

Mercury Research

Identitate vizuală

Client

Înființată în 1992, Mercury Marketing and Research Consultants era una dintre primele companii de cercetare de piață din România, deservind un portofoliu de clienți impresionant atât ca varietate a domeniilor de activitate, cât și ca răspândire geografică (România, Bulgaria, Marea Britanie).

Problemă

Datorită diversificării portofoliului de servicii și a schimbărilor de management, la sfârșitul anilor '90, compania s-a divizat în două unități independente, Mercury Promotions (oferind servicii BTL) și Mercury Marketing and Research Consultants (oferind servicii de cercetare de piață).

În urma procesului de naming condus de Grapefruit, compania a adoptat numele 'Mercury Research', rezolvând problemele de lungime și nespecificitate a vechii denumiri. Problema de diferențiere a fost rezolvată doar parțial, având în vedere că cele două companii foloseau aceeași identitate vizuală, reprezentată de silueta zeului Mercur/Hermes.

Deși cele două companii deveniseră complet separate, confuzia care persista a dus la subestimări ale potențialului Mercury Research, în ciuda deplinei maturități profesionale a companiei în domeniul cercetării de piață.

Soluție

Pentru a re poziționa și diferenția Mercury Research, s-a impus așadar crearea unei noi identități vizuale. Noul logo introdus în 2002 încorporează viziunea brandului (dorința de a fi lideri), valorile (perfecționismul) și trăsăturile de personalitate (încrederea) ale acestuia într-un mod precis și modern. Alegerea unui corp de literă și a unei palete de culori moderne a consolidat această nouă identitate pentru categoriile de public cărora li se adresează Mercury Research.

Pe baza noii identități vizuale au fost create aplicații precum setul de papetărie specializată, materialele de promovare și signalectica interioară și exterioară. Consecutiv, Grapefruit a livrat și un set de reguli minimale de folosire pentru a asigura consecvență în toate canalele media în principalele circumstanțe de comunicare.

