

**Case Google**

No case do Google, vimos como uma empresa pode criar uma experiência nova e de forma divertida com algo que muitas vezes é visto como tabu: a logomarca. Ao analisar esse case, podemos afirmar que:

*Selecione uma alternativa*

- A** O Google só muda o logo constantemente, pois já é uma empresa muito conhecida
- B** Um dos motivos da mudança constante do logo é mostrar para seus consumidores que assim como o seu sistema de busca, a empresa como todo é uma empresa despretenciosa.
- C** Mudança de logo deve ser visto como algo simples e todas as marcas deveriam fazer como o Google
- D** Mesmo que ocorra diversas vezes, percebe-se que as mudanças no logo da Google são muito bem pensadas e executadas fazendo com que isso seja parte da experiência da marca e não uma mudança nas diretrizes do branding.