

# Friboi apresenta novo logotipo

Anunciantes 14 de julho de 2016

Logo antigo:



Friboi

Logo novo:



Friboi



**MODATRADE**  
A vitrine dos blogs de moda

ACESSE:

**AD.MODATRADE.COM.BR**



A Friboi apresenta seu novo logotipo e suas novas embalagens. As transformações foram realizadas em busca de maior harmonização e posicionamento mercadológico da marca frente à concorrência e à segmentação de públicos. As novidades complementam o portfólio da marca Friboi e as novas linhas do portfólio chegam para atender às demandas dos mais variados e exigentes consumidores.

As alterações no logotipo Friboi foram muito sutis e praticamente imperceptíveis para o consumidor final. O objetivo técnico principal foi ajustar o espaço entre as letras e, assim, destacar os caracteres, permitindo a sua aplicação e legibilidade em todas as plataformas e mídias atuais.

Logo antigo:

Friboi

Logo novo:

Friboi

Nas novas embalagens, importante ponto de contato do consumidor com a marca, o logo passa a ter destaque em um fundo branco, mais clean e com linhas que dão leveza ao conjunto e transmitem atributos como higiene e controle de qualidade. As cores da marca foram preservadas, assim como o espaço de transparência presente nas embalagens para a visualização do produto.



Com a definição das propostas de valor de forma clara, as novas marcas/linhas seguem sua essência de forma complementar.



- Reserva Friboi: voltada para todos os públicos que procuram um produto pensado para o preparo de diversos tipos de pratos. A embalagem chega em tons de azul e dourado, diferenciando-se da marca mãe.
- Maturatta Friboi: reflete a materialização da paixão e do desejo pelo churrasco, com imagem de fogo, brasa e outros elementos em detalhes, cores terrosas e uma foto da carne como estrela principal de qualquer churrasco.
- Do Chef Friboi: voltada para o setor food service, suas embalagens são maiores. O logo é clean com tons de cinza, prata, branco, preto e vermelho, transmitindo praticidade, profissionalismo e inovação.
- Angus Friboi: marca premium, com embalagem em papel texturizado e logo com ícone forte representando a raça do gado angus na combinação do preto com o dourado, que reflete a qualidade, a diferenciação e a superioridade do produto.

“Quando começamos a trabalhar a Friboi como marca, há quatro anos, o setor de carne trazia apenas uma etiqueta de identificação do corte na embalagem, sem informações adicionais da marca nem procedência do produto. Era uma prática comum que, graças ao nosso trabalho, evoluiu. Com essas mudanças e as novas marcas, queremos firmar ainda mais o nosso propósito de atender aos diferentes e mais exigentes consumidores”, comenta Maria Eugênia Rocha, gerente executiva de marketing da JBS Carnes.

Para definir e implementar as mudanças, a SONNE, em conjunto com as equipes de Negócios e de Marketing da JBS, responsáveis pelas marcas Friboi, desenvolveu um profundo e extenso projeto que envolveu pesquisas de mercado, análise da concorrência, tendências e necessidades não atendidas para stakeholders, modelo de negócio e modelagem financeira. A esse trabalho seguiu-se a definição do posicionamento mercadológico, a proposta de valor, a linguagem e as embalagens finais, que foram estrategicamente dispostas em uma nova arquitetura de marcas para atingir o máximo desempenho no mercado junto a cada um dos públicos de interesse da empresa.

Durante o processo de reestruturação, foram utilizadas ferramentas empresariais e metodologia própria da SONNE, que auxiliaram a análise e as decisões estratégicas, contemplando todos os aspectos e diferenciais competitivos identificados nos produtos e serviços FRIBOI para diferentes públicos e canais. Para tanto, foram analisados todos os concorrentes diretos e indiretos da JBS em cada canal de vendas.

“Com informações reais e detalhadas de mercado e o cruzamento de dados internos da organização, compreendemos o contexto do cenário de carnes no Brasil e no mundo, considerando seus principais players e utilizando o conhecimento produzido para embasar a tomada de decisão. Dessa forma, pudemos planejar e antecipar o futuro desse mercado, capitaneado pela marca Friboi”, conclui Maximiliano Bavaresco, sócio diretor da SONNE.

Compartilhe...   0  5  0  0 

ooh pdv  IMPRESSÃO DIGITAL **ONDE ENCONTRAR** 