

IDENTIDADE VISUAL

9

O QUE É ISSO?

Identidade visual é uma mistura de conceito e design. É necessário mesclar esses dois pontos: de passar o conceito da sua marca, quais são seus propósitos, características e também ter um design diferente, despojado e autêntico, que irá despertar a atenção dos seus clientes e a identificação da empresa só de verem a foto ou a logomarca.

I.

O QUE É NECESSÁRIO?

Sua identidade visual tem que estar correlacionada com:

- Seu público-alvo e sua persona;
- O conceito - o que você quer transmitir;
- Tipografia - fontes legíveis, evitando letras finas e cursivas.

Quem vai saber te orientar melhor é o designer que você irá contratar para realizar esse trabalho, mas é bom que você tenha noção dessas questões para discutirem sobre e chegarem no melhor resultado.

II.

PSICOLOGIA DAS CORES

Cada cor desperta uma sensação diferente no ser humano. Por exemplo, a cor azul passa uma sensação de sabedoria, por isso várias empresas do ramo de tecnologia usam essa cor (Facebook, Samsung, HP, Ford, Skype). Já o rosa é associado a romance, feminilidade, delicadeza (Victoria's Secret, Barbie, Mary Kay).

IDENTIDADE VISUAL

Quando for contratar um designer, fale exatamente o que você quer transmitir, quais são os valores, diferencial e propósito da sua marca. Explique onde você vai aplicar a logo, mostre fotos de inspirações.

III. LOGOMARCA

Ela precisa ser simples e pode ser acompanhada de um escrito ou não. Existem logos em que é o escrito da marca (o nome), outras símbolos, isso vai variar muito do gosto de cada pessoa.

IV. "IDENTIDADE VISUAL NÃO PODE FICAR SENDO ALTERADA"

Quando você altera identidade visual ela deixa de ser a identidade da sua marca.

A intenção é fixar essa marca para os clientes, por meio da logo, das cores, se você realizar frequentes alterações isso não vai acontecer.

É claro que com o decorrer dos anos, podem ocorrer algumas pequenas alterações, mas não deixando de perder sua identidade, porque assim vai de contrapartida a todo sentido inicial.

V. LOJA FÍSICA E ONLINE

Todas essas características você precisa levar para sua loja, seja ela física ou online. A loja precisa seguir um design e cores da sua marca. Além disso, o feed no Instagram precisa ter as mesmas características da loja física. Um precisa conversar com o outro. Seguir um padrão.