inovarti
soluções avançadas em **e-commerce**

Sugestão baseada em estudo para redesenho da logotipo **loja Brazil**

V1.0 - R1 - 30/11/2014

Porque mudar?

1. Expansão dos negócios para novos mercados, segmentos de atuação ou processos de internacionalização, caso a marca não tenha a força necessária para o novo desafio.
2. Falta de elasticidade. Quando uma marca está diretamente associada a apenas um produto ou serviço, pode dificultar o crescimento em outros mercados. A mudança pode abrir caminhos para novas ofertas.
3. Passado comprometedor em função de estratégia mal definida, parceria que não funcionou; erro na comunicação ou abalos na reputação.
4. Implantação de uma nova cultura corporativa, pois a falta de identificação dos colaboradores com a marca se torna um risco para a empresa. A nova postura renova as energias e motiva os principais embaixadores da marca.
5. Sinalização de mudanças. A revitalização da marca é uma estratégia eficaz e de grande impacto quando há necessidade de comunicar novas decisões, crenças, desafios e mudanças nos negócios.
6. Envelhecimento da marca. Mesmo centenária, uma empresa precisa ter o compromisso com a inovação e a atualidade, sendo a marca o símbolo dessa atitude.
7. Associações negativas com a marca por conta de um logotipo datado, uma postura antiquada ou um nome inapropriado. A solução deve ser a revisão do posicionamento, mudança do nome e criação de nova personalidade.
8. Design tecnicamente ruim (dificuldade de aplicação, cores em excesso, degradê, tipografia e redução mínima sem legibilidade). A logomarca deve funcionar em todas as mídias e em todos os pontos de contato onde for aplicada.
9. Valorizar negociações, pois o valor de uma marca está diretamente ligado às associações feitas pelo consumidor. Uma marca bem posicionada é um diferencial durante fusões e aquisições.
10. Abertura de capital para o mercado. Quando se dá esse passo, é preciso, além do que foi citado no item anterior, estabelecer relacionamento com outros acionistas.

Porque mudar?

Estudo Geral

A nova fase que a loja brazil se encontra com o desenvolvimento do novo e e-commerce e redesenho do seu layout para o aumento das conversões propícia uma mudança geral e estratégica da logotipo. Pois assim andaremos juntos a inovação e atualizados perante o mercado consumidor.

"O bom design não atrai somente admiradores. Atrai compradores!"

inovarti
soluções avançadas em **e-commerce**

Embasamento acadêmico

Estudo Geral

Segundo um estudo promovido pela **universidade de Harvard** sobre confiança e desconfiança em e-commerce

1 - O que faz um site não ser confiável não é seu conteúdo de má qualidade, mas sim seu design.

2 - O mais surpreendente, foi que de cada 100 pessoas 94 julgavam que o motivo de um site não ser confiável seria o Design.

3 - A primeira impressão se dá muito rapidamente. **Você tem apenas 8 segundos** para que o visitante confie no seu e-commerce ou tudo estará perdido.

inovarti
soluções avançadas em **e-commerce**

Estudo da logo

Estudo Geral

Logotipo antiga

Logotipo recente

inovarti
soluções avançadas em **e-commerce**

Estudo dos símbolos

Estudo Geral

A logotipo é formada pela letra B juntamente com uma pista.

Estudo dos símbolos

Estudo Geral

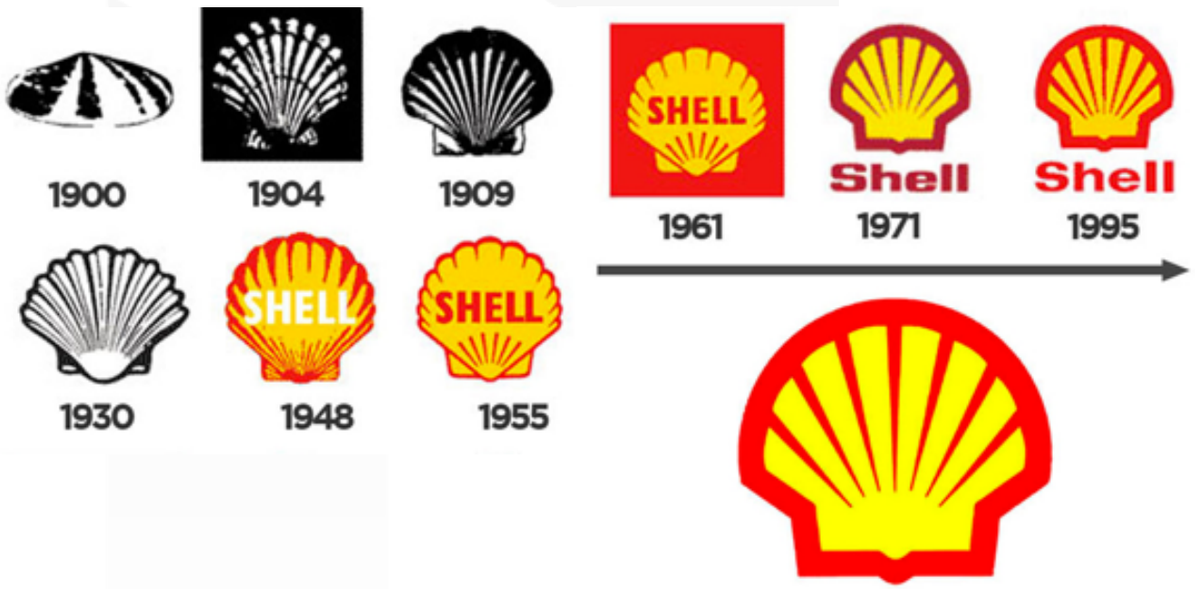
A junção dos símbolos se confundem e acaba descaracterizando toda a logotipo, ocultando a letra B.

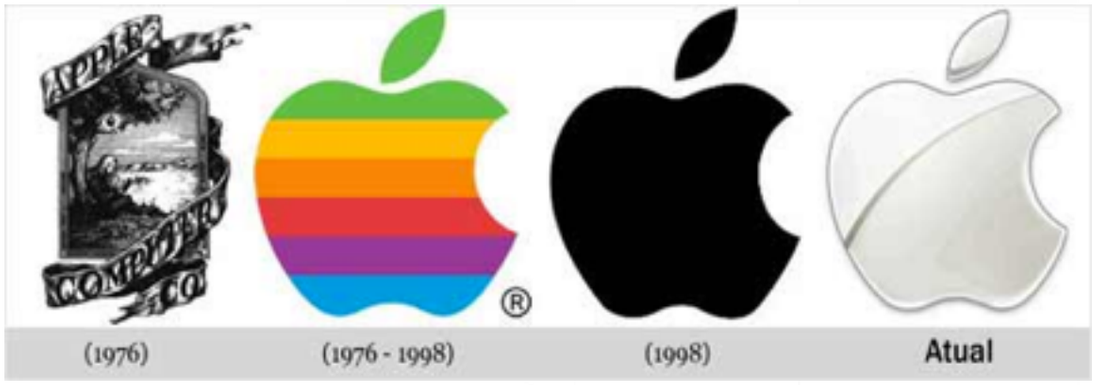
Em um estudo de público rápido de 10 pessoas, 5 colocaram que a logotipo seria uma torneira com uma gota d`agua. 9 das 10 não enxergaram a presença da letra B na logotipo. E 3 das 10 pessoas viram uma onda na logotipo.

inovarti
soluções avançadas em **e-commerce**

Estudo do mercado

Estudo Geral





Independente do segmento o redesenho da logotipo demostra recolocação e atenção da empresa perante o mercado.

Além de uma logotipo bem desenhada e atualizada passar a confiança e ilustrar o tamanho da empresa perante ao público.

Estudo do mercado

Estudo Geral

Hoje em dia é explorado um lado que antes não era possível, podemos notar isso observando a evolução do logotipo das grandes empresas como Apple, Globo, SBT,…

Para o cliente fica subentendido sempre que a qualidade é sinônimo do melhor.

Com isso é comum visualizarmos logotipos e materiais de Identidade Visual fazendo uso da totalidade dos recursos do design. Isso ocorre principalmente a cada mudança estratégica para chamar atenção do público em geral ao processo de inovação da empresa.

Psicologia das cores

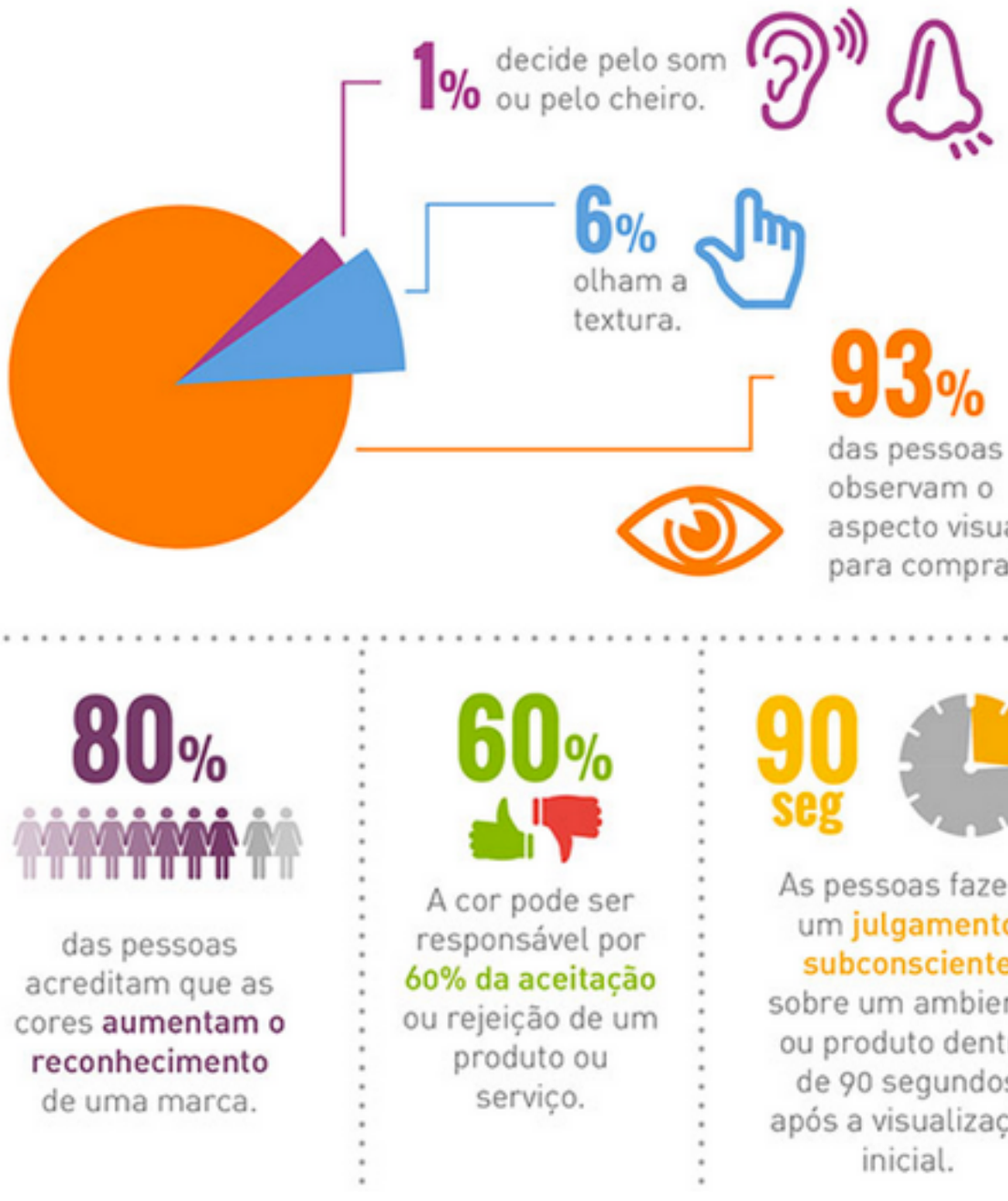
Estudo Geral

Cores são poderosas e influenciam diretamente produtores e consumidores. Estudos apontam que:

84,7% dos consumidores acreditam que as cores de um produto são muito mais importantes do que outros fatores;

93% das pessoas avaliam as cores de um produto na hora de comprar;
Mais da metade dos consumidores desistem de comprar um produto porque ele não tem sua cor favorita.

Decisões vs Sentidos



Psicologia das cores

Estudo Geral

Nosso cérebro é uma máquina de reconhecimento de padrões.

Ponto positivo! azul é a cor mais usada nos logos das grandes empresas.

Um estudo promovido pela empresa de design **COLOURILovers** (referência mundial em design) sobre as cem marcas mais importantes na web determinou que o azul é a cor mais usadas nos logotipos destas empresas, enquanto outras buscam destaque com cores mais quentes como vermelho e laranja. veja mais em:

http://bit.ly/1dBTsQS

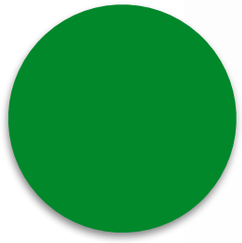
Psicologia das cores

Estudo Geral

AZUL

Representa calma, confiança e segurança

Aumenta a criatividade, contemplação e espiritualidade. A cor azul significa tranquilidade, serenidade e harmonia, mas também está associada à frieza e simboliza a água, paz, o céu e o infinito.



VERDE

Representa É uma cor equilibrada e rejuvenescedora. Representa estabilidade e possibilidade.

Representa o crescimento, vitalidade, abundância e natureza. Símbolo da fertilidade, tem efeito calmante e alivia o stress.

AMARELO

O mais brilhante e mais energizante entre as cores quentes: É feliz, acolhedor e estimulante.

Torna as pessoas mais falantes. Estimula o otimismo e a esperança. Também ajuda a concentrar a atenção e estimular o intelecto. Também é usado para prender a atenção.

inovarti
soluções avançadas em **e-commerce**

Conclusão da fusão dos estudos anteriores para formação da nova logotipo.

MAGENTO CERTIFIED DEVELOPER

Conclusões

Estudo Geral

A referência a letra B continua conforme ao símbolo original e agora seguindo uma lógica e complemento quem entrou também foi a letra L. Assim se torna um símbolo único e de dupla interpretação rápida.

Outro símbolo que também se mantém mesmo que sutilmente é a estrada representado pelas curvas.

Sobre as cores foi mantido abundantemente a cor Azul e as referências citadas anteriormente, porém a logo poderá ser aplicada sobre outras cores como base.

Isso é importante por conta da aplicação em adesivos e impressões com menor qualidade.

lojabrazil
.com.br

lojabrazil
.com.br

Aplicações preto e branco

Estudo Geral

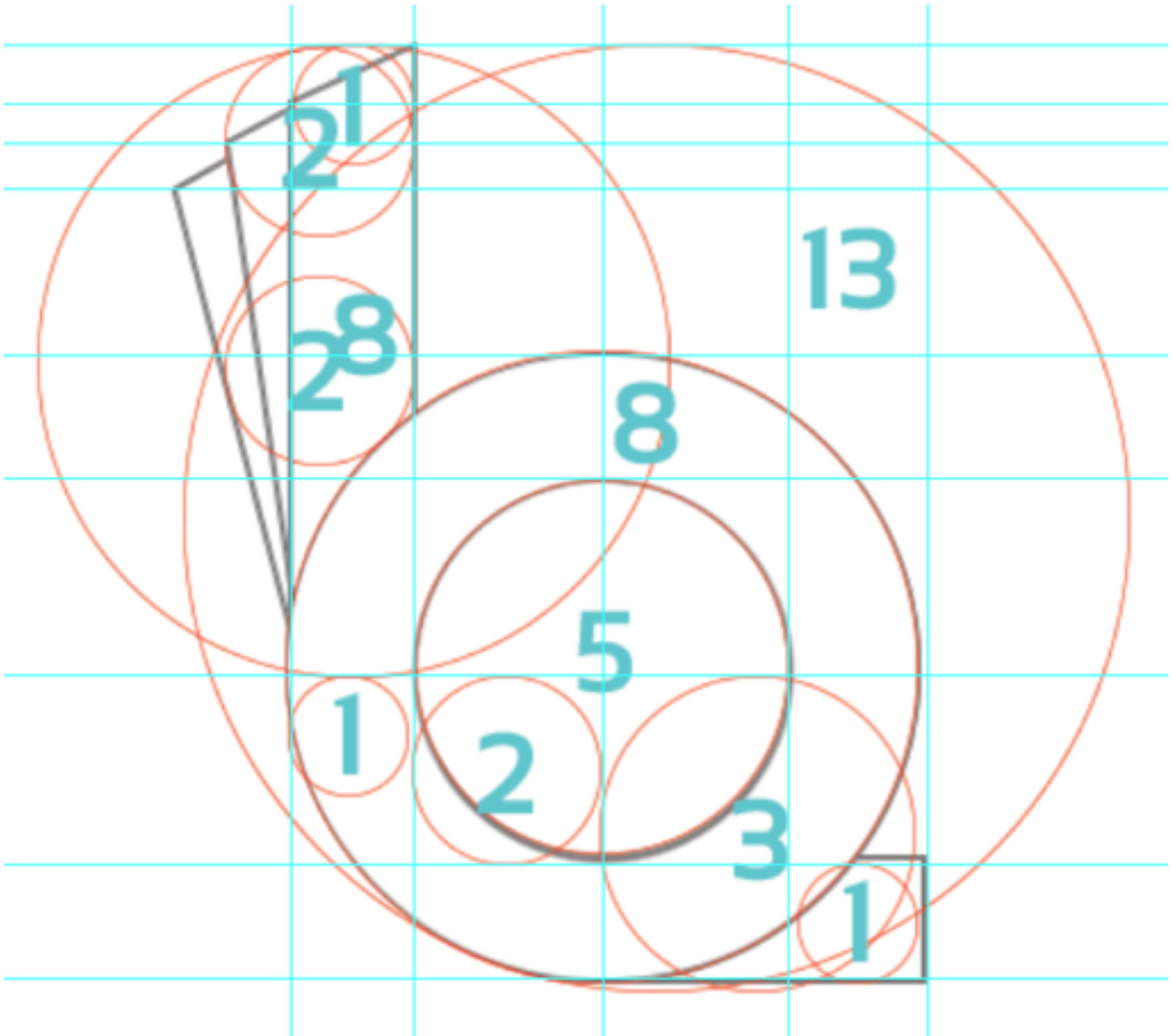
lojabrazil
.com.br

Aplicações preto e branco

Estudo Geral

Simetria (Proporção Áurea)

Estudo Geral



Proporção áurea é uma constante real algébrica irracional denotada pela letra grega (PHI), em homenagem ao escultor Phideas (Fídias), que a teria utilizado para conceber o Parthenon, e com o valor arredondado a três casas decimais de 1,618.

Desde a Antiguidade, a proporção áurea é usada na arte. É frequente a sua utilização em pinturas renascentistas, como as do mestre Giotto. Este número está envolvido com a natureza do crescimento. Phi (não confundir com o número Pi), como é chamado o número de ouro, pode ser encontrado na proporção dos seres humanos (o tamanho das falanges, ossos dos dedos, por exemplo) e nas colmeias, entre inúmeros outros exemplos que envolvem a ordem do crescimento.

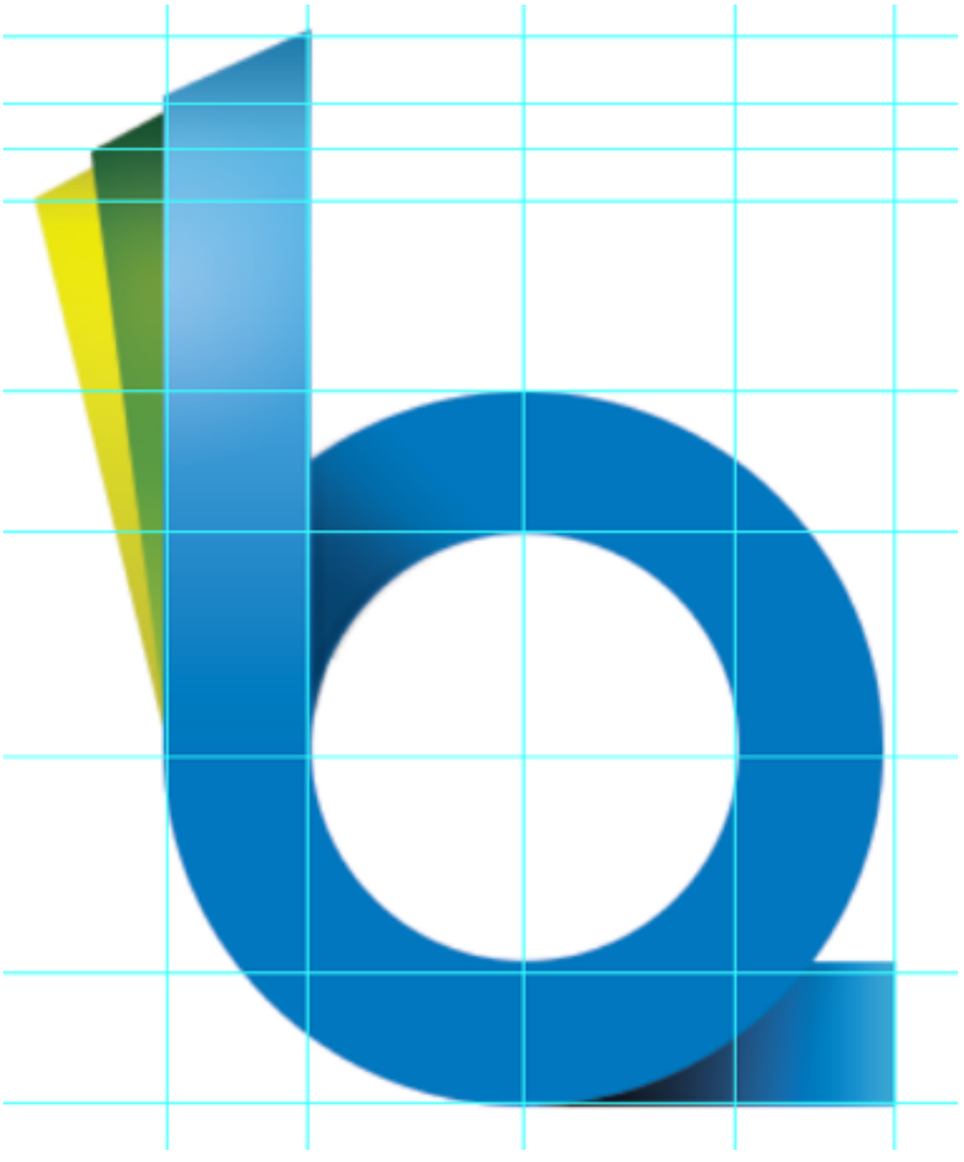
Justamente por estar envolvido no crescimento, este número se torna tão frequente. E justamente por haver essa frequência, o número de ouro ganhou um status de "quase mágico", sendo alvo de pesquisadores, artistas e escritores. Apesar desse status, o número de ouro é apenas o que é devido aos contextos em que está inserido: está envolvido em crescimentos biológicos, por exemplo. O fato de ser encontrado através de desenvolvimento matemático é que o torna fascinante.

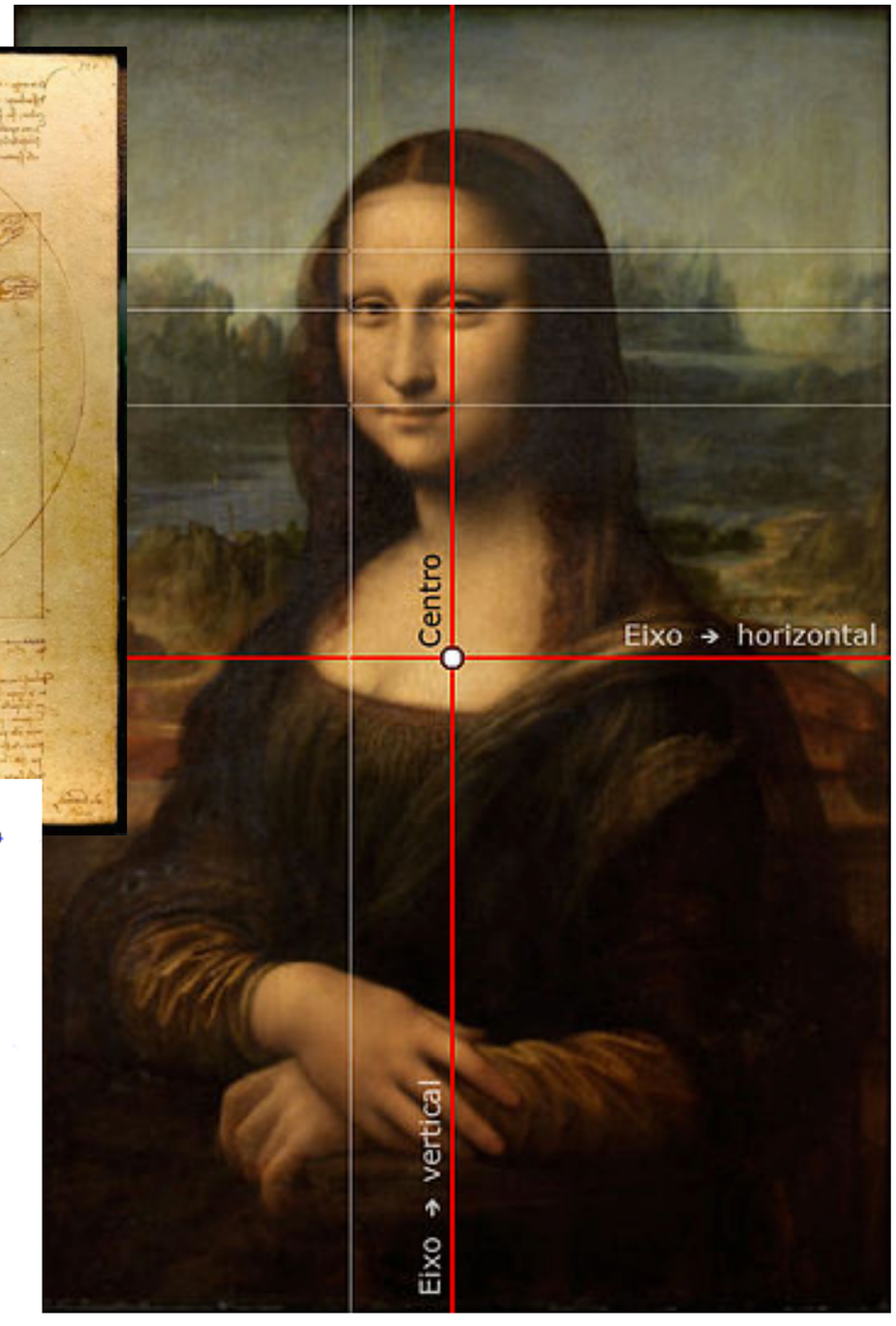
http://pt.wikipedia.org/wiki/Propor%C3%A7%C3%A3o_%C3%A1urea

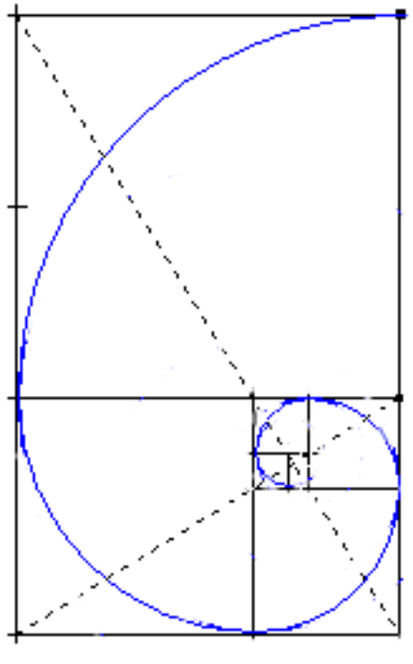
Simetria (Proporção Áurea)

Estudo Geral

A proporção áurea foi muito usada na arte, em obras como: O Nascimento de Vênus, quadro de Botticelli, o Sacramento da Última Ceia, de Salvador Dalí, a Mona Lisa, de Leonardo da Vinci,…







inovarti
soluções avançadas em **e-commerce**

Exemplo de aplicações

lojabrazil
.com.br
lojabrazil
.com.br

lojabrazil
.com.br

Nossos diferenciais

Magento

Nossos Contatos:

Tel: (21) 3942-4942
Cel: (21) 99203-8986
Skype: deivisonarthur
Email: deivison@inovarti.com.br
www.inovarti.com.br

Certamente se você pensa em desenvolver seu projeto com a melhor plataforma de Ecommerce, somos a melhor e mais especializada equipe de desenvolvedores Magento no Brasil.

Pesquise antes de tomar qualquer atitude, pois o futuro da sua empresa esta em jogo!

inovarti
soluções avançadas em **e-commerce**

MAGENTO CERTIFIED DEVELOPER