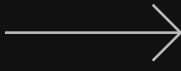


Projeto de Identidade Visual

Empresa: Pingo Imóveis

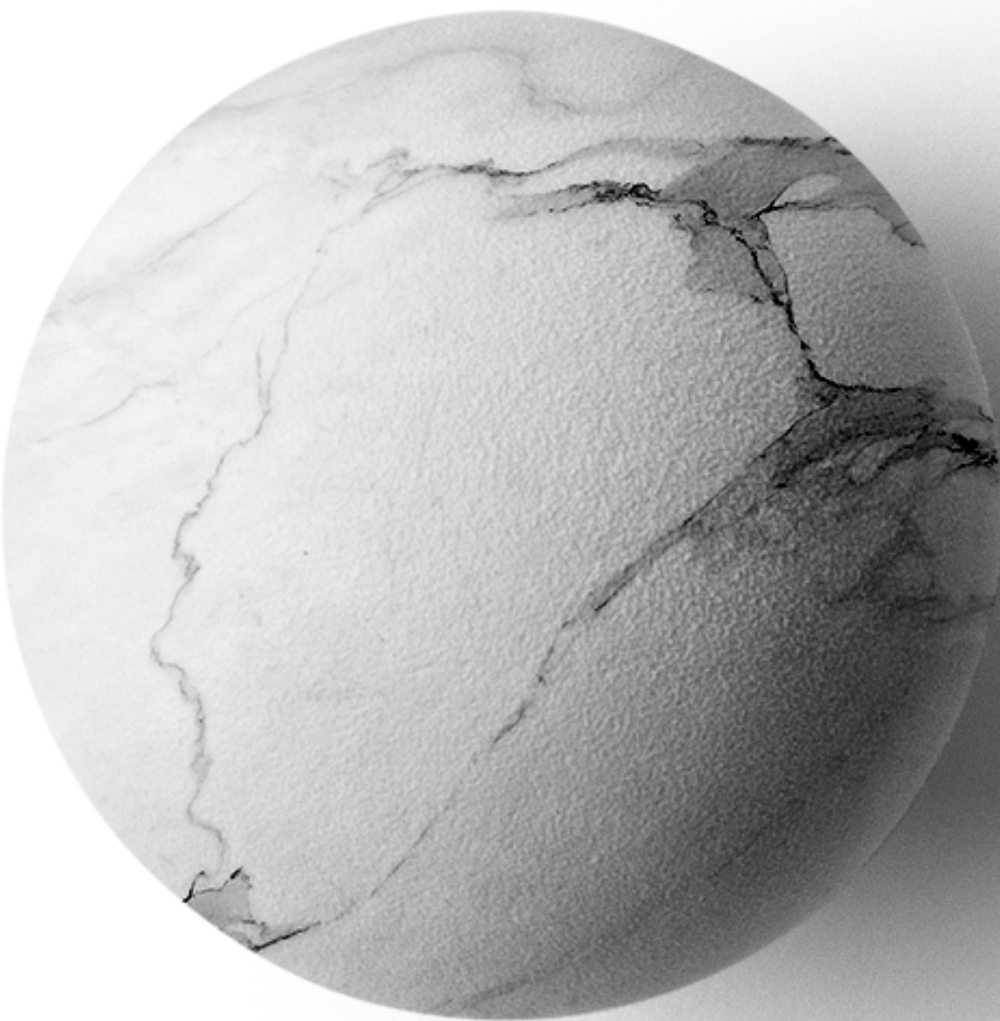
Gabriel Eich • Brand Designer



Introdução

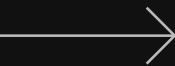
O objetivo deste projeto é criar uma identidade visual para a Pingo Imóveis, empresa que atua no mercado imobiliário local com a compra e venda de imóveis, além de locação e construção sob medida de imóveis comerciais, juntamente com a construção de residências para revenda.

Com isso, a marca busca um melhor posicionamento no digital, trazendo maior visibilidade em Betim e região com foco em grandes investimentos. Para alcançar estes objetivos, uma mudança na identidade visual da Pingo Imóveis se mostrou necessária. Através do novo logotipo, símbolo, cores, tipografias, elementos visuais e toda papelaria institucional da marca, além de peças publicitárias para fortificar a comunicação do novo posicionamento da empresa.



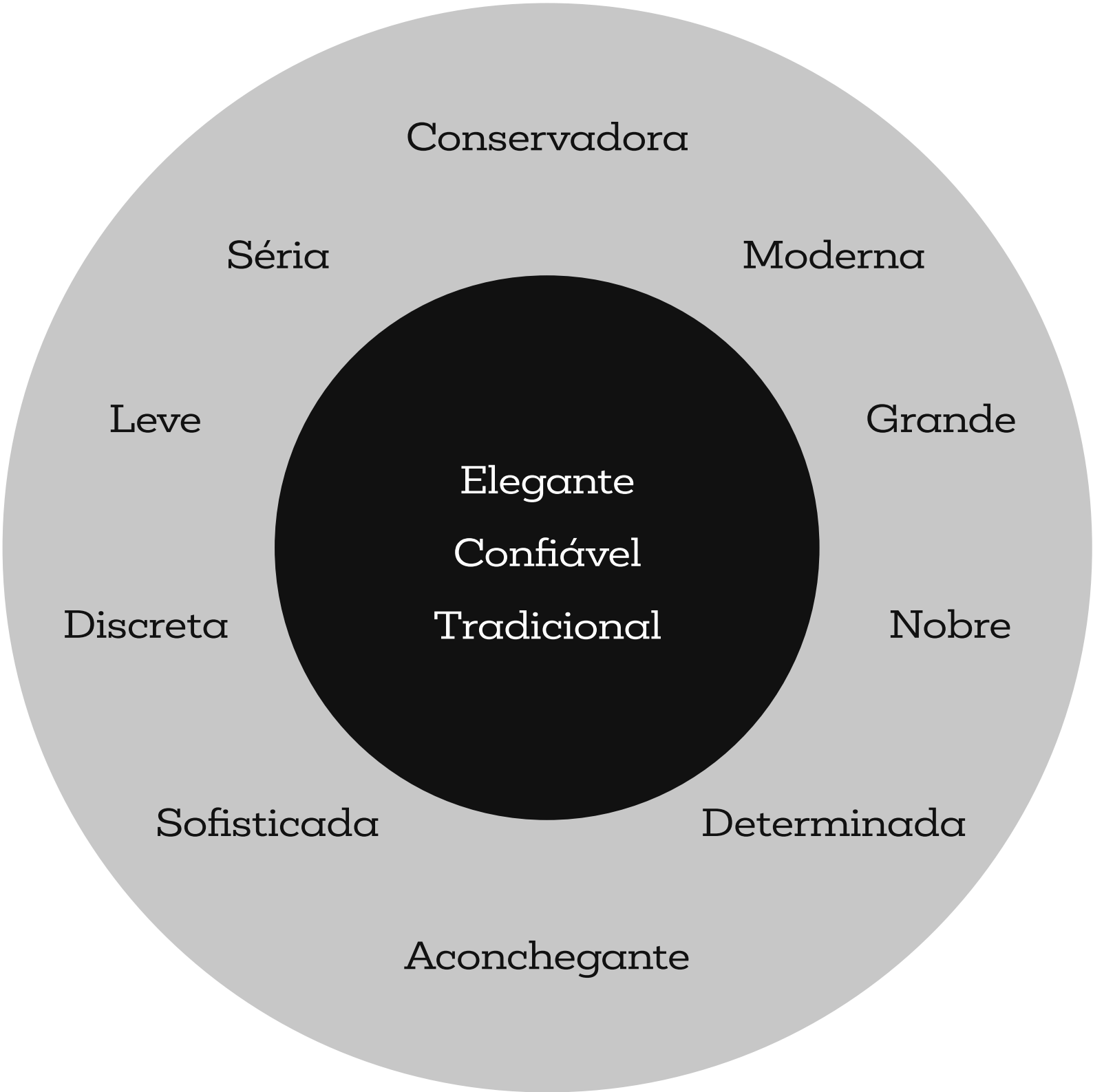
Gabriel Eich • Brand Designer

Personalidade

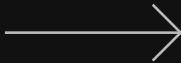


DNA da Marca

Através do briefing, foi feito uma síntese e assim, selecionado as melhores palavras para compor a personalidade da marca. No círculo menor, contém as três principais personalidades que a marca quer transmitir, e no círculo maior, as personalidades secundárias que estarão presentes em toda identidade visual.

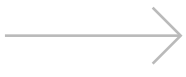


Pesquisa de Mercado



Análise de Concorrentes

Foi feito uma análise dos concorrentes informados no briefing e assim realizado um breve resumo com as características de cada um. O objetivo dessa análise foi entender como funciona o segmento imobiliário e como cada concorrente atua neste mercado, e com isso buscar um conceito, identidade e posicionamento único para o projeto.

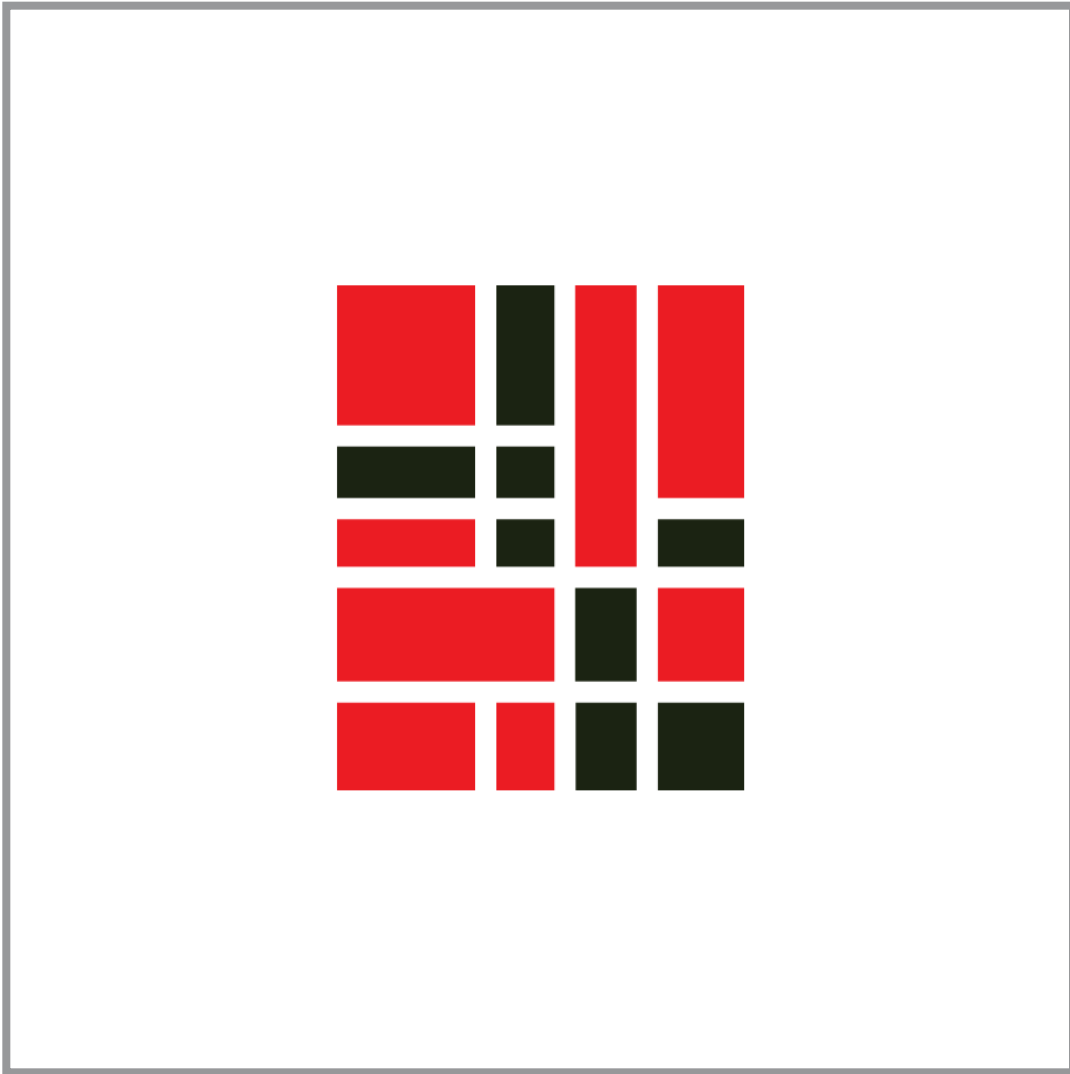




1. Negociar Imóveis

Foram escolhidos três concorrentes para uma análise mais profunda, buscando analisar e recolher informações importantes do mercado. A Negociar Imóveis trabalha com dois tons de verde, juntamente com o cinza, os dois tons de verde transmitem algo ligo a vitalidade, liberdade, dinheiro e também a natureza, já o cinza transmite um serviço mais profissional e passa uma certa seriedade pra marca. O seu conteúdo no Instagram é bem interessante, eles mostram imóveis para venda e aluguel, além de conteúdo sobre o segmento e até mesmo alguns memes para descontrair. O visual do site deste concorrente não é muito atrativo, porém bastante funcional, a navegação é bem fluida e rápida. Seu logotipo tem alguns problemas, como por exemplo o tamanho do símbolo comparado a tipografia, além do estilo tipográfico da fonte “negociar” e “imóveis” não harmonizarem entre si. No geral, é um concorrente com erros e acertos que vale a pena ficar de olho.





2. Célio Nogueira

O segundo concorrente é o Célio Nogueira, as cores da sua identidade são vermelho e preto, bem diferente do concorrente anterior. Essa combinação de cores é bem prenante e forte, chama bastante atenção, porém pode ser um pouco agressiva em alguns casos, e como o tom de vermelho é muito forte, contribuiu ainda mais pra isso. A tipografia do logotipo é simples, e o símbolo é composto de diversos quadrados e retângulos, provavelmente remetendo a prédios e construção.

O feed do Instagram deste concorrente é comum, com foco em fotografis dos imóveis que estão disponíveis par aluguel ou venda. O site deste concorrente é bastante fraco, tanto em termos de design quanto na funcionalidade, não prende a atenção do usuário e é ate mesmo um pouco confuso.





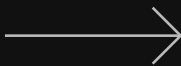
3. Vicente Araújo

E por último, temos o concorrente Vicente Araújo. Sua identidade visual é composta pelo azul, marrom e branco. O seu logotipo é minimalista, no símbolo temos duas barras na diagonal juntamente com um triângulo. Se você olhar bem, forma as iniciais V (no espaço branco) e A (no espaço marrom) que são as iniciais do seu nome.

Na questão visual o feed do Instagram deste concorrente é bem simples, porem o conteúdo é interessante, mesclando entre fotos de imóveis, vídeos educativos e fotos dos funcionários. O site deles é muito bom, ótima funcionalidade e hierarquia visual, muito fácil de encontrar as informações, além de ter um visual clean e agradável, o que faz o usuário ficar mais tempo navegando.

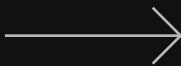


Mapa Mental





Identidade Visual

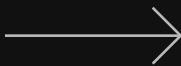


Processo de Construção

Confira nas próximas lâminas, cada etapa da construção da identidade visual da Pingo Imóveis. A base da construção da marca foi o briefing e toda pesquisa envolvida até aqui. Símbolo, tipografia, logotipo, grafismos de apoio, aplicações da marca e muito mais!



Conceito



Conceito da Marca

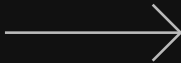
Na construção do conceito da marca, foi definido uma personalidade tradicional, confiável e elegante através de toda identidade visual. As cores, símbolo, tipografia, elementos e grafismos de apoio tiveram papel fundamental para transmitir todas essas sensações e definir o posicionamento da empresa.



Gabriel Eich • Brand Designer



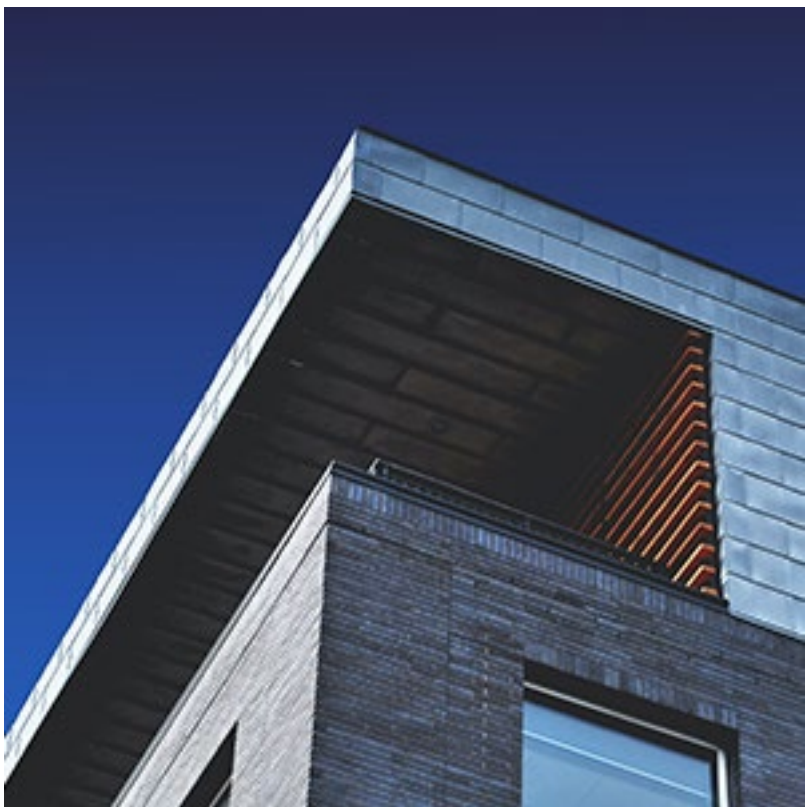
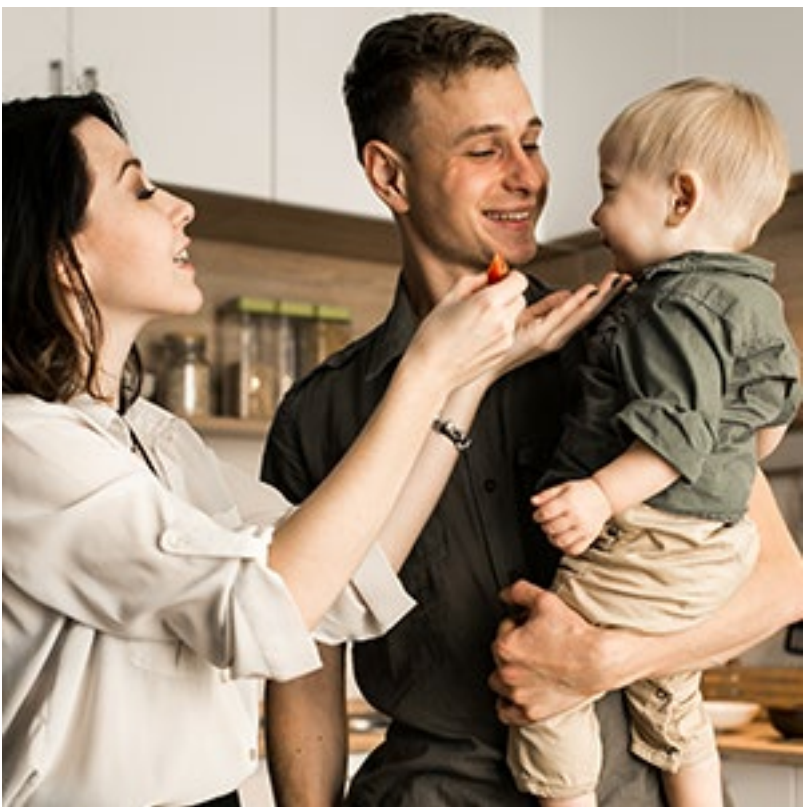
Moodboard



Moodboard

Foi montado um painel semântico com as características visuais que podem estar presentes na identidade da empresa. Assim ficou muito mais fácil de se inteirar nesse universo e já ter em mente uma linha visual muito mais sólida.

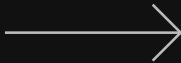
A pesquisa foi feita buscando algumas fotografias de prédios e casas, observando seus formatos e padrões. Também foi buscado fotos de famílias que buscam um novo lar e sua realização em conquistar o sonhado imóvel.



Gabriel Eich • Brand Designer



Cores



Psicologia das Cores

A Psicologia das Cores é um estudo que revela como o cérebro humano identifica e entende as cores de diferentes formas, influenciando em suas emoções, sentimentos e desejos. Por esse motivo, é preciso que as marcas tenham total consciência desses fatores para que a marca conquiste seus objetivos no mercado.

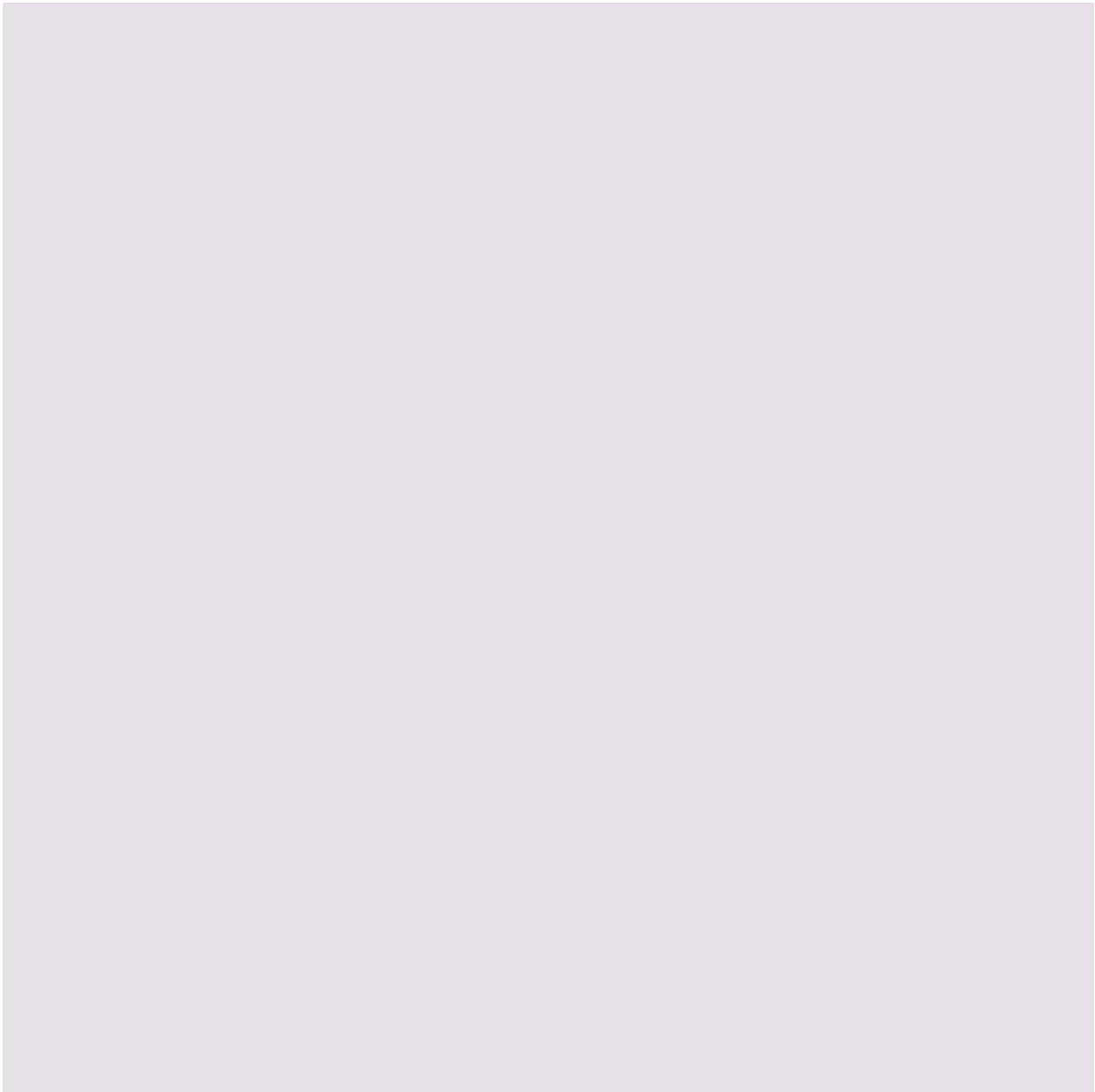


Gabriel Eich • Brand Designer



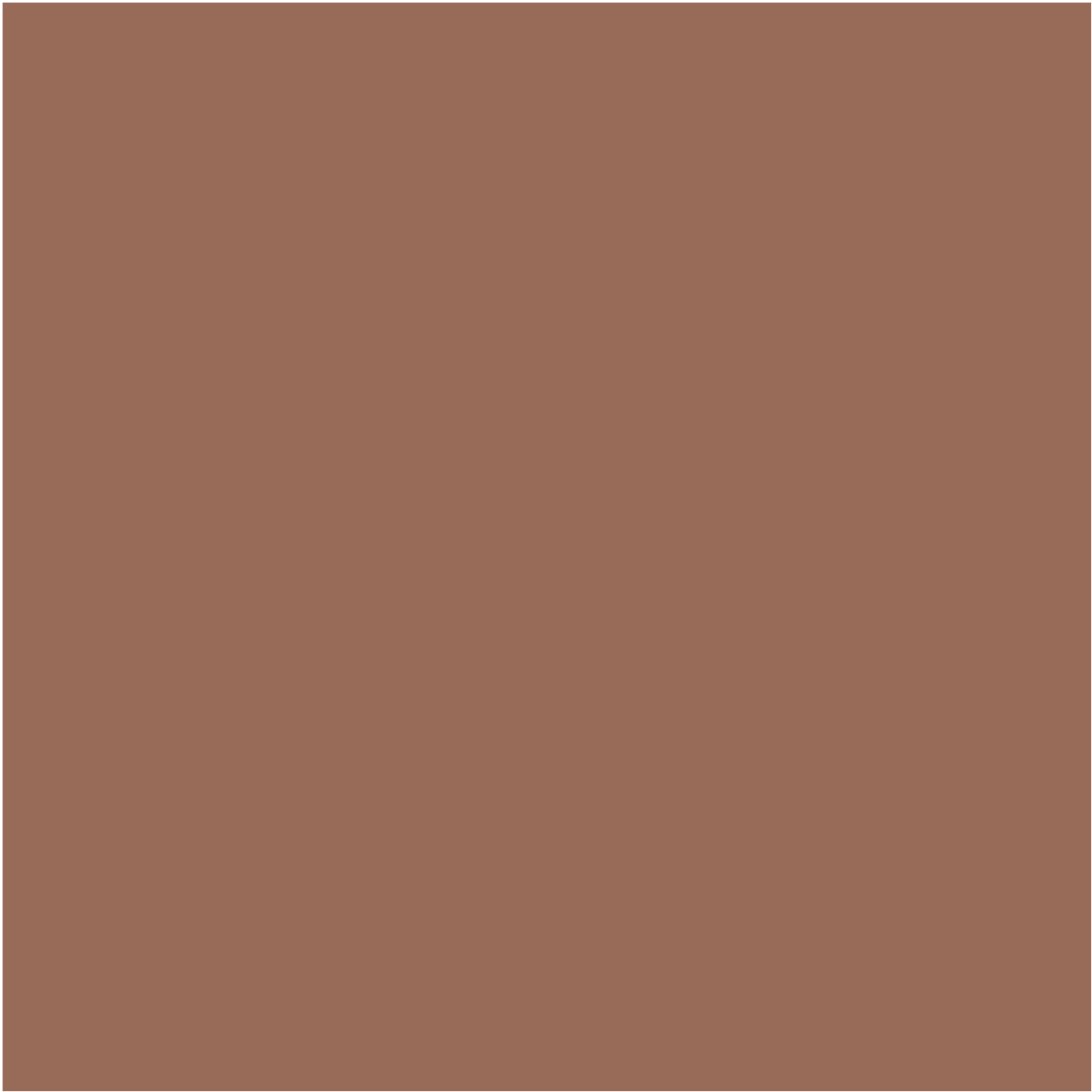
Cinza Claro

O cinza claro é uma cor leve, sofisticada e moderna, combinando bem com a personalidade da Pingo. seu tom suave deu um ótimo contraste com as outras cores da paleta, auxiliando assim todas as suas aplicações.



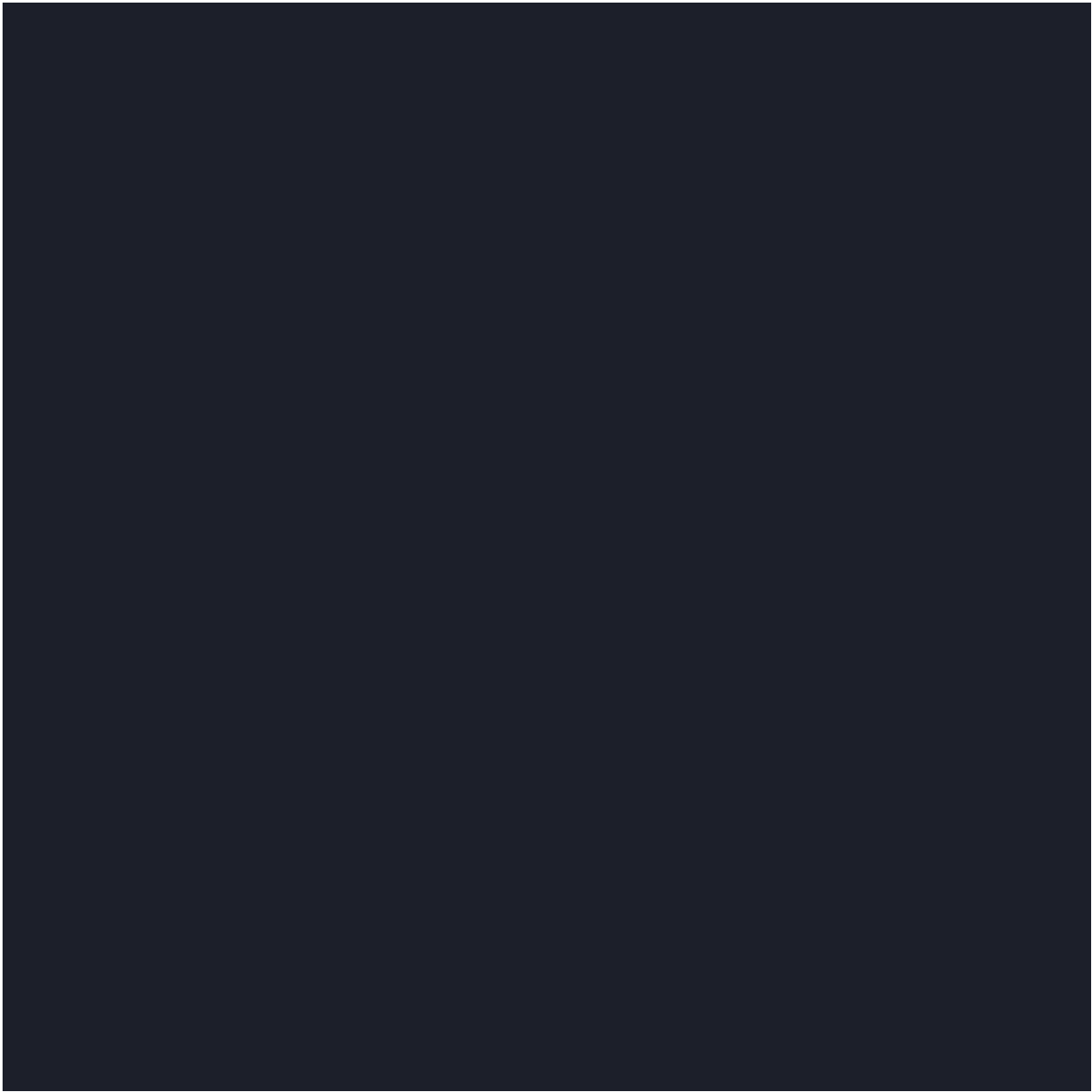
Marrom Cobre

Para acompanhar o novo posicionamento da Pingo Imóveis, foi necessário adicionar um tom marcante que transmita elegância e tradicionalismo. Com isso a marca irá retratar algo moderno, mas sem perder a sua essência e tradição de mais de 45 anos no mercado imobiliário.



Azul Marinho

E para finalizar a paleta, temos o azul marinho. Essa cor escura irá harmonizar muito bem com as cores um pouco mais claras, além de transmitir elegância, confiança e seriedade.



Paleta de Cores

A paleta de cores foi feita com base na tabela Pantone. A Pantone Matching System ou PMS (Escala de Cores Pantone) é referência mundial em controle e especificação de cores, influenciando na identificação visual de marcas, na impressão de peças, em bandeiras, no mundo da moda e da arquitetura e de muitas outras áreas.

Falando de uma forma mais fácil, a Pantone é um sistema de cores pré-definidos que irão nos auxiliar no processo para assim escolher as melhores tonalidades possíveis. Além disso, será muito melhor para fazer a impressão em uniformes, documentos, papelaria e toda utilização no digital. Basta mandar o código da cor Pantone, que a utilização do tom será a mais assertiva possível.



Pantone 663 C

Pantone 4715 C

Pantone 532 C



Atualização das Cores

A paleta de cores sofreu uma alteração bastante significativa, porém muito importante. O azul e o verde atuais não transmitiam as características de um serviço sério, moderno, nobre e confiável, muito pelo contrário, passavam a sensação de algo mais popular. Além disso, as cores verde e azul remetem ao tropical, o que não faz sentido devido a localização de seus serviços e o público que quer atingir.

Já a nova paleta é muito mais asseriva, transmitindo todas sensações citadas anteriormente e indo de encontro ao novo posicionamento da Pingo Imóveis. Será uma grande mudança, mas uma mudança necessária e que vai dar ótimos resultados para a empresa a médio e longo prazo.

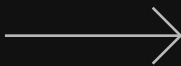
Paleta de Cores Atual



Nova Paleta de Cores



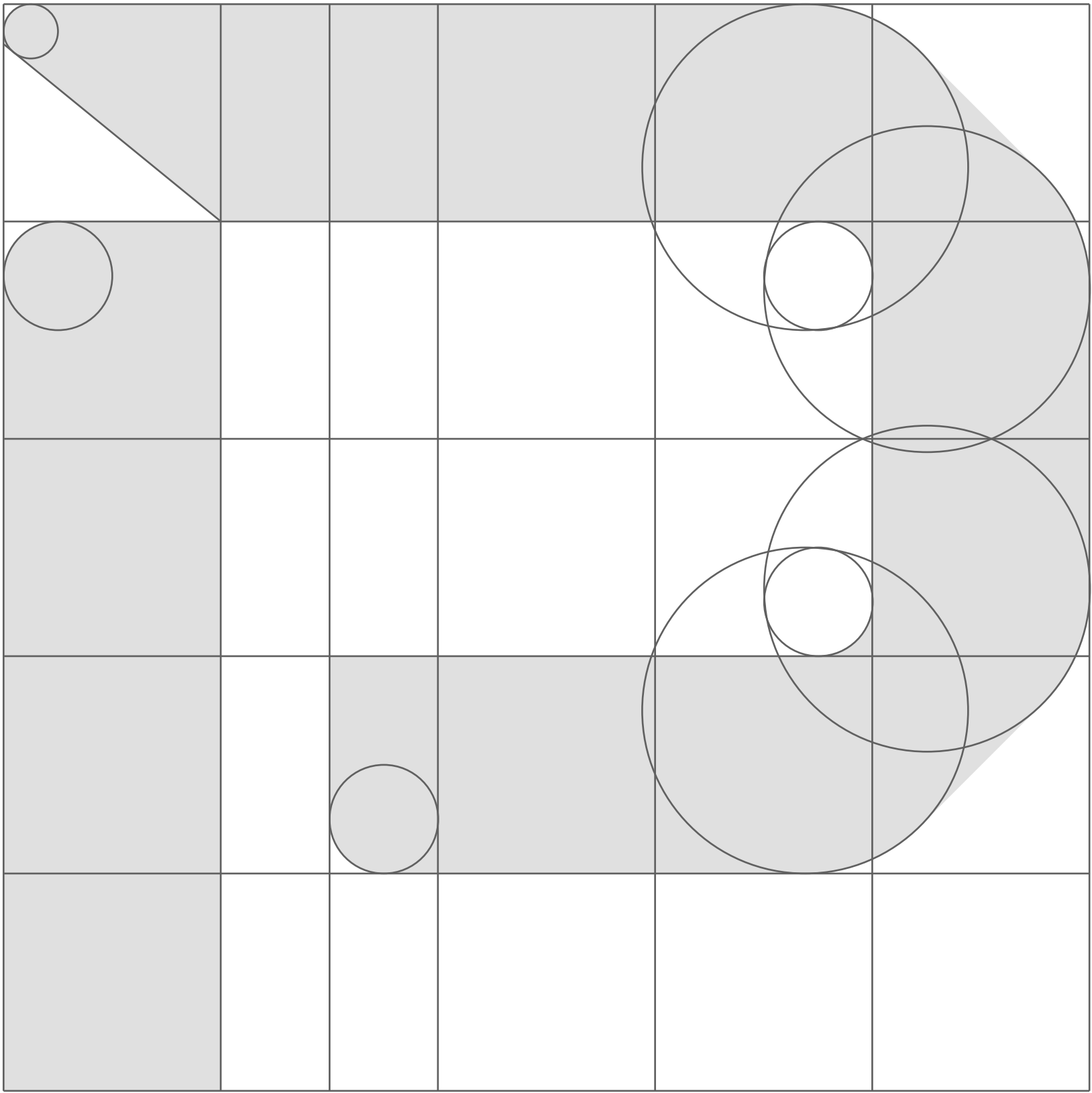
Tipografia



Tipografia Principal

A tipografia do logotipo foi construída do absoluto zero, oferecendo total exclusividade para a marca. Perceba no grid ao lado que base de construção foi com pontas retas e quadradas, mas também com cantos arredondados, assim a empresa transmite confiança e modernidade através das pontas retas e sólidas, mas também retrata algo mais amigável e acolhedor, com suas terminações arredondadas.

Também foram feitos cortes em algumas terminações, oferecendo mais personalidade para o logotipo. Esse tipo de corte na letra é um estilo tipográfico que oferece mais dinamismo para a marca e a deixa esteticamente mais interessante.



Tipografia Complementar

A tipografia complementar escolhida para compor a identidade visual se chama Lexend. Ela é uma tipografia sem serifa e neutra, facilitando as aplicações em todos tipos de formato. Essa tipografia possui diversos tamanhos e espessuras, se encaixando perfeitamente em qualquer material gráfico e impresso.

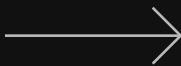
Lexend

- Lexend Light
- Lexend Regular
- Lexend SemiBold**
- Lexend Bold**
- Lexend ExtraBold**

0123456789
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ



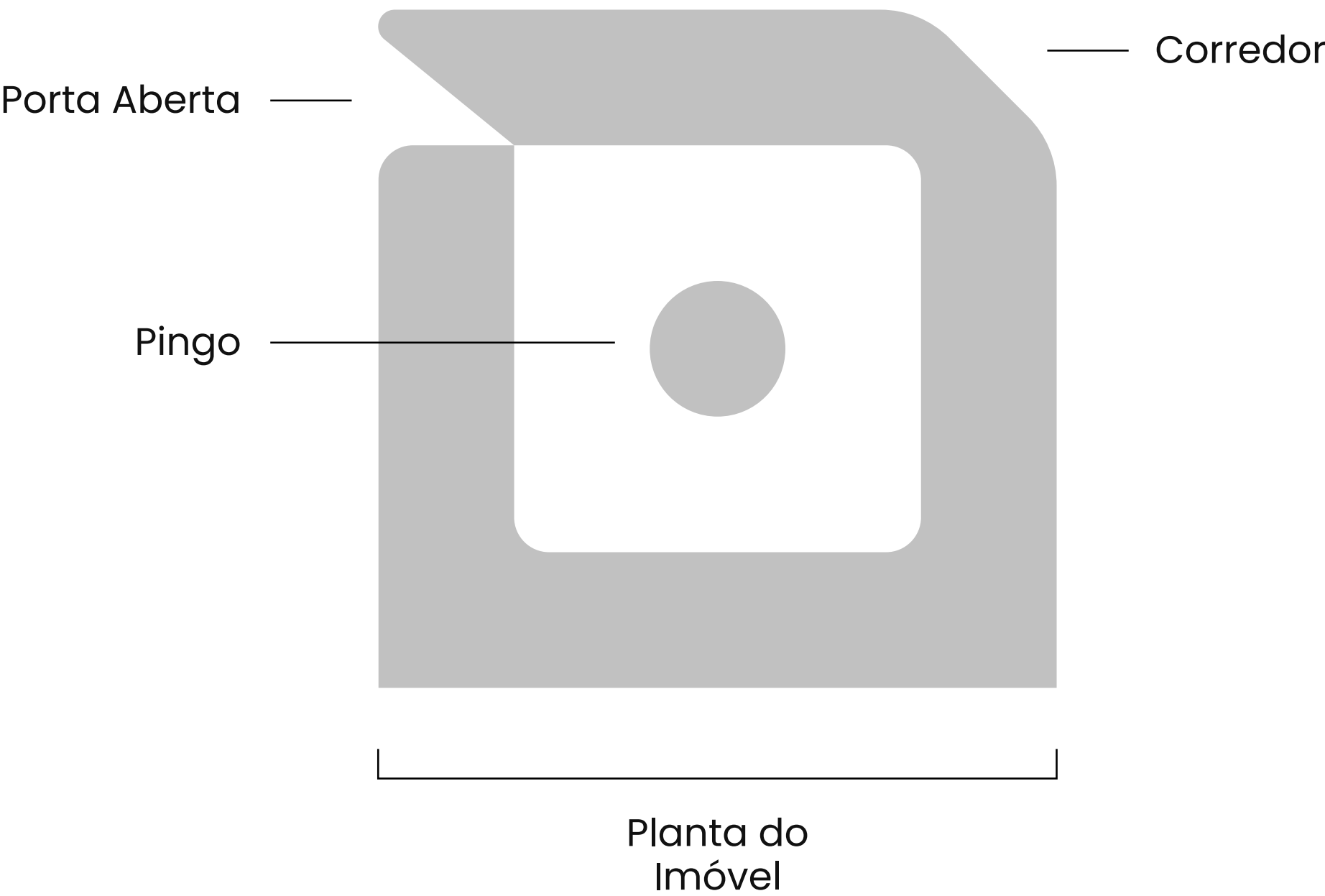
Símbolo



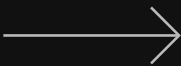
Conceito do Símbolo

A partir da tipografia, foi criado um símbolo para auxiliar suas aplicações. O logotipo em si não vai possuir símbolo, porém a partir da letra “O” do nome Pingo, foi criado um elemento visual que vai dar mais versatilidade para a marca.

No logotipo antigo, havia a presença de uma gota logo acima da letra “l”, fazendo referência ao nome da empresa, mas isso pode ser um problema. A gota pode fazer referência a algum serviço sustentável ou até mesmo de combustível, mas não remete de forma alguma aos negócios imobiliários. Portanto, a solução encontrada foi manter a característica do pingo, mas de maneira mais discreta, minimalista e sofisticada, então foi inserido um círculo dentro da letra “O”, fazendo referência ao nome da empresa. O símbolo é a representação da planta de um móvel, seu corte no canto superior esquerdo remete a abertura da porta e o e sua curva no canto superior direito aos corredores que os imóveis possuem.



Resultado Final





Logotipo com Tagline



Logotipo com Tagline



Logotipo com Tagline

PiNGO

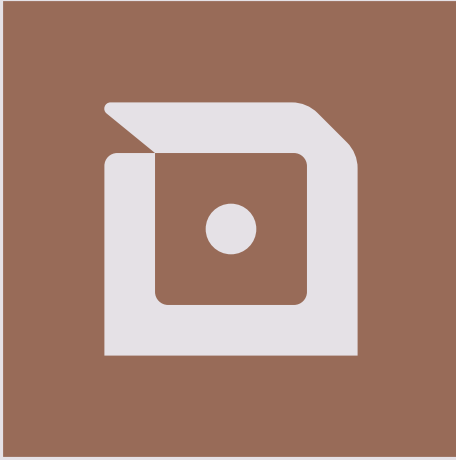
Logotipo

PINGO

Logotipo

PINGO

Logotipo



Símbolo



Símbolo

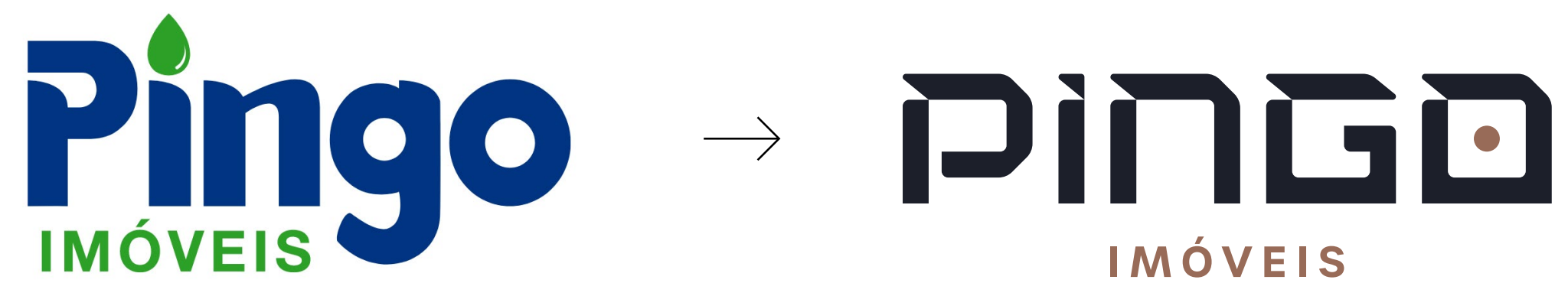


Símbolo

Redesign

Olhando para os dois logotipos, qual deles remete a um serviço imobiliário? Qual deles transmite a sensação de um serviço mais sério, nobre, tradicional e moderno? O novo visual passou por uma grande mudança, porém foi mantido alguns detalhes significativos, como o pingo e o azul.

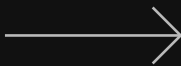
Agora a nova identidade visual da Pingo Imóveis vai mais de encontro com seu posicionamento, facilitando a comunicação e atingindo os clientes certos.



Gabriel Eich • Brand Designer



Aplicações



Cartão de Visitas

Começamos pelo cartão de visitas, na parte frontal foi utilizado o logotipo principal. A versão sem a tagline é mais clean e moderna, se encaixando melhor na maioria das aplicações. No verso, temos todas informações de contato, QR Code e o símbolo, dando um toque de elegância para a peça.

Gabriel Eich • Brand Designer



Cartão de Visitas Digital

No cartão de visitas digital foram inseridos o telefone, Instagram, Facebook e site. Logo abaixo também temos o endereço completo.

Um design clean, com o logotipo com destaque, acompanhado das cores da identidade visual.

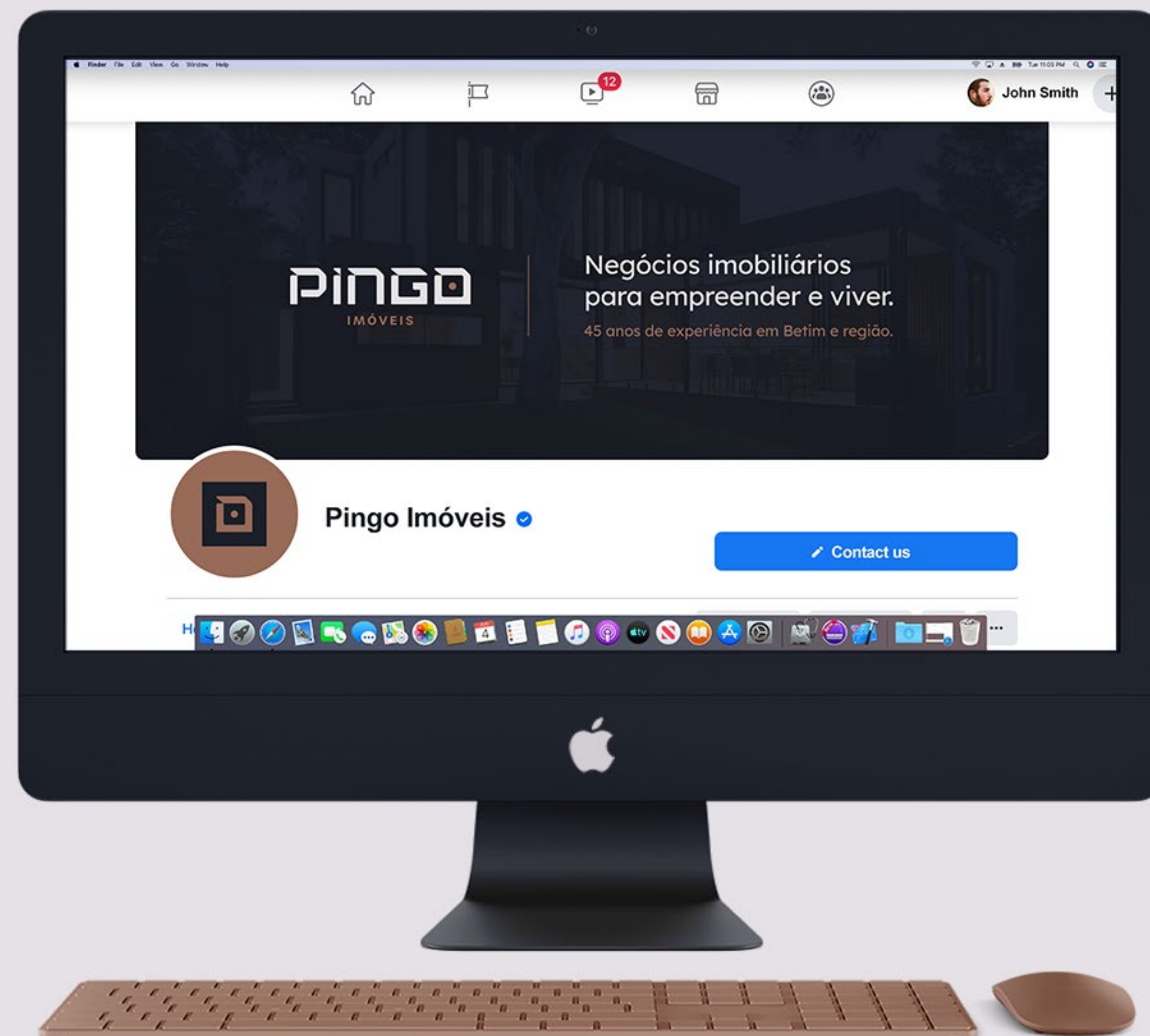
Gabriel Eich • Brand Designer



Capa para Facebook

Na capa do Facebook foi utilizado a mesma frase já existente, que por sinal é bem marcante. Porém agora, com a nova identidade visual, sempre transmitindo modernidade e elegância.

Gabriel Eich • Brand Designer



Assinatura de E-Mail

Aqui temos a assinatura de e-mail com o logotipo, símbolo, juntamente com o nome e informações de contato, sempre acompanhado de um design leve para identificar bem cada funcionário.

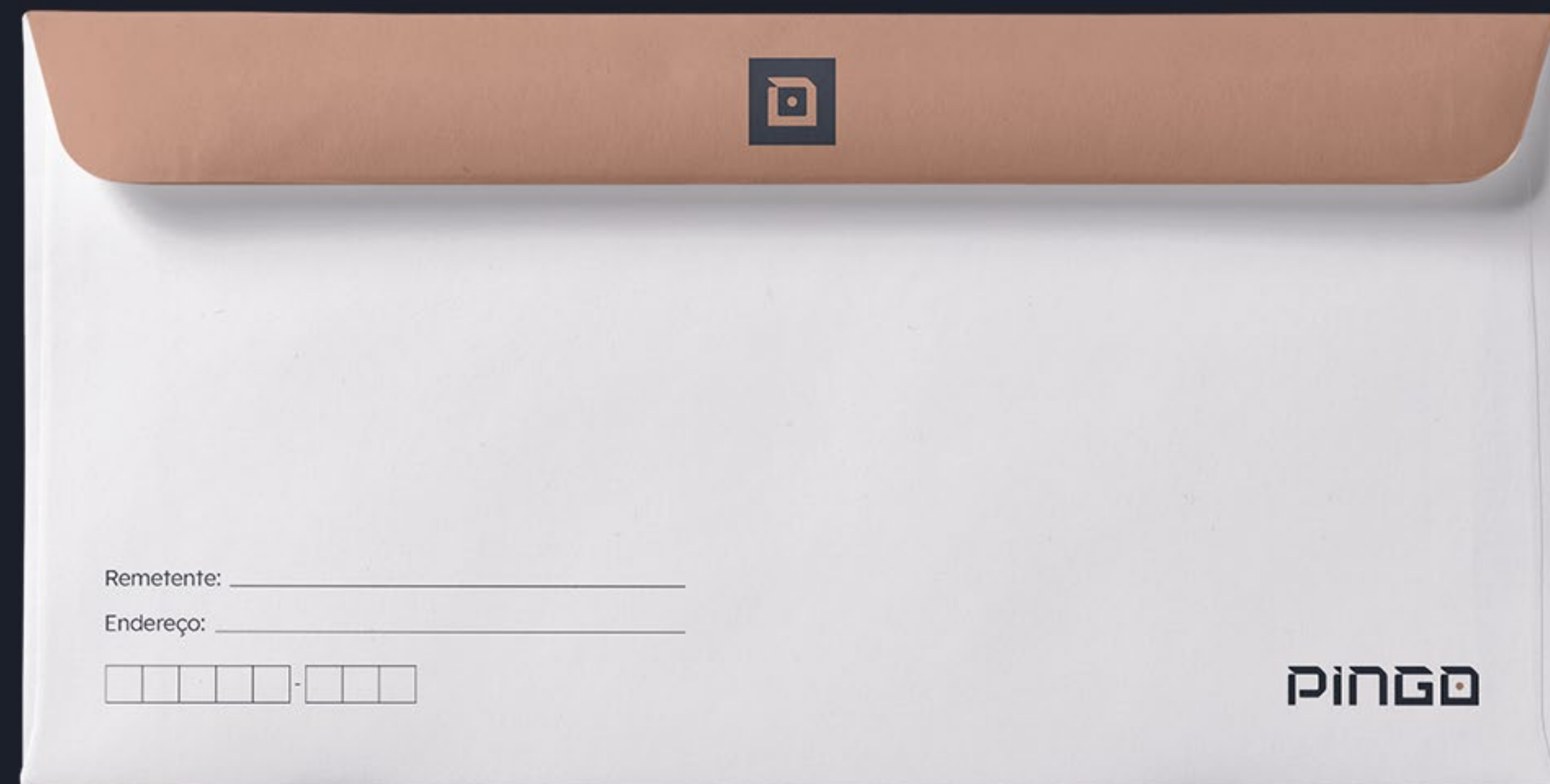


Envelope Carta

Perceba como a identidade visual traz muita força para qualquer aplicação, mesmo o envelope sendo simples e com fundo branco, as cores, logotipo, símbolo e tipografia agregam muito valor para a peça.

No envelope temos a opção de preenchimento do remetente, o endereço e a caixa de seleção do CEP.

Gabriel Eich • Brand Designer



Placa de Venda

Aqui temos a aplicação da identidade visual na placa de venda, o principal objetivo desse tipo de peça é informar, com um visual limpo e direto. Essa placa pode ser utilizada nos tamanhos 40x50; 50x60; 80x100 cm, conforme solicitado.

Temos a chamada de “VENDE” com destaque principal, juntamente com o logotipo com tagline. Abaixo consta os telefones e o site (no site foi retirado o www pois ele não tem utilidade, já que digitando desta forma o site é encontrado da mesma maneira.

Gabriel Eich • Brand Designer



Placa de Aluga

Na placa de alugar foram invertidas as cores, utilizando o azul marinho como cor principal. Vocês podem utilizar as placas de aluga e venda com cores diferentes ou usar a mesma para as duas, fica a critério de vocês.

Gabriel Eich • Brand Designer



Aplicação da Placa

Mesmo sendo uma peça simples, a identidade visual agregou muito mais valor para a placa, isso afeta inconscientemente no valor do imóvel para o cliente, além de transmitir confiança e profissionalismo.

Gabriel Eich • Brand Designer



Envelope Saco - Frente

Na frente do envelope saco temos o logotipo com tagline e na dobra temos o símbolo, seguindo o mesmo modelo do envelope carta.

Gabriel Eich • Brand Designer



Envelope Saco - Verso

Já no verso constam as informações de contato no canto inferior esquerdo e o símbolo no canto superior direito, sempre mantendo um visual clean e leve.

Gabriel Eich • Brand Designer

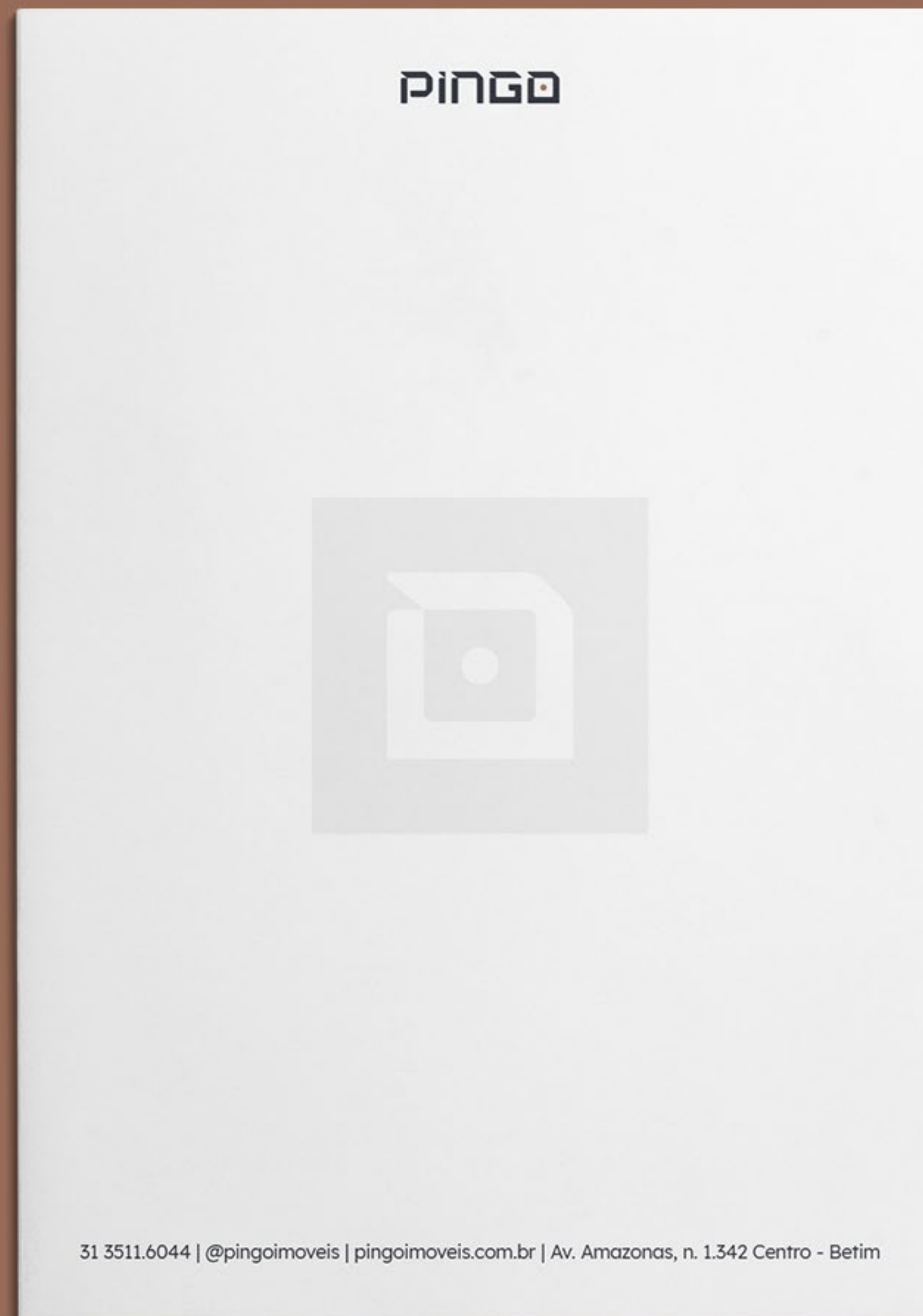


Papel Timbrado

O papel timbrado deve ter um layout bem simples, já que sua principal função é escrever anotações, orçamentos e etc. Na parte superior temos o logotipo e no rodapé as informações de contato.

Também foi colocado o símbolo como marca d'água no centro do papel, dando mais personalidade para a peça.

Gabriel Eich • Brand Designer



Pasta A4

Na Pasta a4 temos o logotipo na parte superior, e na parte interna o símbolo em destaque, logotipo sem tagline e informações de contato.

No verso da pasta seguiremos o mesmo estilo do verso do envelope saco. As “orelhas” também já foram aplicadas na peça ao lado para visualização.

Gabriel Eich • Brand Designer



Por fim...

E agora, confira o restante das peças criadas para a Pingo Imóveis!

Gabriel Eich • Brand Designer







/pingoimoveis
pingoimoveis.com

PINGO



Realizamos negócios
imobiliários de sucesso.







Conforto, bem-estar
e segurança para
você e sua família.

Av. Amazonas
1342 - Betim, MG.




PINGOBAN



O seu lar
é onde você
se sente bem.

PINGO

@pingoimoveis



PINGO



Trabalhamos com
compra, venda e
locação de imóveis.

@pingoimoveis

PINGO



סגחוק

Obrigado!

Fico muito feliz por ter me escolhido para a construção da sua marca, garanto que me empenhei para entregar o melhor resultado possível. Espero que tenham gostado do resultado o tanto quanto eu.

Fique a vontade caso queira dar qualquer feedback, isso contribui bastante para o meu trabalho :D

