

Nowa identyfikacja wizualna marki Dekoria

2018-02-15

Polska firma specjalizująca się w produkcji tekstyliów domowych oraz w sprzedaży artykułów do dekoracji wnętrz wyszła naprzeciw oczekiwaniom klientów i zaplanowała redesign identyfikacji wizualnej. Pierwszym krokiem na drodze rebrandingu jest zmiana logotypu na bardziej minimalistyczny:

- Kiedy tworzyliśmy nowy logotyp, zależało nam, by łączył on tradycję z nowoczesnością. Zachowaliśmy jego motyw przewodni, symbol tulipana, który zestawiliśmy z nowoczesnym fontem, co odświeża jego formę – komentuje Agnieszka Rybka, Dyrektor Działu Marketingu w Dekoria.pl

Dynamiczny rozwój marki spowodował, że [Dekoria](#) dociera do coraz młodszych odbiorców. Właśnie dlatego firma pracuje również nad unowocześnieniem strony internetowej oraz udoskonaleniem jej wersji mobilnej. 2018 rok przyniesie także zmiany w asortymencie sklepu, w którym pojawi się jeszcze więcej produktów w stylu modernistycznym.

Zmiany w wizerunku firmy odzwierciedlają kierunek jej rozwoju. Dekoria przenosi na jeszcze wyższy poziom dostarczanie wysokiej jakości produktów do dekoracji wnętrz z zachowaniem najlepszych standardów usług.

