

PROJETOS DE MARCAS PARA EMPRESAS



Saiba como implantar um Programa de identidade Visual na sua empresa.

Emilio Moretti

Um Programa de identidade Visual é indicado para pequenas, médias e grandes empresas pois a marca é o que gera o primeiro impacto no público. É indicado para vários setores como indústria, comércio, serviços e outros. Por ser estratégico o Programa de identidade Visual é indicado para os 3 está-

gios do negócio: alavancar, desenvolver e crescer.

Um Programa de identidade Visual para implantar uma nova marca em todos os elementos de comunicação do negócio, nos setores internos e externos. Não se trata de apenas criar um logo e aplicar sem critérios.

Consideremos setores internos e externo de uma empresa:

Setores internos: uniformes, sinalização interna, cores para ambientes, comunicação eletrônica, e-mails, etc. Setores externos: fachada, frota de veículos, embalagens, website, etc.

Implantação

É preciso gerenciar a aplicação da marca através de um manual de identidade visual e conscientizar todos os setores da empresa para a implantação adequada da marca.

Sistema de construção da marca

O que diferencia nossos projetos de identidade visual é o sistema de construção que será o suporte da identidade visual.

Portanto uma estrutura geométrica irá gerar uma imagem sólida. Uma empresa é um sistema de comunicação com informações internas e externas. O Programa de Identidade Visual tem como objetivo racionalizar e normatizar os códigos visuais da empresa gerando maior economia na comunicação de seus serviços.

Esse sistema construtivo irá garantir a eficácia do branding da marca.

É por meio dela que seus clientes e prospects entenderão, ainda que de forma subjetiva, todos os principais valores de uma marca, como a mensagem. Por isso, podemos afirmar que uma identidade bem construída é a força e segurança da marca.

Branding e identidade visual são conceitos relacionados, mas distintos, no contexto do marketing e comunicação de uma marca. O branding é a gestão estratégica de todos os elementos que constroem a percepção de uma marca, criando uma conexão emocional com o público. Já a identidade visual é a representação visual da marca, incluindo elementos como logotipo, cores, tipografia e outros elementos gráficos.

O que é Branding?

O branding é um processo de construção e gestão de marca e envolve uma série de ações e estratégias para criar e moldar uma percepção da marca não somente para o seu público, mas para todos os stakeholders.

Entre seus principais componentes, destacamos:

- ⇒ Estratégia de negócio
- ⇒ Posicionamento de marca
- ⇒ Cultura organizacional
- ⇒ Diferenciação
- ⇒ Comunicação
- ⇒ Experiência do cliente
- ⇒ Identidade Visual da marca

Branding:

É um processo estratégico que define a personalidade, valores e posicionamento da marca.

- Envolve a criação de uma experiência consistente e memorável para o cliente.
- Busca construir uma relação duradoura com o público-alvo.
- Pode incluir elementos como tom de voz, comunicação e outros aspectos não visuais.

Marca x identidade visual: qual é a diferença?

A identidade visual tem a ver com as coisas que as pessoas vêem quando interagem com sua marca e seus produtos. É a aparência externa da sua marca.

Já a **marca** vai além do visual para cobrir tudo o que dá vida à sua marca – voz, tom, história, valores, personalidade, declaração de missão, proposta de valores, guias de estilo e muito mais. É uma expressão de quem é sua marca por dentro.

Diferenças entre identidade visual, logotipo e branding

□ Logotipo é o símbolo visual que representa a sua marca. Pode ser apenas tipográfico, apenas icônico ou uma combinação dos dois. Ele é parte da identidade visual, mas não a define sozinho.

□ Identidade visual é o conjunto completo de elementos visuais que comunicam a personalidade da marca: cores, fontes, ícones, padrões gráficos, imagens, estilo de ilustração e muito mais. É ela que garante unidade e consistência em todas as aplicações.

□ Branding, por sua vez, é o processo estratégico mais amplo de gestão de marca. Envolve percepção, posicionamento, tom de voz, propósito, valores e também a identidade visual. Ou seja, o branding orienta a construção da identidade visual, que por sua vez expressa visualmente o que a marca é.



MP Engenharia elétrica, projeto Moretti Design



Novatécnica, projeto Moretti Design



Pecege projeto Moretti Design



Sinalseg projeto Moretti Design