



MEO À MINHA MANEIRA

Representa uma nova forma de relacionamento do utilizador com o mundo audiovisual e vai de encontro às suas crescentes exigências pessoais, enquanto participante activo num processo de comunicação global.

CONTEXTO

A diminuição da utilização da rede fixa (ao nível dos acessos e tráfego), juntamente com a estagnação do mercado de televisão paga, penalizado pela reduzida diversidade de oferta, bem como, o aumento da pressão da concorrência no empacotamento de ofertas (bundles), traduziu-se na necessidade de criar uma oferta diversificada que fosse relevante para o consumidor nacional.

Neste contexto, a PT Comunicações, assumindo uma posição de liderança e projectando inovação, lançou um serviço baseado na tecnologia IPTV, uma oferta integrada de Televisão, Internet e Telefone (vulgarmente designada por Triple Play).

DESAFIO

Assim sendo, a MYBRAND foi convidada a criar a marca para este novo serviço.

Para tal, efectuou-se uma análise detalhada do mercado da televisão paga e verificou-se que sendo o preço a única característica comunicada pela concorrência, era necessário encontrar algo que fosse distintivo e ajustado às características deste novo serviço.

Partindo das principais vantagens deste serviço, a MYBRAND quis expressar a capacidade do serviço proporcionar as melhores experiências, através da sua flexibilidade e da sua oferta, que concretizava os desejos do utilizador. Este foi o fio condutor e o principal factor distintivo.

A génese da Marca assenta em torno da ideia central My Way expressa na assinatura “à Minha maneira”, onde a simplicidade, conveniência e o envolvimento se traduzem numa forte componente de personalização, à medida de cada utilizador.

O processo de naming, que culminou na escolha do nome MEO, expressa o principal benefício desta solução que permite ao cliente, mediante um sistema simples, ver o que quer, quando quer e como quer.



MEO À MINHA MANEIRA

RESULTADO

A criação de uma marca simples, que assenta apenas na tradução tipográfica do nome e seu reflexo, retém a noção de “abrangência” e “plano aberto”, onde tudo se torna possível. A utilização de pessoas comuns em situações diversas de convívio com a marca visa aumentar a percepção dos atributos associados ao serviço e cria o envolvimento com o Mundo MEO.

No entanto, tornava-se importante reforçar a componente individual da marca. Assim sendo a assinatura “à Minha Maneira” assumia diferentes formas com expressão handwriting de forma a reforçar a componente individual e de personalização do serviço.

O projecto culmina no lançamento da marca em Junho de 2007, contextualizando uma abordagem inovadora ao mercado das Telecomunicações e definindo o envolvimento colocado pela MYBRAND na criação de uma marca relevante e distintiva.

O MEO foi eleito ‘Melhor Branding’ pelos Prémios Meios & Publicidade. Uma iniciativa promovida anualmente e que visa premiar as empresas, os projectos, as personalidades e agências que mais se destacaram ao longo de 2007.

Tendo também recebido em 2007 o Bronze na categoria Design e Comunicação na 8ª edição do Festival Sinos - Festival Internacional de Publicidade e Comunicação em Língua Portuguesa.

