

Redesign do logotipo

Marca não é somente um termo, mas também um organismo vivo, visto que está sempre em movimento, ou seja, se transforma ao longo de sua existência ao evoluir e acompanhar as mudanças da sociedade e do mercado em que está inserida. Muitas empresas já mudaram seu logotipo muitas vezes desde que surgiram no mercado.

A modernização do logotipo é uma necessidade que a marca tem diante do público e está ligada à sua adequação às estratégias de marketing com o passar do tempo. Raramente se vê uma marca que está no mercado de atuação há mais de 20 anos e que nunca mexeu em sua identidade visual.

Não é mudar o nome da marca, mas a forma do logotipo, sua imagem diante do público. Vivemos num mundo acelerado, em que as tecnologias estão cada vez mais avançadas e o público cada vez mais exigente com as marcas, portanto é preciso constantemente atingir novos objetivos para atender às novas exigências do público.

Um logotipo de sucesso deve demonstrar credibilidade para seu público, por isso é importante que, ao longo dos anos, ele passe por pequenas mudanças, para poder estar lado a lado das alterações de hábitos e de exigências dos consumidores. Modernizar o logotipo não é uma questão de vaidade, é, como citado, uma necessidade que muitas empresas já tiveram e, com o passar dos anos, ainda terão.

Quando se muda um logotipo e ele ganha um aspecto de modernização, fica mais bonito, chama mais a atenção e o público-alvo passa a ter uma nova impressão da imagem da marca. A modernização de um logotipo pode ser chamada de redesign. São várias as formas de modernizá-lo.

Pode-se citar como exemplo a conhecida franquia de cafés Starbucks que, em 2011, fez mudanças significativas na

identidade visual de seus produtos. A empresa passava por um período de recessão, o que resultou em diminuição no número de vendas.

Dessa maneira, a empresa tomou a decisão de explorar outros mercados por meio da venda de diferentes produtos (canecas, camisetas, sorvetes, entre outros), inclusive fora de suas lojas. Por conta dessa decisão, a palavra *coffee* (café) foi removida do logo.

Outrossim, uma equipe criativa teve a missão de renovar a imagem da marca e, assim, repaginou também sites, embalagens e todos os canais de comunicação. O resultado dessas ações? Um aumento progressivo no número de vendas, expansão de mercado e estabelecimento da empresa como uma das *top of mind* no segmento de cafeterias.

Desse modo, a nova proposta do logotipo atende a seu novo público, que é mais despojado e com valores diferentes sobre uma marca, bem como interessado em adquirir diversos produtos. Para se posicionar, uma empresa deve priorizar todos os pontos de contato entre a marca e seu público-alvo, e o papel do logotipo é o de ser o rosto, a face da personalidade da marca.

Por conseguinte, é preciso atentar para que o logotipo não fique desatualizado em relação ao mercado-alvo, motivo pelo qual se recomenda a elaboração de alterações para desenvolver um redesign que assegure o posicionamento da marca e o mercado-alvo. Todo redesign de logotipo pode ir de apenas alguns pequenos ajustes até uma revolução total na identidade visual.

Nesse caso, depende de cada projeto, do objetivo da empresa e do posicionamento em relação ao mercado-alvo que pretende atingir. As mudanças podem trazer vantagens significativas para seu negócio, o que lhe possibilita ficar mais bem posicionado no mercado e, com isso, lucrar mais.

Em resumo: a modernização do logotipo é importante e

necessária para uma marca se manter sempre atual no mercado. Quem vive no passado, no passado ficará. Não seja um museu! Mude para ficar, mude para influenciar, enfim, mude para continuar tendo sucesso.