

Logotipo:

História da empresa: Xiaomi é uma empresa multinacional do ramo de tecnologia que foi criada em 2010. Chegou ao Brasil em 2015 e atualmente é uma das empresas que mais vem se destacando no setor tecnológico. Em 2019 ultrapassou a Apple se tornando a 3ª maior fabricante de celulares do mundo e entrou para o ranking das 100 marcas mais valiosas ocupando a 74ª posição.

Localidade: sede em Pequim na China, mas também atua em lugares como: Índia, Taiwan, Indonésia, Singapura e Hong Kong.

Produtos: Smartphones, notebooks, smartbands, fones de ouvido, televisões, dispositivos para casas inteligentes, e muitos outros produtos.

Principais concorrentes: Samsung, Lenovo, Apple, Huawei, entre outros

Problemas: A logo foi criada da marca MI que significa abreviação para "Mobile Internet" para representar a Xiaomi no exterior devido a fluência e facilidade de pronúncia fora da China, porém poderia ser uma logo mais moderna voltada para tecnologia em geral não só focada no "Mobile Internet" e com cores mais discretas como por exemplo prata.

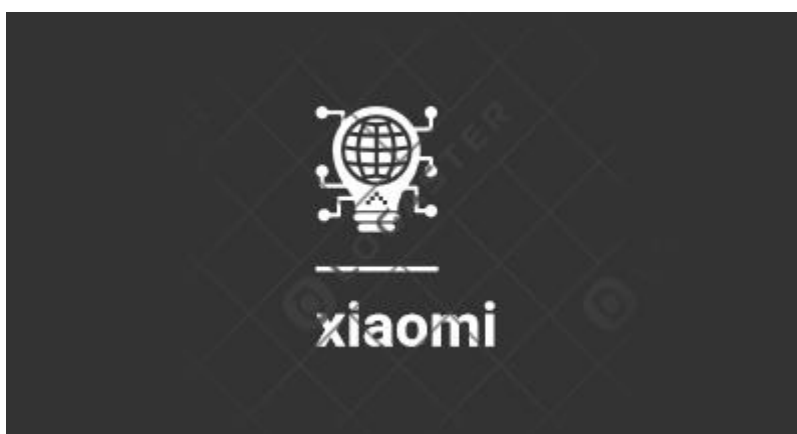
Fontes:

WIKIPÉDIA. Xiaomi. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Xiaomi>>. Acesso em: 02 abr. 2021.

TECMUNDO. Nilton Kleina A história da Xiaomi, o prodígio vindo da China. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/xiaomi/117356-historia-xiaomi-prodigio-vindo-da-china-video.htm>>. Acesso em: 06 jun. 2017.

OFICIAL DA NET. Bruno Ignacio de Lima. A História da Xiaomi. Disponível em: <<https://www.oficinadanet.com.br/historiasdigitais/30793-a-historia-da-xiaomi>>. Acesso em: 29 abr. 2020.

Logotipos analisadas para melhoria:



Logotipo antiga e nova e suas melhorias:



Neste novo logotipo umas das principais mudanças foi no desenho que é metade de um globo e uma placa de circuito eletrônico com a intenção de transmitir uma mensagem para o cliente que é uma nova marca global que não só representa os aparelhos móveis mas também outros produtos em geral do setor tecnológico e também com cores mais discretas.

Conclusão:

Nesta Unidade Curricular cheguei a conclusão que as logotipos não são apenas um simples desenho para representar a marca em si, mas também que para a criação de uma logotipo de uma marca existe um processo que envolve muitos critérios para serem analisados até chegar a aprovação como por exemplo: a história da empresa, a flexibilidade para se adaptar em qualquer lugar desde um site até um cartão de visitas impresso, a cor da logo que se destaca melhor para o tipo de negócio e até a visualização e memorização do cliente para que a marca seja lembrada.