



LBF PROJETOS

Naming

APRESENTAÇÃO

APRESENTAÇÃO

Um nome é a origem da identidade da marca e tem como função básica, a identificação e individualização de algo.

APRESENTAÇÃO

Encontrar um nome alinhado a essência da marca, seu núcleo de significado e propósitos futuros é altamente relevante, pois aumenta a participação do público em todos os julgamentos chave.

APRESENTAÇÃO

Mais do que um gosto pessoal, um nome requer abordagem criativa e estratégica, pois deve posicionar a marca, reforçando seu atributo principal ou diferencial, e gerar associações positivas.

APRESENTAÇÃO

Para contribuir na construção da personalidade da marca, em um nome devemos considerar:

- Vínculos e associações que poderão ser criados na mente das pessoas;
- Alinhamento com o propósito da marca;
- A fonética, que influencia na aceitação e lembrança da marca;
- A originalidade e a disponibilidade legal;
- A facilidade de compreensão.

DESAFIO

DESAFIO

Criar um naming para o lançamento da nova comunicação visual da LBF Projetos. A proposta de marca deve salientar o propósito da empresa com um toque de desconstrução e ousadia. Além disso, o novo momento da LBF Projetos e o ramo específico a que a empresa se dedica, devem estar traduzidos no contexto da criação deste naming.

Pesquisa de mercado: concorrentes diretos e indiretos.

Concorrentes diretos:

Os escritórios de arquitetura considerados concorrentes diretos da LBF Projetos são aqueles que possuem um leque de serviços semelhante ao da empresa, com uma estrutura organizacional parecida, sendo classificados como de pequeno e médio porte, e que pratiquem preços semelhantes, podendo atingir o mesmo público que a LBF.

Além disso, são escritórios que têm suas atividades focadas no mercado do Vale dos Sinos e na região metropolitana de Porto Alegre.

Concorrentes indiretos:

Os concorrentes indiretos são os estabelecimentos que fazem parte do mesmo segmento, oferecendo um leque de serviços, por vezes, semelhante, porém, que possuem estratégias de posicionamento e de preço distintas das praticadas pela LBF.

Alguns escritórios de arquitetura comum podem ser considerados concorrentes indiretos, pois, apesar de oferecerem serviços e um estilo de trabalho semelhantes ao da empresa, cobram um preço muito distinto por seus serviços.

Decoradores e técnicos em design de interiores podem, também, ser considerados concorrentes indiretos, pois atuam em uma área que é abrangida pelo leque de serviços de arquitetura.

Definição da estratégia.

Além dos critérios já mencionados, buscamos associar a empresa aos valores e benefícios que regem o processo de arquitetura corporativa. Ao mesmo tempo em que unimos os princípios da LBF Projetos, ao novo momento de lançamento da marca no mercado.

Definição das características, conceitos e valores.

Selecionamos palavras chave para elaborar a personalidade dos nomes, de acordo com a proposta e com o que queremos transmitir ao público.

**RARIDADE – DEDICAÇÃO – APTIDÃO – DOM – EXECUÇÃO – ENCAIXE –
OUSADIA – SOFISTICAÇÃO – EXCLUSIVIDADE.**

Brainstorming.

Muitos nomes interessantes surgiram durante as reuniões criativas:

UMA ARQUITETURA

RARA ARQUITETURA

ÚNICA ARQUITETURA

EXCLUSIVA ARQUITETURA

NOVA ARQUITETURA

MY PLACE ARQUITETURA

SINGULAR ARQUITETURA

DEDICÁ ARQUITETURA

CORPORATE ARQUITETURA

EXPRESSIO ARQUITETURA

ENCAIXE ARQUITETURA

INSPIRA ARQUITETURA

CHANGES ARQUITETURA

ÚTIL ARQUITETURA

ARQUITETÁ

SINOS ARQUITETURA

DOM ARQUITETURA

FACH ARQUITETURA

Pré-seleção e verificação da disponibilidade de domínios.

Após o processo de brainstorming, realizamos a pré-seleção entre os melhores nomes avaliando sonoridade e valores a serem transmitidos e por fim, consultamos a disponibilidade legal e de domínios.

Apresentação dos resultados.

Todos os nomes foram filtrados baseados nas características de:

- **Distinção:** refere-se à capacidade de tornar a marca única e original.
- **Conveniência:** refere-se ao quanto está ajustado em seu propósito comercial e conceitual.
- **Agradabilidade:** refere-se ao quanto é fácil, breve, memorável e positivo ao público.

Assim, chegamos a quatro resultados.

A photograph of two people, likely architects, leaning over a table and examining architectural blueprints. The scene is dimly lit, with a window in the background showing a building exterior. A prominent graphic overlay of wavy orange lines is superimposed over the image. The text 'RARA ARQUITETURA' is centered in a bold, yellow, sans-serif font, with a horizontal line underneath the word 'RARA'.

RARA ARQUITETURA

RARA ARQUITETURA

Este nome foi escolhido por possuir sonoridade agradável e de fácil memorização.

Conceito: em sentido amplo, “raro” é aquilo que não é comum; que poucas vezes se encontra ou se vê.

Proposta de valor: remete ao que é novo, exclusivo, de boa qualidade.

A photograph of two people, likely architects, leaning over a table and examining architectural blueprints. The scene is dimly lit, with light coming from a window in the background. A prominent graphic overlay of wavy orange lines is superimposed over the image. The text 'DEDICÁ ARQUITETURA' is centered in a bold, yellow, sans-serif font. A thin white horizontal line is positioned below the text on the left side.

DEDICÁ ARQUITETURA

DEDICÁ ARQUITETURA

Fácil e original, o nome é uma informação subjetiva. Utiliza a onomatopeia para fazer referência ao conceito amplo de dedicação, aliado ao ofício da arquitetura.

Conceito: a palavra remete à dedicação que é uma qualidade ou condição de quem se dedica a algo; é sinônimo de entrega e sacrifício; Também pode ser considerada como uma manifestação de amor, apreço e consideração;

Proposta de valor: o valor está no próprio conceito da palavra, que expressa o profissionalismo e zelo da cliente pelo trabalho que executa.

A photograph of two people in a professional setting, likely an office or studio, looking at architectural plans on a table. The image is overlaid with a semi-transparent dark grey band containing the text. A decorative wavy orange graphic is present on the left side of the image. The background shows a window with a view of a building.

ENCAIXE ARQUITETURA

ENCAIXE ARQUITETURA

Original e sonoro, o nome sugere ação. Além disso, remete ao à execução das tarefas arquitetônicas, que envolvem, por assim dizer, o processo de “encaixe”.

Conceito: de forma genérica, o encaixe é o ato ou efeito de encaixar; também pode ser considerado algo que completará um todo ou parte de um todo;

Proposta de valor: por ser de fácil compreensão, oferece um resultado desejável e condizente com o conceito da marca.

A photograph of two people in a professional setting, likely an office or studio, looking at architectural blueprints spread out on a table. The person on the left is wearing a grey long-sleeved shirt and dark pants, with their hands resting on the blueprints. The person on the right is wearing a dark jacket and a white hard hat, also looking at the blueprints. The scene is overlaid with a semi-transparent dark grey horizontal band. The text 'DOM ARQUITETURA' is written in bold, yellow, uppercase letters across this band. A thin white horizontal line is positioned below the text. The background shows a window with a view of a building. The entire image has a wavy, orange, wavy graphic overlay that creates a sense of motion and depth.

DOM ARQUITETURA

DOM ARQUITETURA

A palavra "dom" vem do latim e significa donu. Quer dizer dádiva, presente. É a capacidade que algumas pessoas têm para o desempenho de determinadas tarefas de forma fácil e natural, mas que para a maioria das pessoas apresenta certo grau de dificuldade.

Conceito: aptidão inata para fazer algo, especialidade difícil ou raro;

Proposta de valor: ter um "dom" é ter uma capacidade única e rara, como os projetos feitos pela cliente. Neste sentido, o valor agregado estaria na essência do contexto em expressar algo especial.

Vamos expressar a qualidade e o empenho da empresa, através de uma nova marca?

