



URBANOS WE MAKE IT POSSIBLE

“We make it possible” é o lema da Urbanos.

Fazer o que parece impossível, com profissionalismo e eficácia, deixando o cliente tranquilo, sem preocupações adicionais.

URBANOS

WE MAKE IT POSSIBLE

CONTEXTO

O mercado nacional de mudanças caracteriza-se hoje por estar numa fase de maturidade, passando o crescimento das vendas sobretudo por ganhar contas à concorrência, através de uma política comercial e comunicação mais agressivas.

Por sua vez, as mudanças internacionais, bem como os serviços técnicos, a logística e a gestão documental – outras áreas de negócio do Grupo CCC - apresentam ainda um grande potencial de crescimento, exigindo um maior esforço comercial do Grupo CCC.

É objectivo do Grupo crescer em todos os segmentos em que actua, introduzindo uma política comercial mais agressiva que potencie o crescimento das vendas, através de uma maior notoriedade junto do target. Por isso, o Grupo CCC decidiu apostar numa renovação da imagem de todas as suas marcas.

O objectivo do Grupo era posicionar-se como um serviço de qualidade que garantisse tranquilidade absoluta ao cliente, procurando tomar como suas as preocupações relativas às mudanças e deixando aos clientes tempo livre para o que gostam ou necessitam fazer.

DESAFIO

O desafio da MYBRAND era conseguir compreender o universo de marcas do Grupo CCC, a sua estrutura e simultaneamente renovar as marcas procurando transmitir ao mercado a qualidade e tranquilidade inerentes aos serviços oferecidos.

Após um estudo aprofundado, conclui-se que a designação - Transportes Urbanos - é o principal activo de marca do Grupo, sendo um valor seguro que deverá ser mantido e reforçado no contexto das marcas do Grupo.

No entanto, da análise concluiu-se ainda que a utilização na marca da palavra transportes projectava uma limitação do âmbito de actividade da empresa, que não se limita apenas ao transporte, e despertava nos clientes associações negativas.

A recomendação da MYBRAND foi no sentido da utilização da marca Urbanos.

RESULTADO

A marca Urbanos expressa credibilidade, segurança e demonstra a confiança do Grupo CCC em si próprio, na qualidade e profissionalismo do serviço que presta.

O lettering, cuja forma se assemelha a um puzzle, procura expressar a ideia de integração que caracteriza o grupo. A opção pelo azul remete para o universo de tranquilidade e limpeza, factores distintivos do serviço do Grupo CCC.

Finalmente procedeu-se ao desenvolvimento das aplicações da marca na frota, material estacionário, embalagens, fardamento, brochuras, etc.... e ao lançamento da marca em Novembro de 2005.

