

O que NÃO funciona

Para procedermos à geração de hipóteses, passamos pela etapa de entender o que funciona e o que não funciona na marca hoje em dia.

Por que precisamos focar em entender tanto o que deu errado, quanto o que funciona?

Selecione uma alternativa

A

Porque tiramos boas lições tanto do que deu certo, quanto do que deu errado. Ao desenhar a nova marca devemos entender seu funcionamento até agora para poder projetar um funcionamento da próxima marca. Podemos ou não manter os elementos que funcionaram, mas entender por que funcionaram é vital.

B

Porque não podemos mudar o que funciona. Esta parte deve ser mantida exatamente como está para que não deixe de funcionar. Sem saber exatamente o que funciona, fica difícil preservá-lo, então estudamos tudo que está de acordo desde o início do projeto e delineamos então o que não deve ser mexido.

C

Porque se devemos redesenhar a marca, não devemos nos apegar nas soluções anteriores, seja no que deu, seja no que não deu certo. Estudamos as duas coisas para entender por que o todo não funcionou e não é interessante mantermos nada da solução anterior, mas sim redesenhar com vista na nova perspectiva da empresa.