



Vodafone Brasil agora é Arqia

A nova marca, desenvolvida em parceria com a FutureBrand São Paulo, consolida a atuação e referência da empresa no segmento de conectividade M2M e IoT

São Paulo, outubro de 2018 – A Datora Mobile anuncia o reposicionamento e sua nova marca para o segmento de Machine to Machine (M2M) e Internet das Coisas (IoT). A partir de outubro, Vodafone Brasil passa a se chamar Arqia. Sua proposta de valor é conectar as “coisas” que fazem parte da vida das pessoas e dos negócios, para agregar inteligência, evoluir a forma de fazer e repensar o que pode ser feito. A empresa anuncia ainda que expandiu o acordo com a Vodafone IoT, criando novos modelos comerciais e formas de cooperação entre as partes, reforçando a proposta de valor da IoT para o mercado.

A Arqia integra o grupo Datora, que possui 25 anos no mercado de telecomunicações conectando clientes dos mais diversos setores e segmentos. “Sempre acreditamos nas possibilidades infinitas de um mundo conectado e nossos planos e desejos para o futuro são muito promissores. Com a Arqia, queremos mostrar que é possível fazer negócio de um jeito novo, mais simples e prático. Usamos a tecnologia para o que ela foi criada: facilitar a vida de todos” explica o diretor executivo da Arqia, Eduardo Resende.

O executivo ressalta que os chips com a marca Vodafone Brasil seguirão funcionando normalmente, pois a Arqia é o reposicionamento da marca. “Continuaremos investindo em soluções que gerem valor para negócio de nossos clientes, criando conexões estáveis e seguras. Vamos continuar inovando e crescendo ao lado de cada cliente”, reforça Resende.

O projeto desenvolvido em parceria com a FutureBrand São Paulo, agência especializada em evoluir a estratégia, a identidade e a experiência de marcas, articulou um novo posicionamento que inspirou a criação do novo nome, identidade visual e storytelling. “Já pensou como será o nosso dia a dia se adicionarmos tecnologia e conexão a tudo que está à nossa volta? A Arqia nasce para tornar possível um mundo que sempre pareceu ficção científica. É uma marca que traz um novo olhar para a rotina dos negócios e das pessoas, que agrega eficiência e amplia possibilidades”, explica o sócio e diretor da FutureBrand São Paulo, Daniel Alencar.

Posicionamento, nome e identidade

Até chegar à conclusão sobre a mudança de marca, foi realizado um trabalho de pesquisa, levantamento de informações e estudos de diferentes cenários. “Todo esse processo foi fundamental para criarmos a Arqia, uma marca capaz de agregar mais valor para o negócio dos nossos clientes. Esse reposicionamento não impactará o nosso serviço. Nossa conexão e nossa equipe não vão mudar, apenas estamos reposicionando a nossa marca”, detalha o gerente de marketing da Arqia, Arthur Ribeiro.



O nome Arqia foi inspirado em Arquitetura da Informação, Inteligência Artificial e conexão. Sua sonoridade também remete à arco, imagem que conecta e cria vínculos. No universo visual, as inúmeras conexões que a marca pode fazer entre seus clientes e o futuro são ilustradas por dois únicos elementos gráficos que também representam simplicidade e fluidez: um traço reto e um semicírculo. A escolha da identidade visual traz um aspecto mais leve e fluido onde promete uma nova proposta para a evolução do modelo de negócio B2B.

Eventos – A recém-criada marca inaugura sua atuação em grandes eventos do setor. Entre 15 e 18 de outubro participa da 20ª edição da Futurecom, com foco em Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs). De 29 a 31 de outubro a marca apoia o WTM18, considerado o maior evento de mobilidade do planeta.