RegeNarrativa

O DESAFIO DO PROJETO BRAZCUBAS

80

ANOS DE EXISTÊNCIA NO MERCADO DE ENSINO

A proposta de educação mais disruptiva do país (TED), forte expansão nacional em EAD e mudança no modelo de negócio.

MESES PARA REALIZAR O PROJETO INTEIRO

Processos colaborativos e co-criativos, multidisciplinares e inter-geracionais.

4

500

STAKEHOLDERS ENVOLVIDOS

Gestores, Professores, Alunos, Fundadores, Designers e Parceiros de negócio, engajados online e offline.

ENTREGAS DA CONSULTORIA

Pesquisas, nova identidade visual, novo nome e slogan, redesenho da Missão, Visão e Valores, Arquétipos, Mood Board e reposicionamento a partir da ESSÊNCIA da marca.

11

BRAZCUBAS
UNIVERSIDADE DIFERENTE

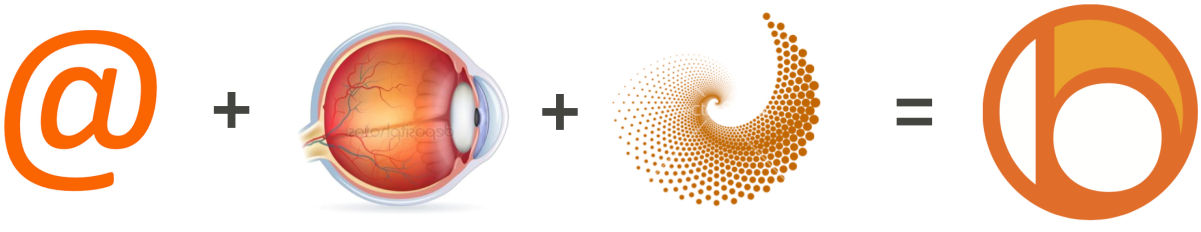
Antes:

- Ícone com múltiplas interpretações, algumas indesejadas
- Nome que remetia a erro histórico e várias grafias (fundador de Mogi das Cruzes; personagem literário Braz Cubas ou Brás Cubas)
- Slogan inconclusivo "Universidade diferente" (em que?)
- Percepção da marca confusa, perdida entre a essência original, aspirações ambiciosas e período de baixa auto-estima.

brazcubas
EDUCAÇÃO

Agora:

- Resgate da essência inspiradora, humanista, vibrante e evolutiva.
- Nome próprio BRAZCUBAS, à altura dos seus mais de 75 anos de experiência.
- Denominação 'Educação', guarda-chuva amplo para as expansões do negócio.
- Brand Book com Arquétipos, Painel Sensorial e Repertório Semântico, para maior precisão do marketing e experiência mais imersiva com a marca.
- Slogan 'Evoluir Juntos' que sintetiza de forma inequívoca o compromisso da organização.
- Logomarca que expressa o modelo educacional disruptivo.



HIPERCONEXÃO DIGITAL

CANAL COGNITIVO, EYE-TRACK, REALIDADE AUMENTADA

EVOLUÇÃO E MOVIMENTO

brazcubas
EVOLUIR JUNTOS

METODOLOGIA DE TRABALHO

PESQUISAS ONLINE E GRUPOS DE TRABALHO COLABORATIVOS

IMERSÃO PARA COCRIAÇÃO DO NOVO POSICIONAMENTO

CRIAÇÃO DO DESIGN COM PROCESSO DECISÓRIO SOCIOCRÁTICO

DIAGNÓSTICO DA COMUNICAÇÃO DA MARCA E PRINCIPAIS CONCORRENTES POR SHARE EM CADA MERCADO

Reposicionamento

O trabalho resgatou a essência original da organização, ressignificando-a para ser mais contemporânea e alinhada ao projeto educacional disruptivo que está sendo desenvolvido.

O resultado proporcionou sinalizar uma nova fase do negócio e alinhar a comunicação, gerando uma percepção mais coesa e genuína, e uma experiência multissensorial com a marca.

Foi um exercício profundo de reflexão que nunca havia sido feito, levando a organização a um novo patamar, perto de completar seus 80 anos.

RegeNarrativa

LUCIANA LANDIM
WEB MARKETING | DESIGN

Doitty
DESIGN
[21] 2267.0199
[21] 99652.9590