

JORLAR REBRANDING / REPOSICIONAMENTO

HOJE

INDEPENDENTE / EXPERIMENTAL

MUTÁVEL / FEITO POR/PARA ALUNOS

BAIXO ALCANCE / BAIXA COBERTURA

POUCO REFINAMENTO ESTÉTICO

89% DOS ENTREVISTADOS

NAO CONHECEM O JORNAL

-

77% GOSTARIAM DE CONTRIBUIR

COM O CONTEÚDO

AWARENESS

Exige um processo interno de posicionamento.

Conhecer nossas fraquezas e fazer das forças nosso foco de atuação.

O PÚBLICO COMO FONTE

É NOSSO MELHOR DIFERENCIAL

DE ARRECADAÇÃO DE AWARENESS.

AMBIENTE

descentralizado

muitos pontos de contato

desigual

recursos e problemas diferentes

alienado

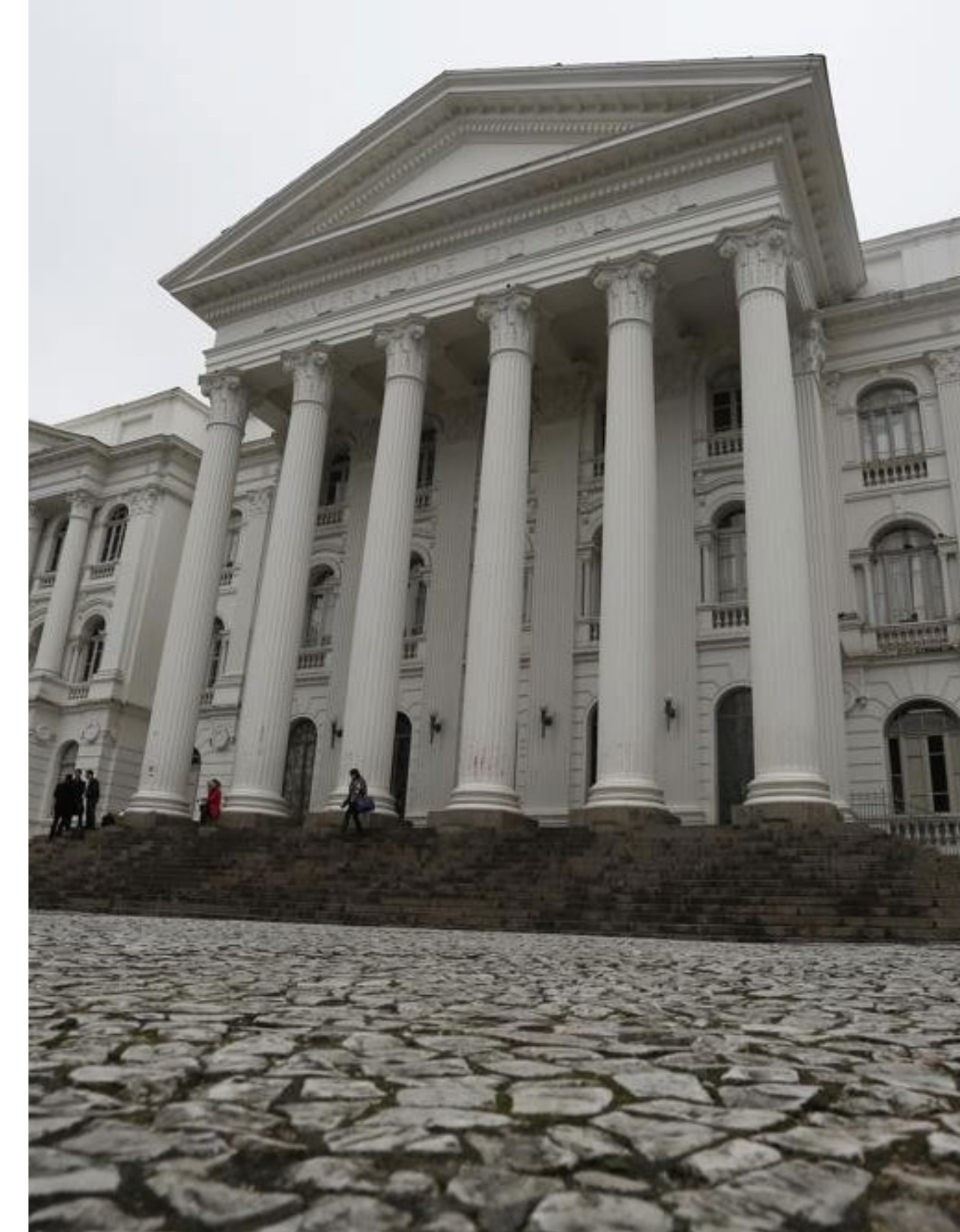
independência dos campi / falta de unidade e integração

movimento estudantil fraco e pouco relevante

institucional

não há vontade nem esforço da administração para mudar essa realidade

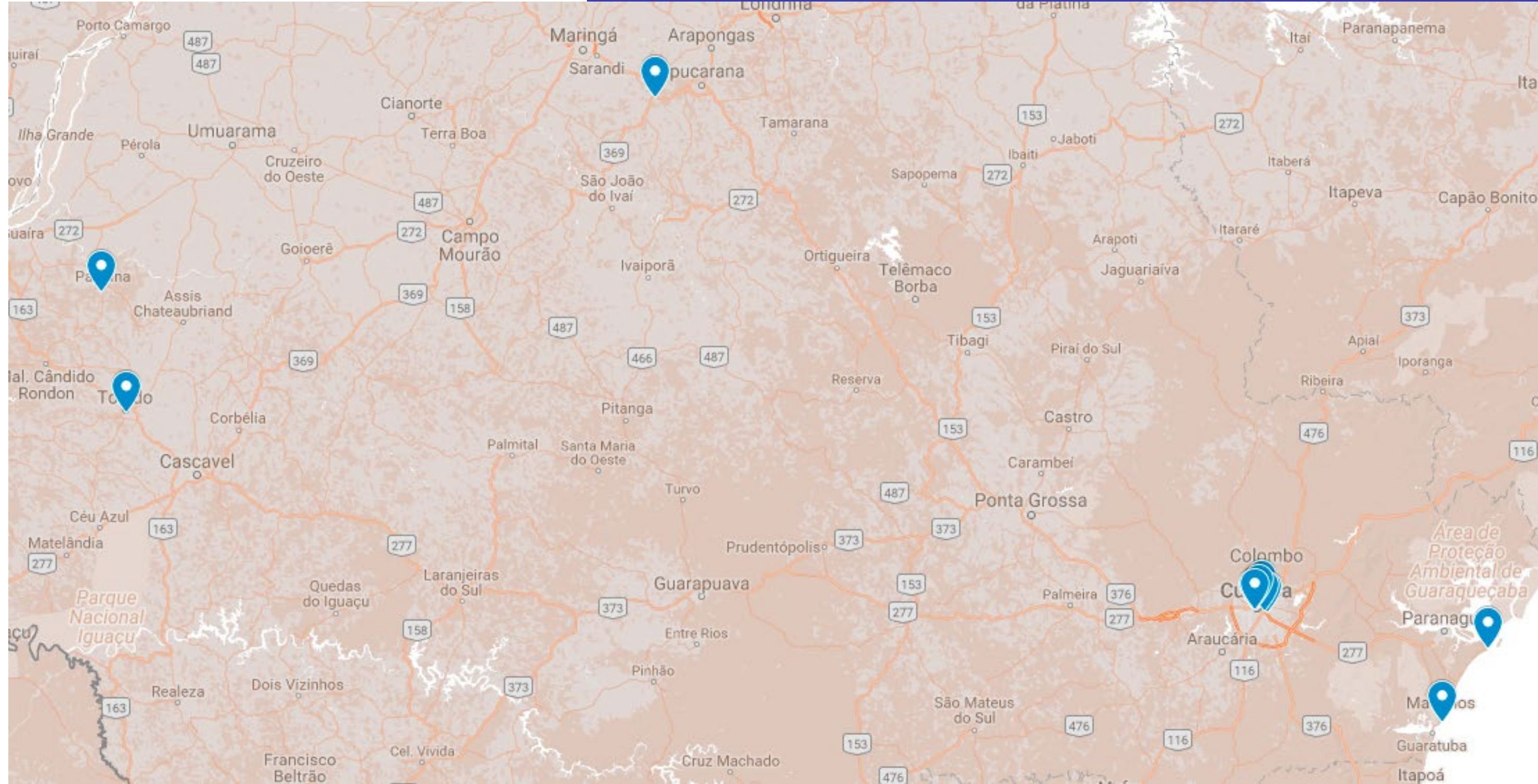
e a comunicação institucional não cumpre nem pretende cumprir essa função

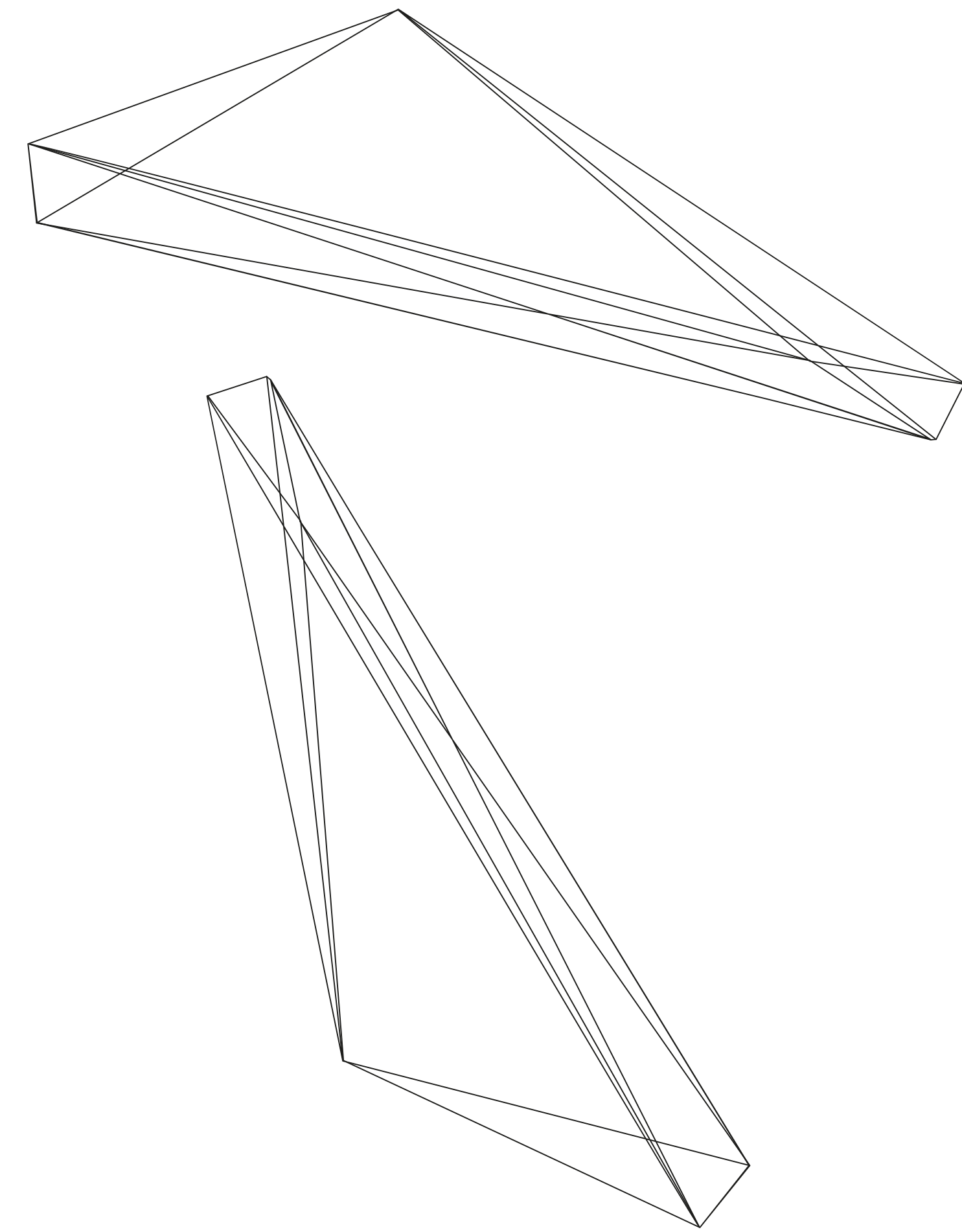
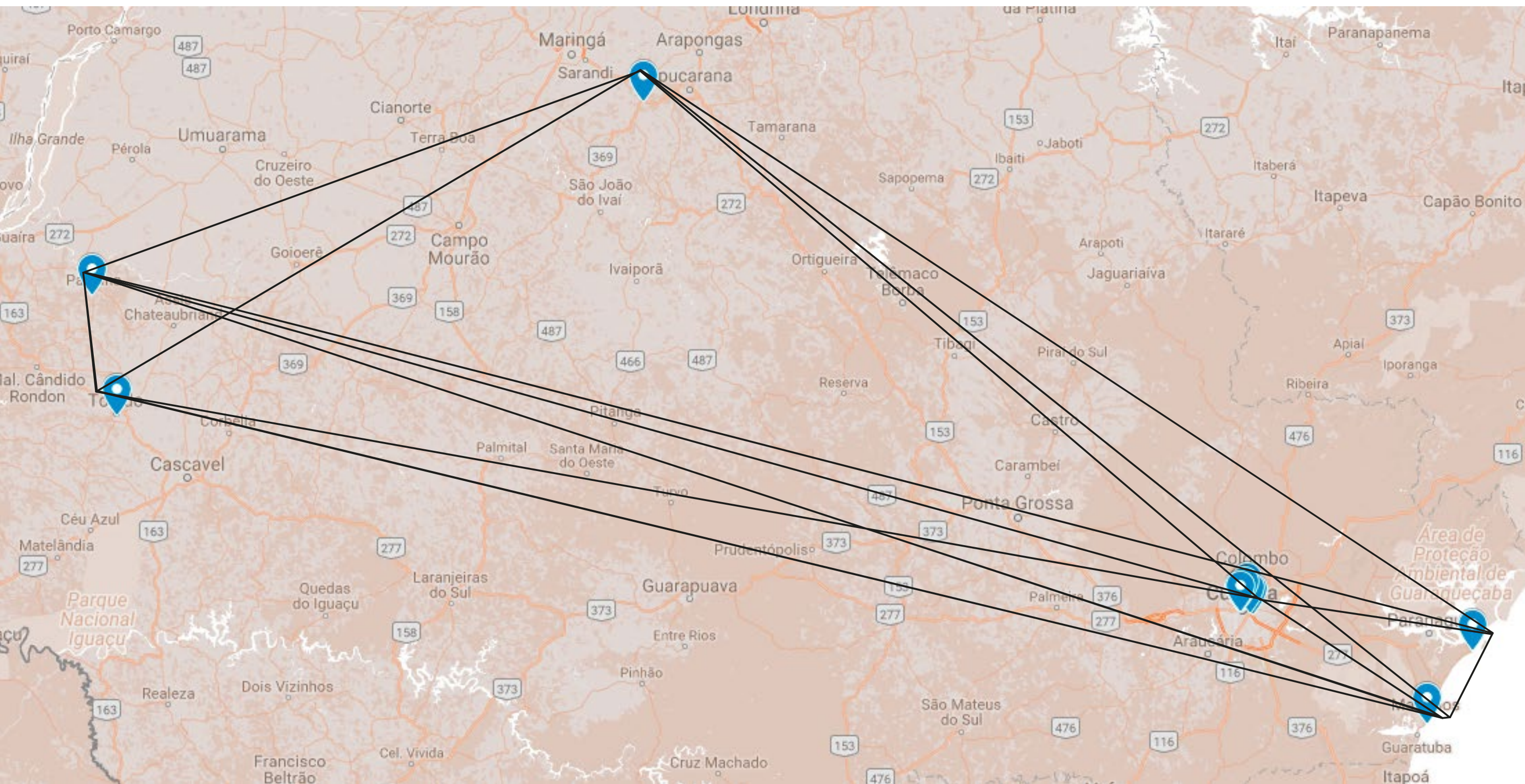


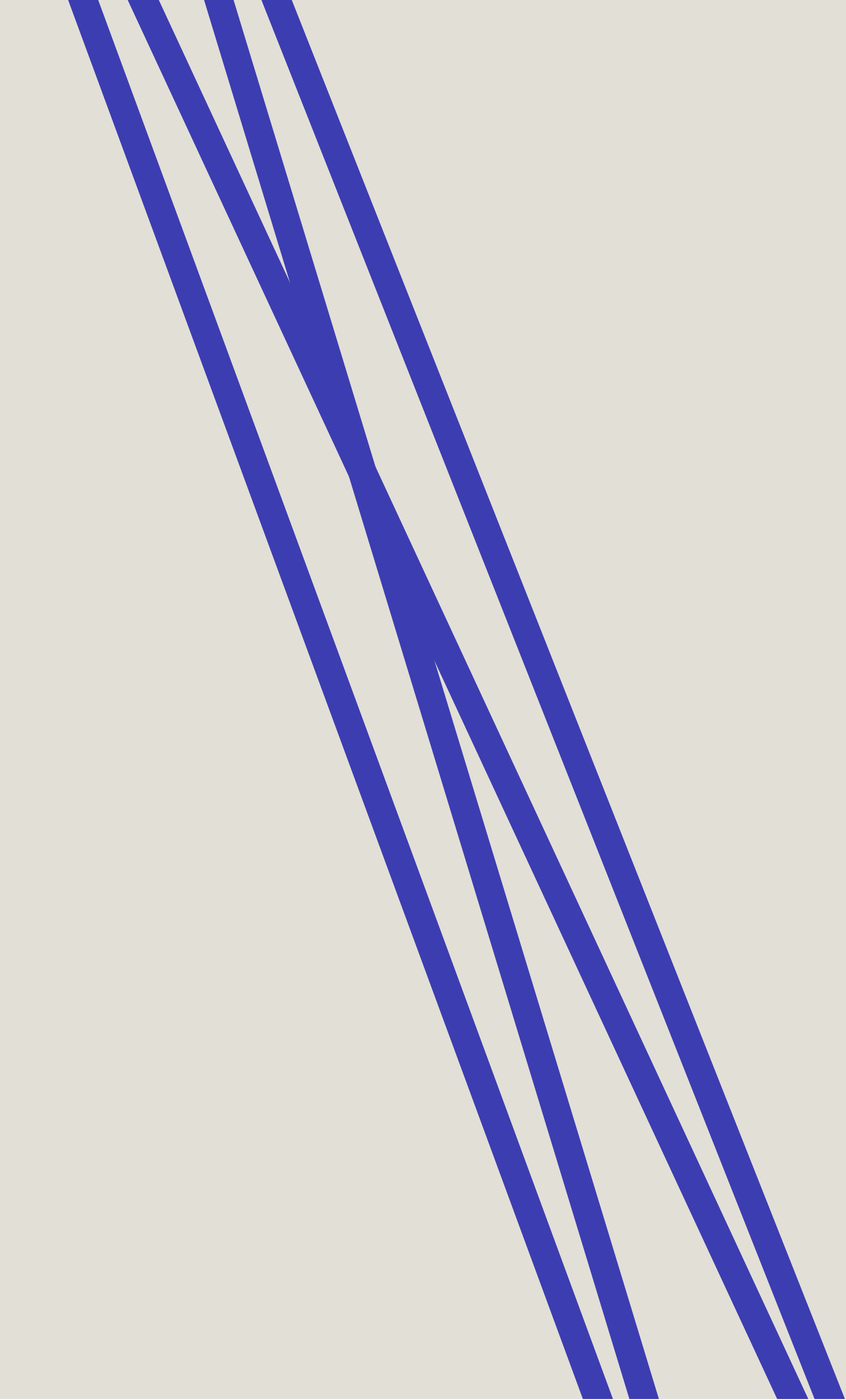
NOSSO PAPEL

- Comunicação centralizadora
- Integração dos campi e pautas
- Fonte confiável de obtenção de informação
- Ponto de colaboração, investigação e compartilhamento

JORLAR
CONCEITO DE MARCA







JORLAB

JORNAL
LABORATORIO
UFPR

JORNAL
LABORATÓRIO
UNIVERSIDADE
FEDERAL
DO PARANA

JORLAB

O QUE
ACONTECE
NO SEU
CAMPUS?

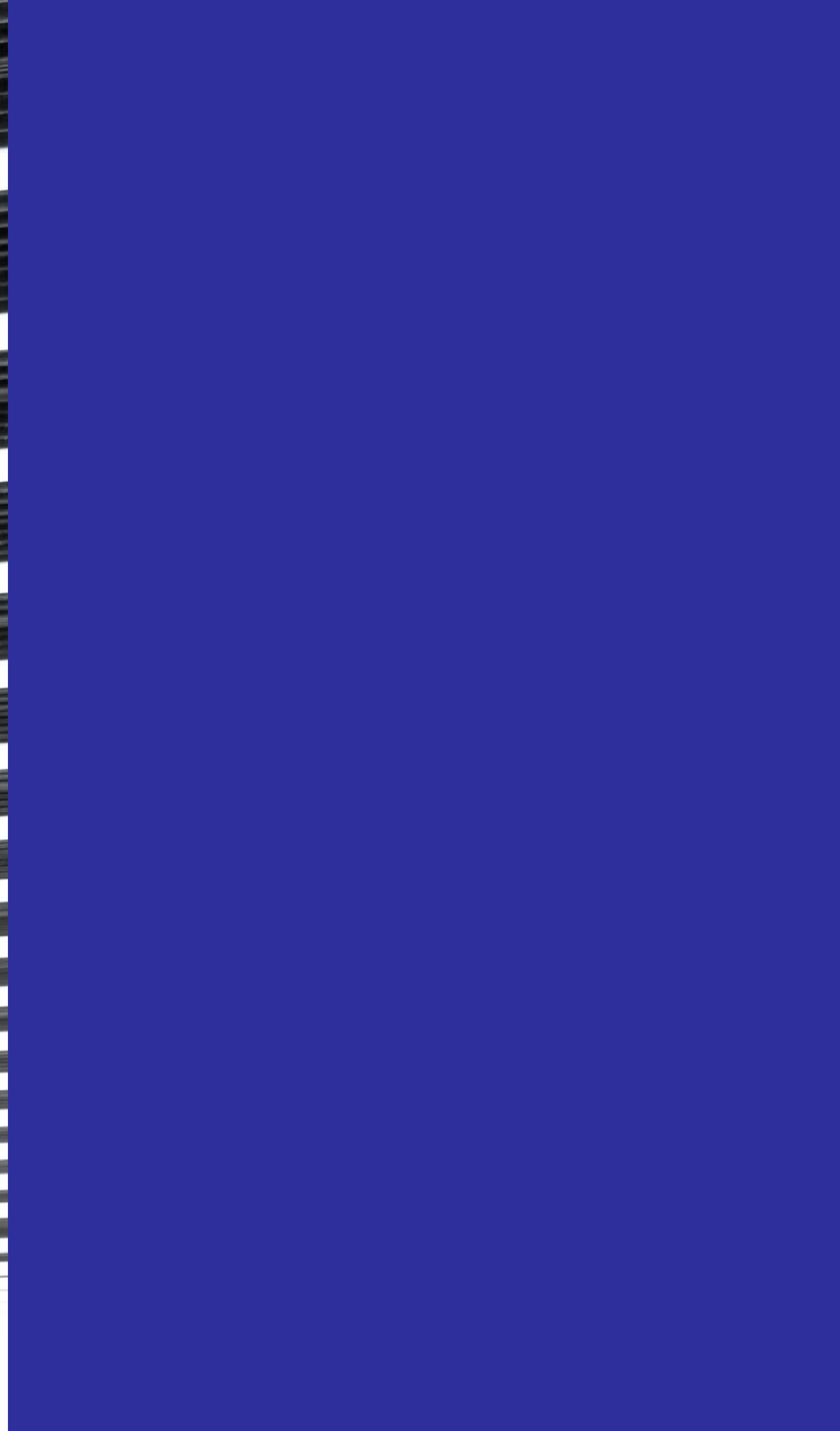




JORLAB

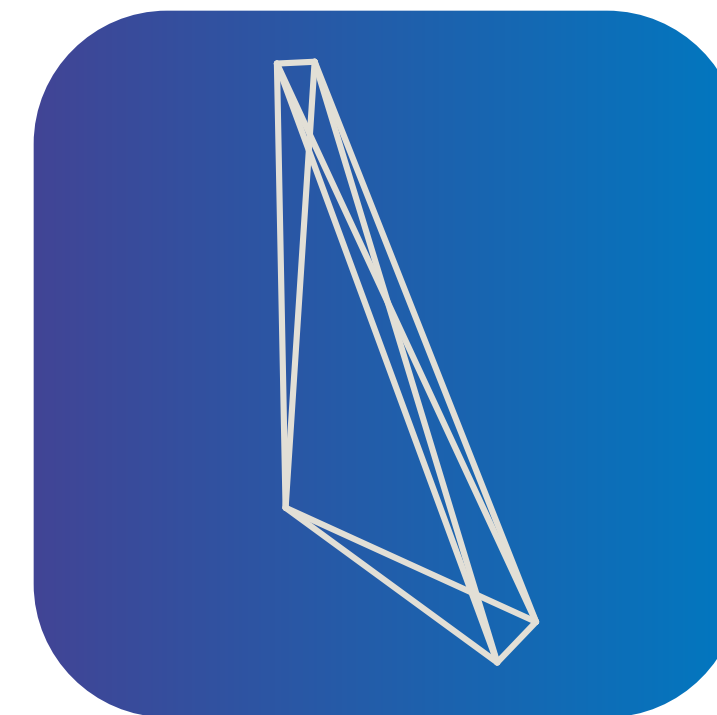
SEM
ANA
ACA
DEM
ICA

'18





JORLAB



JORLAR
É ISTO.