



cashaaTM



Identité de la marque

Sexe : Neutre

Jeune

Economique (neutre)

Moderne

Plutôt Distrayant

Plutôt Bruyant

Couleur préféré :

Bleu, Vert, Blanc

La marque vise essentiellement les personnes âgées de 18 ans à 65 ans. Les valeurs de la marque sont la simplicité, la sécurité, le respect de l'environnement, l'esprit collaboratif. La marque doit inspirer confiance, elle doit également mettre en avant les avantages économiques et écologiques de l'envoi collaboratif de colis. La marque doit également refléter l'innovation et la technologie au service des populations.

La plateforme est utilisable aussi bien dans les pays en développement où l'accès aux services de transport de colis est cher et peu fiable que dans les pays développés où se pose des problématiques écologiques et de respect de l'environnement.

Zendpack sera la première plateforme totalement dématérialisée d'envoi de colis entre particuliers. Les identités des membres sont systématiquement vérifiées.

Le logo doit refléter la simplicité, l'aspect écologique et le côté Zen. Pour cela on pourra éventuellement jouer sur l'analogie de la lettre Z avec l'éclair, jouer sur la couleur verte ou Bleu ou mélangée.

Pour le slogan, privilégiez plutôt une mission statement forte portant sur une centaine de mots au maximum. Le slogan doit être tiré de cette mission statement. Demander à Laura de s'en occuper.

Brief

Nous sommes une plateforme de transport de colis entre particuliers. Nous aurions besoin d'un logo qui retient l'attention tout en étant sobre et qui transmet également nos valeurs.

Nous permettons à des personnes qui voyagent en avion ou en voiture de transporter des colis pour le compte d'autres particuliers moyennant une commission. Le concept permet aux voyageurs de rentabiliser leurs voyages en touchant des commissions et aux expéditeurs de colis, de bénéficier de prix abordables pour le transport de leurs colis.

En outre, le projet revêt une dimension écologique puisqu'elle permet de réduire les émissions de CO2 liées au transport de colis. Il est en outre collaboratif et permet de tisser des liens sociaux.

La marque vise essentiellement les personnes âgées de 18 ans à 65 ans. Les valeurs de la marque sont la simplicité, la sécurité, le respect de l'environnement, l'esprit collaboratif. La marque doit inspirer confiance, elle doit également mettre en avant les avantages économiques et écologiques de l'envoi collaboratif de colis. La marque doit également refléter l'innovation et la technologie au service des populations.

La plateforme est utilisable aussi bien dans les pays en développement où l'accès aux services de transport de colis est cher et peu fiable que dans les pays développés où se pose des problématiques écologiques et de respect de l'environnement.

Le design doit transmettre à la fois les aspects économiques, écologiques et sociaux.

Nos couleurs préférés sont le Bleu, le Vert et le Blanc (Toutes variantes). Ces couleurs peuvent être utilisés ensemble ou séparément.