



O conceito de comunicação definido foi o de formação especializada enquanto valor acrescentado.

SULOG

Upgrade Yourself



A Sulog é uma das mais reconhecidas empresas de formação profissional da Região Autónoma da Madeira.

Especialista em novas tecnologias, mantém uma posição privilegiada na formação de quadros médios e superiores. Este sucesso é justificado pelas certificações e elevada qualificação da sua bolsa de formadores.

A estratégia de reposicionamento Brand Image desenvolvida para a Sulog apostou no seu factor crítico de sucesso: a formação avançada e certificada na área das TIC's. Sendo esta direccionada para um público com critérios de exigência e necessidade de renovação de competências.

O reposicionamento almejou cumprir objectivos que passavam pelo aumento de reconhecimento da marca, a referência em formação avançada na área das TIC's e, a captação de mais formandos de quadros médios de empresas e profissionais liberais.

O conceito de comunicação definido foi o de formação especializada enquanto valor acrescentado. Este conceito pretendeu tornar a Sulog o centro de formação de referência na área de informática da RAM, com formação de vários níveis em informática, bem como, formações especializadas e certificadas (microsoft e autodesk) que acrescentam "valor" aos seus formandos.

Na perspectiva de potenciar o desenvolvimento pessoal e profissional dos formandos a assinatura utilizada para a marca assume uma



afirmação provocatória e entusiasta: “Upgrade Yourself” um termo reconhecido no meio informático que concentra a ideia de todos os benefícios para os formandos Sulog:

- Inovar, progredir;
- Ideia de valor acrescentado;
- Vantagem competitiva;
- Formação avançada.

O logótipo e identidade reforçam o pressuposto de “upgrade pessoal” com a utilização de símbolos reconhecíveis por qualquer utilizador informático (botão e mão) associados aos “updates” e “upgrades”.



Case study

O sistema de comunicação proposto para a marca contemplou diversas acções calendarizadas, com diferentes objectivos, nomeadamente:

- Promover o 1º contacto;
- Informar e credibilizar;
- Experiência positiva, fidelização dos formandos ao centro de formação.

