

5 DICAS PARA CRIAR UMA IDENTIDADE VISUAL FORTE

- **Uma das ferramentas mais eficientes no marketing é a identidade visual.** Esse recurso é essencial para a formação da marca, de forma que o consumidor possa relacionar seus elementos aos valores, produtos e benefícios que uma empresa vende.
- **A identidade visual precisa chamar a atenção e ser uma síntese de tudo o que a marca, de fato, é.** Por isso, é importante que ela seja bem construída e abrace os conceitos que a empresa quer passar a seu cliente.
- **ANOTE ESSAS DICAS E CRIE UMA IDENTIDADE CAPAZ DE FICAR GRAVADA NA MEMÓRIA DO SEU CLIENTE!**

CRIE UM NOME INCONFUNDÍVEL

1

Quanto mais memorável o nome for, melhor para o empresário. Nomes difíceis de falar ou lembrar tendem a não chamar muita atenção. Observe no shopping: a maior parte das marcas tem nomes fáceis de serem lembrados: Vivara, Ricardo Eletro, C&A.

Ao ler esses nomes, você não só entendeu a comparação como, também, se lembrou dos produtos. **É esse efeito que sua identidade deve causar nos clientes.**

O nome é um indicador essencial da marca e deve ser marcante, inconfundível e não possuir más associações com coisas que, socialmente, não são bem vistas.

USE ELEMENTOS GRÁFICOS

Além do nome, existem elementos gráficos mais técnicos que não podem ser esquecidos na hora de fazer uma identidade visual:

- A **tipografia**, que diz respeito às fontes. Cada marca deve escolher uma que fuja do convencional e, ao mesmo tempo, traduza sua personalidade;
- O **logotipo**, formado por letras que compunham uma sigla única ou um nome;
- O **símbolo**, que é o sinal que representam a empresa;
- A **marca**, a união do logotipo com o símbolo. Juntos, eles compõem a identidade visual da organização.

2

É importante que o desenvolvimento da identidade visual conte com originalidade, legibilidade e seja contemporâneo. Também é essencial que a cor ou as cores escolhidas pela empresa sejam capazes de transmitir as mensagens que a marca quer passar, dentro de seus valores e da sua atuação.

Além da marca, propriamente dita, a empresa também pode ter um garoto ou garota propaganda ou uma mascote, ou seja, uma personificação de sua marca para representar o elo de diálogo entre o público e a organização, e desenvolver um slogan, ou frase de efeito, que possa dar mais gás ao poder de venda da identidade visual.



INVISTA EM UM PROFISSIONAL DE DESIGN

3

Aposte no trabalho especializado de quem se dedica a fazer justamente isso. Como a criação da marca tem por objetivo causar impacto no público, de forma a manter o reconhecimento imediato, é importante investir nesta empreitada.

É preciso saber colocar a essência da marca no design, para que o público entenda, olhando para a identidade visual, qual é o peso da empresa, a qualidade que ela vende de que forma é feito seu atendimento. **A identidade visual carrega, por esses motivos, uma relação emocional muito forte**, e esse selo de confiança começa na identidade visual, no nome, no logotipo, no slogan.



APRIMORE SUA MARCA

A marca não é algo engessado. A identidade visual das empresas pode se aprimorar e ir se adequando ao seu mercado ao longo do tempo.

A Coca-Cola é um bom exemplo disso: fundada em 1882, a empresa passou por diversas adaptações na grafia de seu nome e até na tonalidade do vermelho que estampa seus rótulos, tudo para acompanhar os novos públicos e se manter líder de mercado.

Essa é uma prática comum e pode ser aplicada, desde que as mudanças sejam planejadas e envolvam o consumidor na nova identidade. Além disso, é preciso não mudar sempre, para não confundir ou perder mercado. Em datas comemorativas, um selo novo pode ser inserido e retirado da identidade visual dentro de um período de tempo. Mas, se a marca estiver consolidada e atraindo público, tente mantê-la intacta o máximo possível.

APOSTE NO BRANDING

Branding é o estudo do comportamento da marca na mente e nas especificidades do comportamento de consumo dos clientes.

Na identidade visual, a marca pode ser fortalecida com o branding a partir da elucidação dos principais diferenciais da empresa, já que eles servirão como argumento de venda e, quando a marca é desenvolvida corretamente, podem estar inseridos no logotipo ou símbolo da organização.

Outro fator importante do branding é definir as principais personas da empresa, através de um estudo detalhado do público, seus anseios e suas necessidades. O branding também fortalece a identidade visual da organização ao construir:

- Um **tom de voz** para a comunicação da marca;
- A **personalidade** da organização;
- O **marketing de relacionamento** com o público;
- O **desenho inicial** de desenvolvimento da identidade visual.

A identidade visual precisa criar uma conexão com seu público, de forma que ele enxergue sua marca e perceba, instintivamente, que você é a melhor opção que ele tem nesse momento e, provavelmente, terá pela vida toda.

Ela pode ser um diferencial competitivo para sua empresa, afinal, **design tem valor para o cliente.** Invista na marca, papelaria e apresentação do seu produto ou serviço.

CONTE COM AS NOSSAS SOLUÇÕES PARA INOVAR EM SEU NEGÓCIO!

Através do Sebraetec, o Sebrae subsidia 70% do valor da consultoria em design.