



MyBrand reformula identidade visual da MÁSmovil em Espanha

MyBrand ¡Despierta! o mercado espanhol com a criação da marca Másmovil. A operar no mercado espanhol desde o início de 2008, a MÁSmovil é um operador móvel virtual.

Criada com um tom irreverente, a marca era percebida como sendo demasiado jovem e brincalhona e, como tal, era apelativa apenas para um target mais jovem que sendo importante não era exclusivamente o pretendido.

A MÁSmovil lançou o desafio à MyBrand de reposicionar a marca para um target mais adulto sem modificar totalmente a irreverência e a expressão visual, activos da marca que tinham de ser preservados.

Por outro lado, era necessário definir um posicionamento diferenciador que não assentasse unicamente em baixo preço, que não acrescentava valor à marca nem era distintivo face à concorrência.

Identificando os benefícios relevantes para o consumidor espanhol - confiança, transparência, oferecer os melhores preços do mercado, ser a escolha inteligente - chegou-se à ideia central da nova marca: "Clever only" representando uma forma de ser e de estar de um consumidor informado, prático, proactivo e consciente que está a fazer a melhor escolha. Os valores que a suportam são atitude, transparência, inteligência e confiança.

Para sustentar o posicionamento, foi definida a assinatura ¡Despierta!, verbo acordar em espanhol, simbolizando uma comunidade que tem a máxima energia, que sabe o que quer e que não se conforma com o que tem. Quer mais! Uma comunidade atenta à realidade que a rodeia e receptiva a um mundo repleto de possibilidades de comunicação.

Uma vez definidos os elementos estratégicos da marca, a expressão visual foi refinada tomando por base os seus elementos gráficos característicos – o símbolo, logótipo e a tipografia – que foram trabalhados de modo a transmitir mais sofisticação e modernidade à marca.

A nova marca é a expressão mais visível do carácter divertido, atrevido e actual de uma comunidade onde se combinam a alegria e a criatividade do povo espanhol. A mão, símbolo da marca, foi igualmente redesenhado transmitindo uma postura descontraída, alegre, comunicativa.

A MyBrand desenvolveu o estilo de comunicação com base no sentido de humor inteligente e sofisticado com vista a reforçar a personalidade dinâmica, jovem, próxima, arrojada e não convencional desta nova marca.

Foram igualmente desenvolvidas um conjunto de aplicações e um Manual de Estilo de Comunicação de modo a garantir a consistência da marca. O projecto teve uma duração de 2 meses mas a MyBrand tem continuado a assegurar o desenvolvimento de grande parte da comunicação da MÁSmovil.

Data: 2009-03-16

<http://www.mktonline.net/index.php?cat=1&item=12931&cor=f87b00>