

# “Identidade Visual. O Sucesso da organização começa por aqui!”

Publicado em 28 de Junho de 2017

The Beatles logo, featuring the word "THE" in a small, bold, sans-serif font above the word "BEATLES" in a large, bold, serif font.

Sabemos que a nossa identidade, não o documento físico, o RG ou o CPF, a nossa identidade pessoal, àquela que você projeta para as outras pessoas, em casa, no trabalho, nos demais ambientes que você frequenta, queira você ou não, passa a ser uma marca que o identifica. Ah! É fulano? Então não há problema, é gente educada, muito séria, cumpridora de seus deveres e compromissos, todos dizem a mesma coisa!...e por aí vai!!!

É assim! É assim também com as empresas. Sendo que neste caso, já no

seu nascedouro, no momento do seu lançamento, da sua inauguração, devemos apresentar à sociedade a sua marca. É necessário que comuniquemos visualmente, a mensagem que queremos passar.

O Designer Gráfico

**IDENTIDADE VISUAL**

Valorize sua marca e os valores de sua empresa.

Para que a coisa se dê, precisamos contratar os serviços de um Designer Gráfico. É ele o profissional capacitado para verificar todas as formas de comunicação visual da empresa. Ele é quem criará desde o seu logo e, até mesmo um banner, e os submeterá à direção da empresa, para as suas devidas aprovações. Tudo seguirá um padrão o

qual será replicado adequando-se a plataforma online ou a meio impresso.



A Identidade Visual é uma forma de destacarmos a empresa daquelas que atuam no mesmo setor. Obviamente o seu destaque se dará em função de outros valores, que não somente a força da sua identidade visual.

#### A Comunicação Visual

A comunicação visual bem planejada possui o seu início através de um apurado trabalho de pesquisa elaborado pelo Design Gráfico. Em conversas com o(s) sócio(s) da empresa, é que ficam definidos os conceitos e padrões das cores, tipografias e formas em geral, a serem utilizadas.

A Identidade Visual representa a primeira forma de comunicação com o Cliente. Um

dito popular, diz: “A primeira impressão é a que fica”, ou seja, logo no primeiro encontro é muito importante que a empresa se apresente bem ao seu público-alvo. Que apresente uma marca bem estruturada, que carregue o conceito da organização, dos seus produtos e serviços, passando da melhor forma possível as informações de forma a transmitir a Ideia de Profissionalismo e a Sensação de Qualidade. O Cliente em potencial precisa assimilar a identidade visual com facilidade.

#### O Manual de Identidade Visual



Após a definição da marca e da construção do seu logo representativo e, ainda das ações desencadeadas com o devido aval do(s) seu(s) sócio(s), passamos à etapa seguinte, que é a da composição do

“Manual de Identidade Visual”, sempre sob a responsabilidade do Designer Gráfico.



O Manual de Identidade Visual é o documento que contém os elementos que regem a aplicação da marca. O mesmo comumente contém: - grafismos, tipografias, cores, padrões gráficos e as regras necessárias à sua utilização.

O sucesso do seu branding, conjunto de práticas e técnicas de construção e consolidação da marca, a qual se pretende forte para o produto ou serviço, é consequência de um relacionamento satisfatório com o Mercado-Alvo. Ao se tornar forte esta passa a valer muitas vezes mais do que o próprio produto oferecido.

O Manual de Identidade Visual atua como guia garantia de que a marca, quando

utilizada, estará sempre em sua melhor representação, adotará sempre o padrão pré-definido. O mesmo servirá, também para padronizar o uso dos recursos gráficos ligados marca. O manual deve conter o logotipo e seu conceito em versões verticais e horizontais, caso existam. A primeira versão normalmente é a mais adotada. Deverão estar contidos exemplos detalhados de aplicação em formulários, envelopes, cartões comerciais, placas em geral, em veículos em geral, dentre outros e, em todas as suas necessidades on-line, a depender da sua atividade.

### **zooOM Decorações e Eventos**



Enfim, “A marca é um nome, normalmente representado por um desenho (logotipo e/ ou símbolo), que, com o tempo, devido às

experiências reais ou virtuais, objetivas ou subjetivas que vamos relacionando a ela, passa a ter um valor específico” - (Gilberto STRUNCK, 2001)



**Alexandre Rocha - Economista**

 MULTI - MÉTODOS  
Consultoria e Gestão Empresarial  
PCA - Presidente do Conselho de Administração

**“Design é o intermediário entre  
informação e compreensão”**  
autor: Hans Hofmann