

IDENTIDADE VISUAL

Isto trás clientes?



Este e-book é dedicado a todos os empreendedores que são incansáveis na melhoria da comunicação.



afinal, O que é **IDENTIDADE VISUAL?**

É o conjunto de símbolos, cores, texturas, formas e outros elementos combinados para satisfazer um propósito de comunicação.

Isso é logo, então?

Não, o logo, ou logotipo, é o elemento visual principal que norteia a identidade.

E o que a IDENTIDADE VISUAL pode fazer pela minha comunicação?

- Trazer credibilidade
- Gerar coerência
- Transmitir valores
- Imprimir sensações
- Construir a marca
- Facilitar sua lembrança

E onde devo utilizá-la?

Em toda a comunicação da empresa, de modo que cada material, local ou ponto de contato entre a empresa o cliente reforce sua conexão com ele.

Exemplo:



Note como o logotipo, cores e formas que indentificam a empresa estão presentes em todo material, mesmo aqueles que são utilizados por um tempo muito curto.

Então Identidade visual é só para empresa grande?

De forma alguma!

Independente do tamanho do seu negócio, se comunicar de forma organizada, coerente e padronizada é importante. Como exercício, repare na comunicação de pequenas empresas. Não é raro ver em um pequeno restaurante, por exemplo, a identidade visual impressa atrás do caixa, na fachada, nos cartões de visita, folders de delivery, cardápios, guardanapos e uniformes, certo?

Tem um jeito certo de fazer uma Identidade Visual?

O “jeito certo” é conseguir transmitir o que você deseja em toda sua comunicação. Para isso, todos os elementos da identidade visual e textos devem estar representando os mesmos conceitos e causando a mesma impressão.

Posso fazer isso sozinho?

Existem sim ferramentas simples, feitas para pessoas que não são da área gráfica para desenvolvimento de artes. Você pode se aventurar sim, mas tome precauções para que sua arte não fale mal de você. Leia sobre design gráfico, uso de fontes e cores, instruções básicas de layout, pergunte a amigos que sensações eles tiram do que você fez. Caso tenha dúvidas, consulte um profissional da área.

Faço uma Identidade Visual e estou com meu Marketing em dia, então?

A visão é apenas um dos sentidos do ser humano. A identidade visual atinge a visão, basicamente, de formas conscientes e subconscientes, mas existem muitas outras formas de construção e fixação de marca, usando os demais sentidos humanos:

Olfato: Fragrâncias personalizadas marcam a experiência do usuário. É uma técnica comum em hotéis, por exemplo.

Audição: Sons personalizados identificam a marca instantaneamente. Quando você liga seu computador, dispositivo móvel ou canal de TV, você pode se deparar com alguns deles. Até as bandas têm sua própria personalidade, já reparou?

Tato: Quando as pessoas tocam os produtos, demonstram seu interesse por eles. Se o toque for memorável, pode se tornar ferramenta de diferenciação.

Paladar: Já pensou que o sabor de uma bala ou chocolate personalizado podem diferenciar sua empresa?

IMPORTANTE: A experiência é o conjunto de tudo.

Todos estes elementos contam pouco se o atendimento e a entrega não atenderem expectativas. O atendimento pode atrair ou repelir rapidamente um cliente pelo tom de voz, presença, vocabulário, expressões corporal e facial, vestuário ou aparência do atendente. Da mesma forma, se a entrega não corresponde ao que foi proposto.

E se eu quiser começar um negócio?

Neste caso, deixamos aqui
alguns pontos para você refletir:

- Valores (diretrizes morais) do dono e empresa;
- Desenvolvimento da mente de empreendedor;
- Validação do negócio utilizando ferramentas como a análise SWOT;
- Definição de público-alvo (Target);
- Elaboração de plano de negócios e marketing,
- Nome da empresa.

Exemplos práticos:

Bons e ruins.

- O fabricante de produtos eletrônicos com suporte impecável;
- O delivery que mandou sobremesa como mimo;
- O parque de diversões cujo objetivo é a excelência;
- A loja que mandou sua compra em embalagem especial porque é seu aniversário;
- O restaurante bacana onde a refeição veio de qualquer jeito ou muito salgada;
- O fornecedor que não retorna seu contato ou é insistente demais;
- O restaurante japonês que tem forte cheiro de peixe;
- O vocabulário particular dos operadores de telemarketing;

Se precisar,
conte com
nossa
consultoria!



Sou a Elisa Cielu: Publicitária por formação e designer por paixão. Sou da Cielu Design e a intenção deste e-book é trazer um pouco de luz ao Design e Marketing, mostrando que uma comunicação bacana não é um bicho de sete cabeças.

Espero que você tenha gostado das dicas que apresentei aqui e caso precise de ajuda, vamos conversar!



Consultoria
para abertura
de empresas



Identidade
Visual



Material
Impresso



Material
Digital



Tradução



Tratamento
de imagens

(11) 98959-8972 

elisa@cieludesign.com.br

www.cieludesign.com.br

  /cieludesign