

Jaguar zmienił logo

data aktualizacji: 2024.11.22 autor: Redakcja



(marketingprzykawie.pl)

Nowe logo Jaguara nawiązuje do etosu „nie kopiuj niczego”. Zostało pozbawione wizerunku skaczącego kota i wywołało krytykę internautów. „Czy sprzedajesz samochody?” - zapytał Elon Musk w związku z kreacją promującą rebranding.

Autor słów „Copy Nothing”, Sir William Lyons wierzył w tworzenie rzeczy przełamujących schematy. Obecna transformacja Jaguara opiera się na filozofii „ekscytującego modernizmu”. Spot promujący rebranding brytyjskiej marki luksusowych samochodów jest krytykowany w sieci za pokazywanie modelek w jaskrawych strojach. Również za to, że nie ma w nim samochodu.

Modelki ubrane w futurystyczne, jaskrawe stroje spacerują po dziwnym, fioletowym krajobrazie. Internauci narzekali, że w spocie brakuje samochodu, a przesłanie jest mylące. „Czy sprzedajesz samochody?” - pytał na X Elon Musk, właściciel Tesli, odnosząc się do tej kreacji. Narzekano również na nowe, stylizowane logo, pozbawione „skaczącego” wizerunku Jaguara.

Nowy Jaguar to reinterpretacja, która przywraca esencję Jaguara. Eksponuje wartości, dzięki którym marka była niegdyś uwielbiana, a jednocześnie czyni ją istotną dla współczesnego odbiorcy. Tworzymy Jaguara z myślą o przyszłości. Przywracamy mu status marki, która wzbogaca życie naszych klientów i społeczności Jaguara - mówi Gerry McGovern, dyrektor kreatywny marki.

[[[2237]]]

Charles Taylor, profesor marketingu w Villanova School of Business w Pensylwanii powiedział agencji AP, że film promocyjny podkreśla niewłaściwy ton dla potencjalnych klientów. Wskazał, że firma popełnia błąd, nie wykorzystując w swojej komunikacji marketingowej dziedzictwa marki. A jest to dziedzictwo eleganckiego brytyjskiego samochodu sportowego o wysokich osiągnięciach.

W nowym logo każdy z czterech symboli zmian ma swoje znaczenie. Ma odzwierciedlać wartości marki i stanowić zapowiedź nadchodzących innowacji

- Sygnatura. Nowy znak firmowy Jaguara jest jego podpisem. Jest to celebrowanie modernizmu - geometryczna forma, symetria i prostota. Ukazuje nieoczywistość poprzez harmonijne połączenie wielkich i małych liter w spójnej estetyce.
- Przekreślenie. Ten liniowy element graficzny tworzy niepowtarzalną obecność i natychmiast rozpoznawalną wizualizację marki Jaguar. Odrzuca naśladownictwo i przeciętność.
- Żywiolowe kolory. Stanowią fundament nowej tożsamości marki Jaguar. Jest ona osadzona w swoich wartościach oraz skojarzeniach ze sztuką. Podstawowe kolory z palety malarza - żółty, czerwony i niebieski - są tonalnymi filarami, zawsze prezentowanymi z teksturą lub ruchem.
- Znaki marki. Składają się z na nowo zaprojektowanego „skaczącego jaguara”, który jest symbolem pochodzenia marki. Zawsze skierowany do przodu, symbolizuje doskonałość i stanowi znak rozpoznawczy marki. Monogram jest kodem ekspresji i symbolem ukończonego dzieła. Wykorzystywany jest jako ozdobny akcent lub finalny detal.

[[[2238]]]

Jaguar zaprezentuje swoją nową tożsamość „Copy Nothing” podczas Miami Art Week, 2 grudnia 2024 r. Zapowiada też, że w 2025 r. przekształci się we „w pełni elektryczną luksusową markę, oferującą wyjątkowe, wyraziste pojazdy wyróżniające się pionierskimi technologiami i wizjonerskim designem”.

źródło: marketingprzykawie.pl

Źródło: <https://zyrardow.eglos.pl/aktualnosci/item/44507-jaguar-zmienil-logo>