

*Contrate Certo!*  
**IDENTIDADE  
VISUAL**

[www.giovannabaccarin.com.br](http://www.giovannabaccarin.com.br)

**Copyright © 2019**

Giovanna Baccarin

**Todos os direitos reservados**

Pode ser compartilhado com conteúdo, copyright e crédito intactos.



## **SOBRE GIOVANNA BACCARIN**

### **SOBRE GIOVANNA BACCARIN**

Giovanna Baccarin é professora de empreendedorismo e inovação, mentora de empreendedores e startups e autora do livro *Empreenda com Menos – crie sua empresa com menos recursos, riscos e incertezas* pela editora Alta Books. Seu trabalho foca nas intersecções entre empreendedorismo, autoconhecimento, marcas autênticas e a arte de fazer escolhas frente às incertezas.

Falamos sobre:

- [Como Criar um Negócio](#)
- [Como Vender Mais](#)
- [Como Descobrir Meu Propósito](#)
- [Como ser a melhor versão de Mim Mesmo](#)

**Nota:** Se você é novo no meu conteúdo, você pode clicar nos links acima para acesso gratuito e instantâneo aos nossos artigos mais populares no assunto que mais te interesse.

Se você gostar, pode se inscrever em nossa Lista VIP para receber artigos, ferramentas e estudos de caso em sua caixa de entrada semanalmente.

*Empreendedorismo autêntico na pé no chão e Autoconhecimento*

# *Sua marca vem antes*

Só é possível desenhar uma identidade visual para uma marca que já existe. Afinal, você precisa o que aquelas imagens representam.

Sua marca atende que segmento de clientes? Uma identidade visual voltada para jovens é diferente de uma voltada para adultos maduros.

Qual é o humor e a personalidade da sua marca? Uma marca bem humorada e descontraída tem uma cara diferente de uma marca austera e refinada.

Qual a missão de sua empresa? Seu visão? Seus valores? Sua identidade precisa estar alinhada com tudo isso.

Então, se você não pensou em nada disso, recomendo que além de ler esse e-book que você também baixe **“7 Passos Para Criar a Sua Marca”** clicando na imagem abaixo.



# Contrate Certo!

Quando chegar o momento de definir a identidade visual de sua marca o ideal é chamar um profissional capacitado para desempenhar a tarefa. Uma imagem profissional pode abrir portas para sua empresa e garantir uma primeira impressão positiva na mente de seus clientes potenciais.

Neste guia enumero uma série de itens que você pode incluir no seu pedido ao profissional de design escolhido e explico que materiais você precisa efetivamente receber como resultado do trabalho.

Durante os anos vi muitos profissionais realizando trabalhos pela metade e clientes inexperientes que acabam ficando presos ao profissional ou pior que isso, perdem completamente a informação e quando precisam dela para fazer novos trabalhos, encontram um beco sem saída.

Já imaginou precisar do seu logo para renovar a fachada daqui alguns anos e descobrir que o profissional que o criou mudou para a Austrália? E você não tem nenhuma cópia do arquivo?

Não parece uma boa ideia não é?

Então preste atenção a esse material para não cair nessa cilada.



# Quem contratar?

Hoje em dia as opções são inúmeras. Você pode contratar uma agência de publicidade completa, um profissional freelancer ou até mesmo buscar plataformas online como a [99designs.com](http://99designs.com).

Contrate aquilo que faz mais sentido para você, tanto financeiramente quando em relação ao nível de interação e exclusividade que você busca. O importante aqui é ter clareza. Saber que um serviço online e um profissional exclusivo irão possivelmente entregar qualidades distintas.

E, além disso, o ideal é que você saiba transmitir para esse profissional qual é a essência de sua marca, o que você deseja comunicar para o seu público, qual é a voz e a personalidade que deseja transmitir.

E se você não tem clareza em nada disso, então precisa ter claro que precisa buscar um profissional que vá te ajudar a encontrar todas essas respostas.

Afinal, sua marca é muito mais do que apenas a identidade visual de sua empresa, como eu já expliquei [neste](#) post.

Nas próximas páginas vou enumerar as partes que podem compor um serviço de identidade visual, para que você saiba que materiais pedir para o profissional que contratar.



*Comece com o*  
**+ MANUAL**  
**DA MARCA+**

# + MANUAL DA MARCA+

O Manual da Marca pode ser tão simples como um pequeno folder ou ter muitas páginas na forma de um catálogo. Tudo vai depender da sua necessidade enquanto empresa.

Se o seu negócio atua em diversas áreas e tem muitos produtos e suportes diferentes, vai precisar prever esses usos no manual. Se for uma franquia, mais ainda. A ideia do manual é a de que a pessoa que o tenha em mãos saiba exatamente como proceder na aplicação da marca nos suportes necessários.

O custo desse tipo de projeto depende, portanto da complexidade de cada caso.



*Decida o que*  
**+ ENTRA NO**  
**MANUAL+**

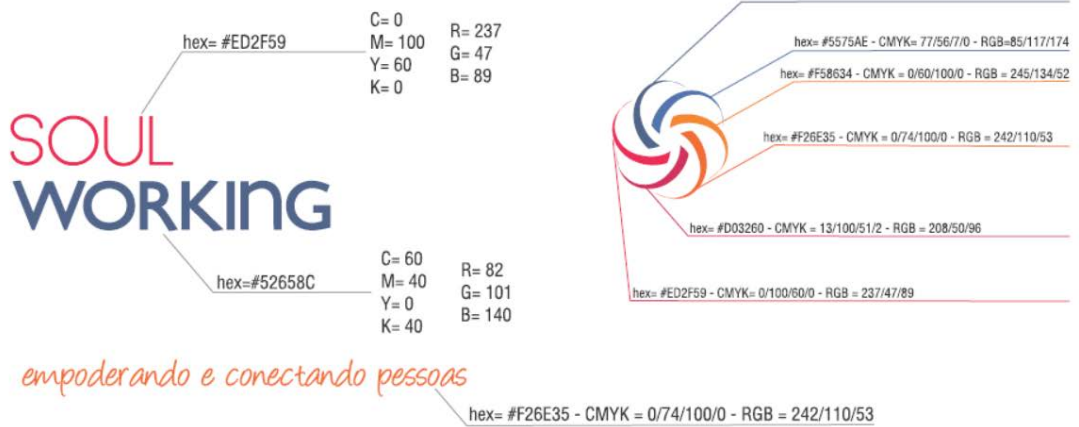
# + LOGOTIPO+

1. Todas as possíveis versões do logotipo, com e sem slogan, vertical e horizontal e o que mais for necessário;
2. Os arquivos do logotipo devem ser entregues juntamente com o manual em um CD ou pen drive, tanto no formato vetorial (.eps, .cdr, .ai são os mais tradicionais) como na versão de imagem (.jpeg ou .png) para uso rápido e direto;
3. Especificação técnica das cores institucionais (RGB, CMYK e Pantone);
4. Especificação e arquivos anexos das fontes utilizadas na tipologia principal e de apoio, preferencialmente fontes que sejam encontradas no formato .otf, compatíveis com múltiplos sistemas (Mac/Windows);
5. Padrão de assinatura horizontal, padrão de assinatura vertical e variações formais da assinatura com *slogan* e sem slogan.
6. Estudos de redução e ampliação; Determinar dimensões mínimas e máximas para a impressão
7. Versão monocromática do logotipo (P&B);
8. Determinação da utilização da marca em fundo colorido, preto, branco e monocromáticos.
9. E o que mais sua marca precisar...

# + EXEMPLOS

## Padrão Cromático

paleta de cores



The diagram shows the Soul Working logo and its color palette. The logo consists of a stylized swirl icon and the text "SOUL WORKING". The color palette includes the following values:

Color	Hex	C	M	Y	K	R	G	B
Primary Blue	#ED2F59	0	100	60	0	237	47	89
Primary Red	#52658C	60	40	0	40	82	101	140
Secondary Blue	#5575AE	77	56	7	0	85	117	174
Secondary Red	#F58634	0	60	100	0	245	134	52
Light Blue	#F26E35	0	74	100	0	242	110	53
Light Red	#D03260	13	100	51	2	208	50	96
Dark Blue	#ED2F59	0	100	60	0	237	47	89

empoderando e conectando pessoas

hex= #F26E35 - CMYK = 0/74/100/0 - RGB = 242/110/53

SoulWorking - espaço coworking | Identidade Visual

## Redução da Marca

web/impressos



The diagram shows the Soul Working logo reduced for web and print use. The web versions are 120px and 150px wide. The print versions are 45 mm and 35 mm wide.

Medium	Width
web	120px
web	150px
impresso	45 mm
impresso	35 mm

SoulWorking - espaço coworking | Identidade Visual

# + EXEMPLOS

## Utilização da Marca

uso incorreto

Não rotacionar a marca. 	Não usar somente tipografia. 	Não mudar a proporção entre símbolo e tipografia. 
Não aplicar a marca em fundos sem contraste. 	Não mudar a opacidade. 	Não mudar as cores. 
Não distorcer o símbolo. 	Não mudar a disposição dos elementos. 	Não mudar a disposição dos elementos. 

SoulWorking - espaço coworking | Identidade Visual

## Tipografia

versões

SOUL WORKING ——— Arua! artist

Arua!

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V X W Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

artist

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V X W Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

SoulWorking - espaço coworking | Identidade Visual

# + APLICAÇÕES +

1. Apresentar situações a serem evitadas (alterações do logo, aplicações indevidas etc);
2. Papelaria institucional (papel de correspondência, envelopes, cartões de visita);
3. Imagem para assinatura de email;
4. Imagem para página do facebook;
5. Impressos especiais como pastas, etiquetas, rótulos e *tags*;
6. Formulários para uso interno ou externo;
7. Sinalização interna ou externa;
8. Letreiros e fachadas;
9. Ambientes de ponto-de venda, desde *displays*, balcões, expositores até mesmo à decoração;
10. Identificação de veículos;
11. Uniformes;
12. Brindes;
13. FROTA;
14. Embalagens especiais;
15. E o que mais sua marca precisar...

# + EXEMPLOS

## Canecas

versões



SoulWorking - espaço coworking | Identidade Visual

## Papelaria

versões



SoulWorking - espaço coworking | Identidade Visual

# + IMPORTANTE+

Para qualquer arte que fizer, peça para o profissional que entregue todos os arquivos relevantes. Afinal, você pode querer reutilizar o projeto como no caso de uma reimpressão de um folder, ou até de um novo projeto inspirado no anterior.

Lembre de verificar se o profissional entregou o arquivo aberto da arte, ou seja, o arquivo editável. Geralmente são arquivos de programas como o Illustrator, Corel Draw, Photoshop ou InDesign (respectivamente .ai, .cdr, .psd e .indd).

Além do arquivo aberto é necessário que ele repasse as imagens que foram utilizadas na resolução necessária e também as fontes usadas para que seja possível editar corretamente o documento.

É fundamental que você tenha controle de todos os itens para não se ver num beco sem saída, tendo que gastar fortunas para refazer um trabalho que deveria ser seu por direito.

# PRECISA DE AJUDA?

## **Mentoria em Gestão de Negócios, Marketing e Comportamento**

Para você que deseja **começar um novo negócio** com menos riscos e incertezas e para você, **empresário ou profissional liberal** que já tem um projeto em andamento e precisa de perspectiva e acompanhamento para alavancar seus resultados.

A atividade de empreender é geralmente bastante solitária. Muitas vezes, o empreendedor (novo ou experiente) se vê sozinho em sua própria mente, com muitas ideias e planos, mas sem a clareza necessária para colocar as coisas efetivamente em prática. A mentoria vem para resolver justamente este problema.

O objetivo desse trabalho é ajudar o empreendedor a encontrar perspectiva sobre suas opções e escolhas, é dar clareza sobre as variáveis envolvidas em cada processo ou decisão. É dar uma luz e uma visão de fora, objetiva, para que o empreendedor possa sair de sua própria mente e partir para ações assertivas.

Saiba mais em:

[www.giovanabaccarin.com.br/mentorias-para-empresendedores](http://www.giovanabaccarin.com.br/mentorias-para-empresendedores)





GIOVANNA  
*Baccarini*