**Se suman grandes marcas al portafolio de Band of Insiders**

Band of Insiders, la agencia de comunicación estratégica diseñada desde una visión de expertos en amplificación, comenzó el año con el pie derecho al sumar en su portafolio nuevos clientes de diferentes áreas de negocios y estilo de vida.

* **Scotiabank,** banco líder de las américas, originario de Ontario, Canadá. Esta cuenta se incorpora al área de cuentas corporativas junto con **Volvo** que se unió en el último semestre.
* **Bardahl de México,** líder absoluto en las categorías de aditivos para combustible y **Repsol,** compañía energética privada de las más relevantes del mundo, se unieron en el 2018. Esta asociación tiene grandes planes de expansión para este año.
* **Activia**, yogur probiótico producido por la empresa originaria de Francia, Danone. El yogur es elaborado y comerciado en más de 70 países por todo el mundo. Se agrega a las cuentas de estilo de vida con **Mezcal Amarás**, nueva cuenta que se subió hace apenas unos meses.

Scotiabank, Bardahl y Repsol y Activia comenzarán su contrato a partir del mes de abril y contarán con servicios enfocados en relaciones públicas, influencer marketing y experiential marketing.

“Desde que empezó la pandemia nos pusimos las pilas. Tomamos esta situación como un reto, nos adaptamos y supimos manejar las crisis. Tuvimos la fortuna de no perder ninguna cuenta en el 2020; al contrario, hemos ganado más clientes y eso no es suerte, es el gran talento que hay detrás de la agencia lo que nos permite convertirnos en los aliados estratégicos de nuestros clientes, estamos innovándonos constantemente”, comenta Vivian Barón, Fundadora y Chairwoman de Band of Insiders.

Con casi 10 años de experiencia, Band of Insiders concentra a la fecha 16 cuentas en su portafolio. Entre sus clientes se encuentran HEINEKEN Mexico, adidas, Bacardi, Cerveceros de México, Instagram, INTERprotección, Hyundai, Agua Capital entre otras.

“Entendemos que mucho más allá de un canal, lo que hace potente una historia de marca es su capacidad de integrarse en la vida de las personas. Por eso también somos devotos del word of mouth, que es para nosotros la forma más poderosa de difundir un mensaje.” añade Vivian.

www.bandofinsiders.com