Shopping Taboão

REPOSICIONAMENTO DE MARCA

Com a proposta de **reposicionar a marca Taboão Plaza Outlet**, de um shopping dedicado exclusivamente a mobiliário e decoração para **ampliar sua atuação** e abranger também moda e serviços, o trabalho de **assessoria de imprensa** e **redes sociais** tinha um grande desafio pela frente.

Na **assessoria de imprensa**, o foco principal para **divulgar o novo posicionamento da marca** no mercado foi trabalhar um **mix dos meios de comunicação**, como rádio, mídia impressa e online. Na TV, os clientes, antigos e em potencial, puderam ver o **crescimento da diversidade de lojas e do movimento** por lá. Os resultados foram quase que instantâneos, tendo impacto bem positivo nas vendas.

Este trabalho, em conjunto com a **gestão das redes sociais**, buscou apresentar o novo posicionamento da marca, criar **canais diretos de comunicação** e expandir o público, **criar relacionamento** significativo com os seus clientes, aumentando o seu **engajamento, e gerar *leads***. Criamos textos e imagens para **provocar a identificação do público-alvo** com o shopping nessas mídias.

Os layouts planejados para o **Facebook, Linkedin, Twitter e Instagram** foram cuidadosamente pensados para ter a cara da marca e trazer uma **comunicação simples e direta**, com elementos presentes na **identidade visual da empresa**.

Avatar

Faixa Branca

Elemento gráfico presente na identidade visual do Book da Empresa. Utilizada para manter a mesma comunicação da papelaria.

TABOÃO PLAZA
Outlet

Logo

Utilizado como elemento principal para rápida identificação da marca.

Background

Fundo utilizado na comunicação já existente, manteve-se presente para preservar a comunicação visual da marca.

Capa

Elemento Gráfico

Utilizado na comunicação da empresa, o elemento foi mantido para preservar a identidade da marca.

Frase

Sugestão de chamada para a capa do Facebook. A frase frisa que o cliente terá o conforto que merece sem pagar a mais por isso em uma comunicação simples e direta.

Imagem do Prédio

Além de apresentar um design moderno, a imagem do prédio na capa do facebook ajuda na hora que o consumidor for identificar a localização.
De maneira inconsciente fixamos a imagem do local na cabeça dos consumidores.

Post

Logo

Logo da empresa na parte superior sustentado pelo fundo utilizado na comunicação.

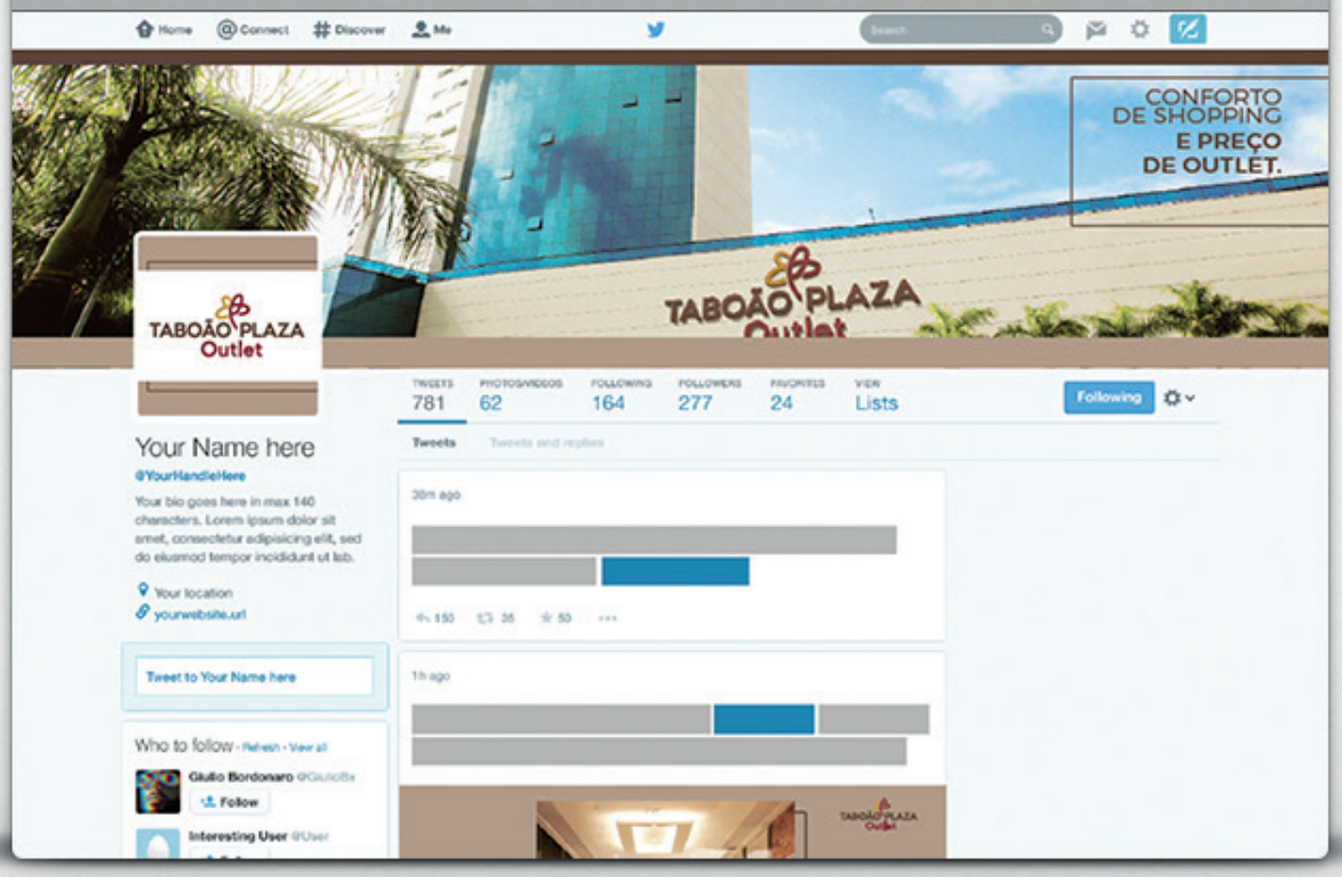
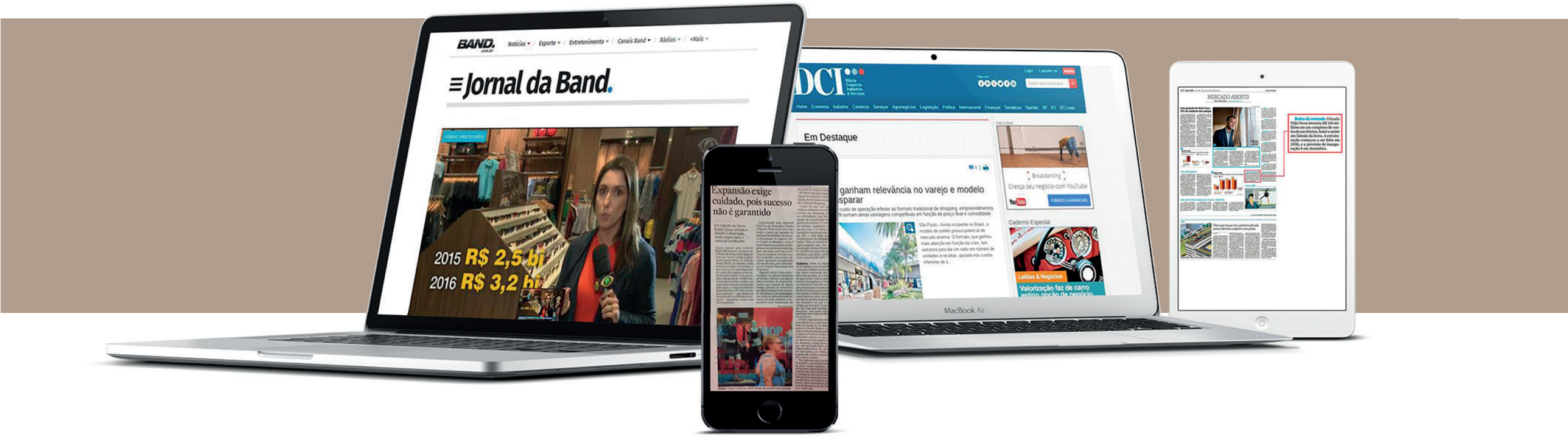
Imagem

Deve casar com o tema do post, sem deixar de seguir a linguagem visual da marca. A imagem deve ser trocada a cada postagem, caso contrário a fanpage ficará com cara de desatualizada e, consequentemente, não ganhará curtidas.

Título

Fonte Montserrat no mesmo tom de cor utilizado na papelaria da empresa. Deve estar apenas no título do post, com poucos caracteres.

Página Twitter



Resultado de Imprensa