

Analisando todo o cenário

Durante essa aula introdutória, começamos a entender o universo da Ecovita para que, assim, possamos começar a atuar com a marca dentro das mídias sociais.

Começamos essa análise pelo manual de identidade visual, e pelo Manual Estratégico da marca. Ali, pudemos entender o universo imagético que envolve a Ecovita e, principalmente, pontos importantes sobre a personalidade da marca, seu estilo de linguagem – ainda que de forma bastante superficial – e outros atributos importantes para a comunicação.

Passada essa etapa, iniciamos a análise da Persona da Ecovita, que em nosso caso é a Isabela Galvani. Analisamos cada um dos itens da sua “ficha”, entendendo a importância de cada uma delas, e como pequenos detalhes – como o do cão adotado – podem trazer bons insights para a comunicação.

Para finalizar, falamos mais profundamente sobre a identidade verbal e visual da marca que, embora estivessem presentes no manual estratégicos, precisavam ser mais aprofundadas para o uso nas mídias sociais. Para isso, começamos pela definição do tom de voz, que passa pela forma de tratamento, se deve ser informal, usar coloquialismos, entre outros itens importantes.

Para a identidade visual, focamos em entender como a concorrência se comunica, e em desenvolver uma “cara” própria para a Ecovita. Que passa a ter um padrão visual que, ao longo do tempo, poderá ser reconhecido por seus clientes e, principalmente, se tornar uma referencia quando alguma imagem dentro deste padrão for vista por essas pessoas.