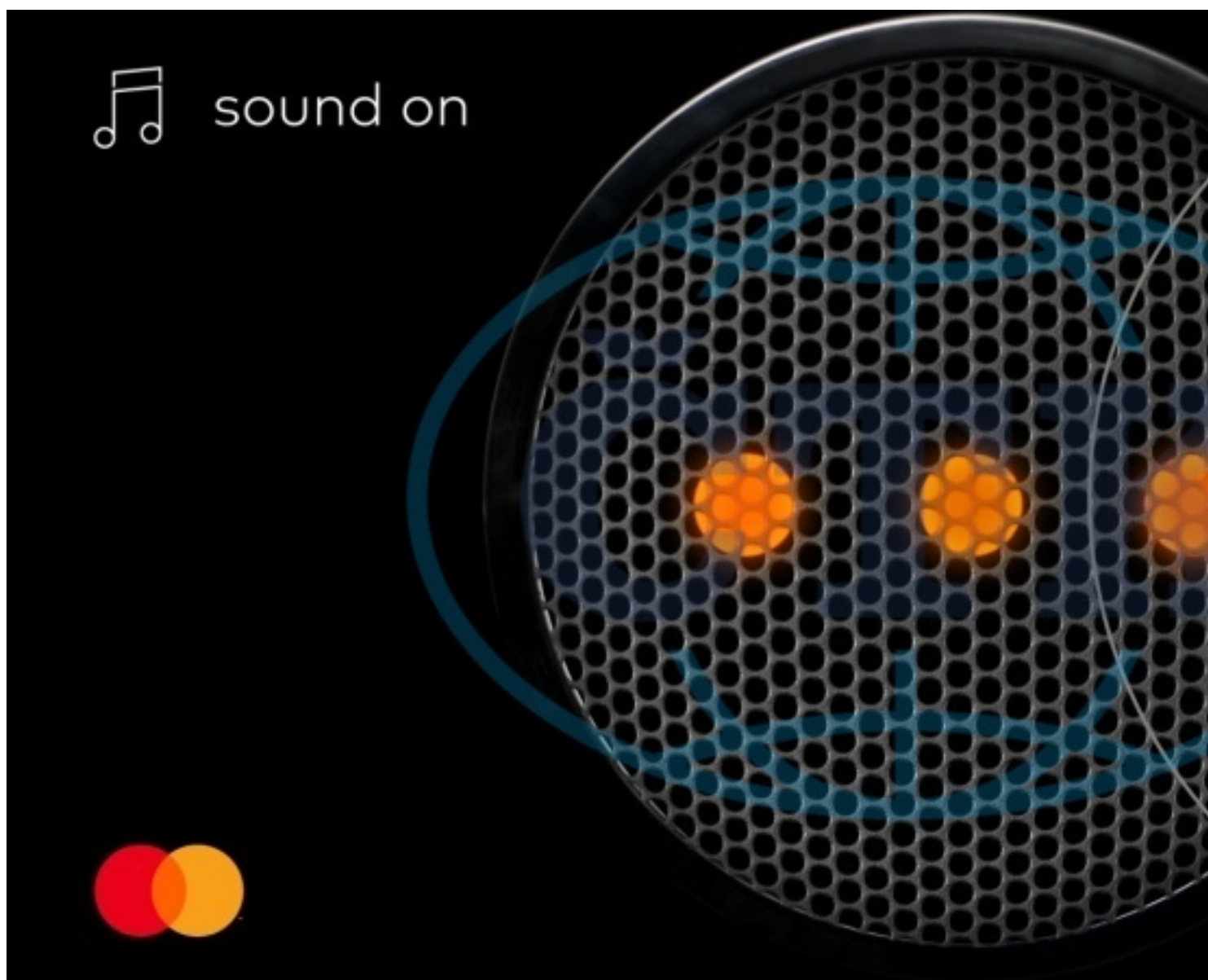
Aby byla nová melodie společnosti Mastercard vstřícně přijata všude na světě, spolupracovala firma s řadou hudebníků, umělců a agentur, včetně hudebního inovátora Mika Shinody z populární hudební skupiny Linkin Park.

Výsledkem je charakteristická a snadno zapamatovatelná melodie, kterou lze jednoduše přizpůsobit různým hudebním žánrům i kulturám. Znělka Mastercard se proto dokáže snadno stát součástí místního prostředí, a přitom neztratit nic ze svého uceleného globálního hlasu. Používáním různých nástrojů a interpretací v různých tempech vytváří prostor pro přednes znělky Mastercard v rozličných stylech, od operního podání, přes filmový soundtrack po hravou

variantu, včetně regionálních variací.

Předpokládá se, že do roku 2022 dosáhne hodnota nákupů realizovaných pomocí hlasového ovládání 40 miliard dolarů, tedy v přepočtu asi 900 miliard korun. Akustické identity tak poskytují nejen nový rozměr propojení mezi firmami a spotřebiteli, ale také umožňují spotřebitelům snáze se pohybovat, nakupovat a platit ve stále více digitálním a mobilním prostředí.

První představení nového zvukového loga značky Mastercard se odehrálo v týdnu před udílením hudebních cen Grammy, kdy Mastercard spustil nový multikanálový marketingový program s účastí herečky Camily Cabello. Poté následovala účast na hudebních cenách BRIT Awards v Londýně a veletrhu mobilních technologií Mobile World Congress v Barceloně.



Společnost Mastercard zavádí zvukovou znětku.