

COM APRESENTAÇÃO ESTA QUINTA-FEIRA EM LISBOA

DREAMBOOKSPRO FAZ REBRANDING DA MARCA

REESTRUTURAÇÃO VISA ACOMPANHAR O LANÇAMENTO DE NOVOS PRODUTOS E A EXPANSÃO EM ESPANHA E BRASIL

A Dreambookspro apresenta, esta semana, ao mercado uma nova imagem, com o objetivo de reforçar a exclusividade para o mercado profissional da fotografia.

De um logótipo informal, muito semelhante àquela que assume a Dreambooks – marca dedicada ao target amador – a Dreambookspro surge agora com uma imagem sóbria e clássica.

“Este novo logótipo apresenta um ícone que tem por base os três pilares fundamentais da Dreambookspro. O escudo simboliza a origem portuguesa da marca, a pele genuína remete para a qualidade dos nossos produtos e as folhas representam a técnica, o nosso produto e o nosso know-how”, explica Ricardo Mendes, diretor de arte do Grupo LFM e responsável pelo rebranding da Dreambookspro.

De acordo com o designer, o resultado final remete iconicamente para uma forma abraseada que pretende espelhar o quão nobre e exclusiva é esta marca e para o conceito tradicional e intemporal tal como os próprios produtos Dreambookspro.

“Apesar da aposta nas novas tecnologias, uma boa parte dos nossos produtos ainda são feitos a mão”, recorda Ricardo Mendes.

Numa altura de mudança, a marca prepara-se para lançar a coleção 2014 com produtos que, sublinha a Dreambookspro, serão eles próprios a tendência.

“Esta coleção não seguirá a tendência. O que se pretende é que ela própria seja a tendência. São produtos diferenciadores, desde os mais requintados aos mais simples”, afirma Diogo Teixeira, diretor de marketing do Grupo LFM Corporate, ao qual pertence a Dreambookspro.

De acordo com o marketeer, esta coleção inclui novos produtos como os porta-pen, os álbuns de amigos e os livros de assinaturas, bem como novos revestimentos como o veludo, a seda e os vinis, e a inclusão de novos materiais como os cristais Swarovski.

A introdução desta nova coleção será acompanhada de uma profunda reestruturação na página oficial da marca com atualizações regulares e mais conteúdos multimédia, como vídeos explicativos.

Paralelamente, foi criado ainda um departamento próprio de desenvolvimento de novos produtos para esta marca, o qual promete novidades já em 2014.

“Num futuro não muito longínquo será ainda apresentada uma nova plataforma para a gestão de envio de encomendas, bem como a criação de projetos, repleta de novas funcionalidades como por exemplo a pré-visualização e partilha de projetos como os clientes”, desvenda o diretor de marketing.

“Num futuro não muito longínquo será ainda apresentada uma nova plataforma para a gestão de envio de encomendas, bem como a criação de projetos, repleta de novas funcionalidades como por exemplo a pré-visualização e partilha de projetos como os clientes”, desvenda o diretor de marketing.

No que respeita o campo internacional da marca dedicado ao mercado profissional da fotografia, em 2014, prevêem-se novidades em Espanha e no Brasil.

“Estamos, com a Dreambookspro, em toda costa norte de Espanha e pretendemos, a curto prazo, alargar o nosso campo de atuação para sul, nomeadamente, Barcelona e Madrid. Paralelamente, queremos reforçar a nossa presença no Brasil e noutros países europeus”, conclui Diogo Teixeira.

Refira-se que estes e outros temas, relacionados sobre a estratégia da marca Dreambookspro definida para 2014, serão apresentandos amanhã, dia 12 de dezembro, numa conferência que irá decorrer no Hotel Tivoli Oriente, entre as 8H30 e as 13H e entre as 14H30 e as 19H.