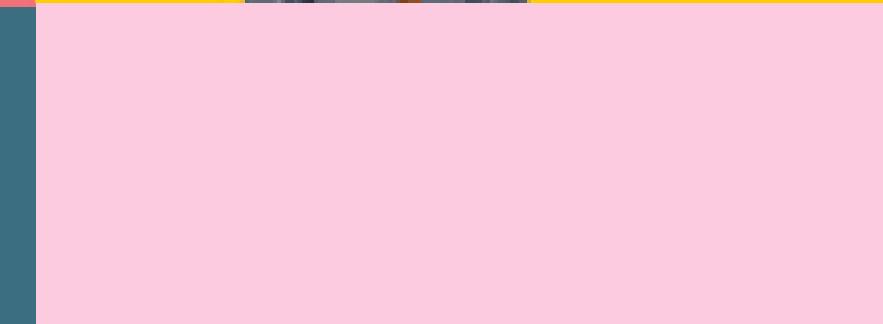
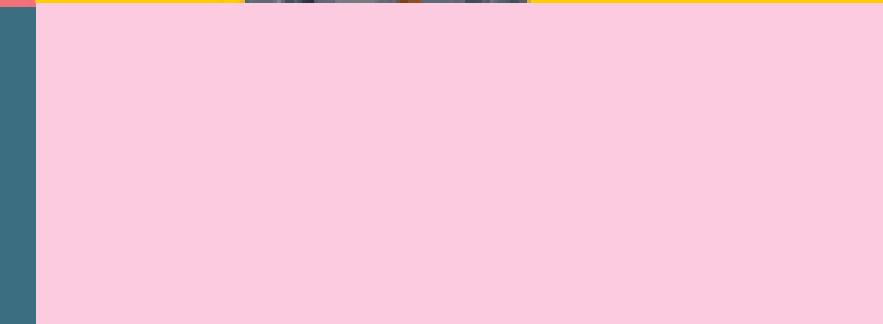
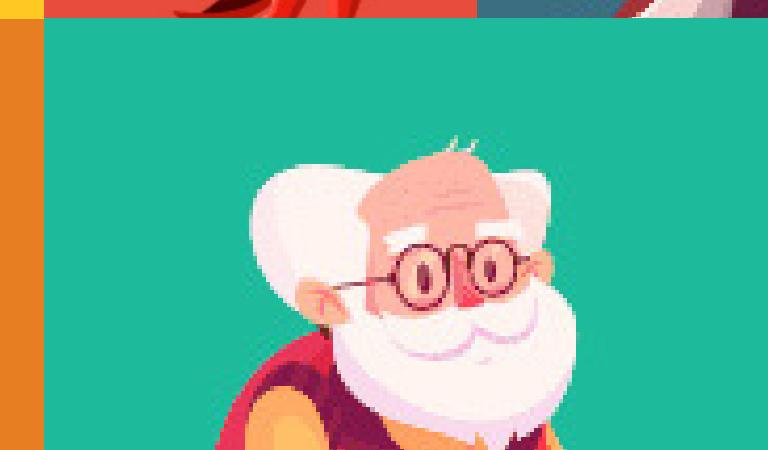


APRENDA A SE VESTIR COMO O SEU ARQUÉTIPO MANDA

Christie Giovannetti



BEM-VINDAS, SOU CHRISTIE GIOVANNETTI

Amo criar, deixar as pessoas mais confiantes com sua imagem e ajudá-las a se destacar no mercado em que atuam.

Minha primeira formação foi em Design Gráfico e Marketing, mas foi com a Consultoria de Imagem e Marketing Pessoal, que começou a minha jornada, que me realiza mais a cada dia.

E sou mãe do Miguel, que completa minha vida e colore meus dias.



ARQUÉTIPOS

Padrões de comportamento que existem não simplesmente no inconsciente pessoal, mas no coletivo.

Imagen de natureza coletiva que ocorrem em toda a Terra e, ao mesmo tempo, como produtos individuais.

Segundo Jung, é o conjunto de sonhos e desejos de um grupo ou mesmo da humanidade.

DO GREGO "ARQUEOS" - PRIMEIROS TYPOS - "PADRÃO"

A psicologia arquetípica ajuda a explorar significados universais para criar identidades de marcas.

Um produto com identidade arquetípica fala diretamente à matriz psíquica do consumidor, agindo na sua motivação. O consumidor não compra porque ele se identifica com os valores e características dos arquétipos, mas porque quer se aproximar deles.

No entanto, o arquétipo de uma marca não é apenas uma questão de escolha, tudo precisa fazer sentido, fazer parte do que você é enquanto marca.

COMO TUDO COMEÇOU

A mais ou -100 anos atrás quando Freud e Jung iniciavam a psicanálise, já se sabia da importância dos arquétipos para sociedades humanas.

Temos um reservatório de imagens latente, também chamado de imagens primordiais, que cada pessoa herda de seus ancestrais.

Não lembramos das imagens de forma consciente, porém, temos uma predisposição para reagir da mesma forma que nossos ancestrais faziam.

@chrisimagem



OS 12 ARQUÉTIPOS DE JUNG

RISCO E
MUDANÇA

ESTABILIDADE
E CONTROLE

INDEPENDÊNCIA
E REALIZAÇÃO

PERTENCIMENTO
E PRAZER

OS 12 ARQUÉTIPOS DE JUNG

@chrisimagem



GRUPO 1

MOTIVAÇÃO:
INDEPENDÊNCIA E
REALIZAÇÃO

ANSEIAM PELO
PARAÍSO



AUTONOMIA
ACIMA DE
PERTENCIMENTO

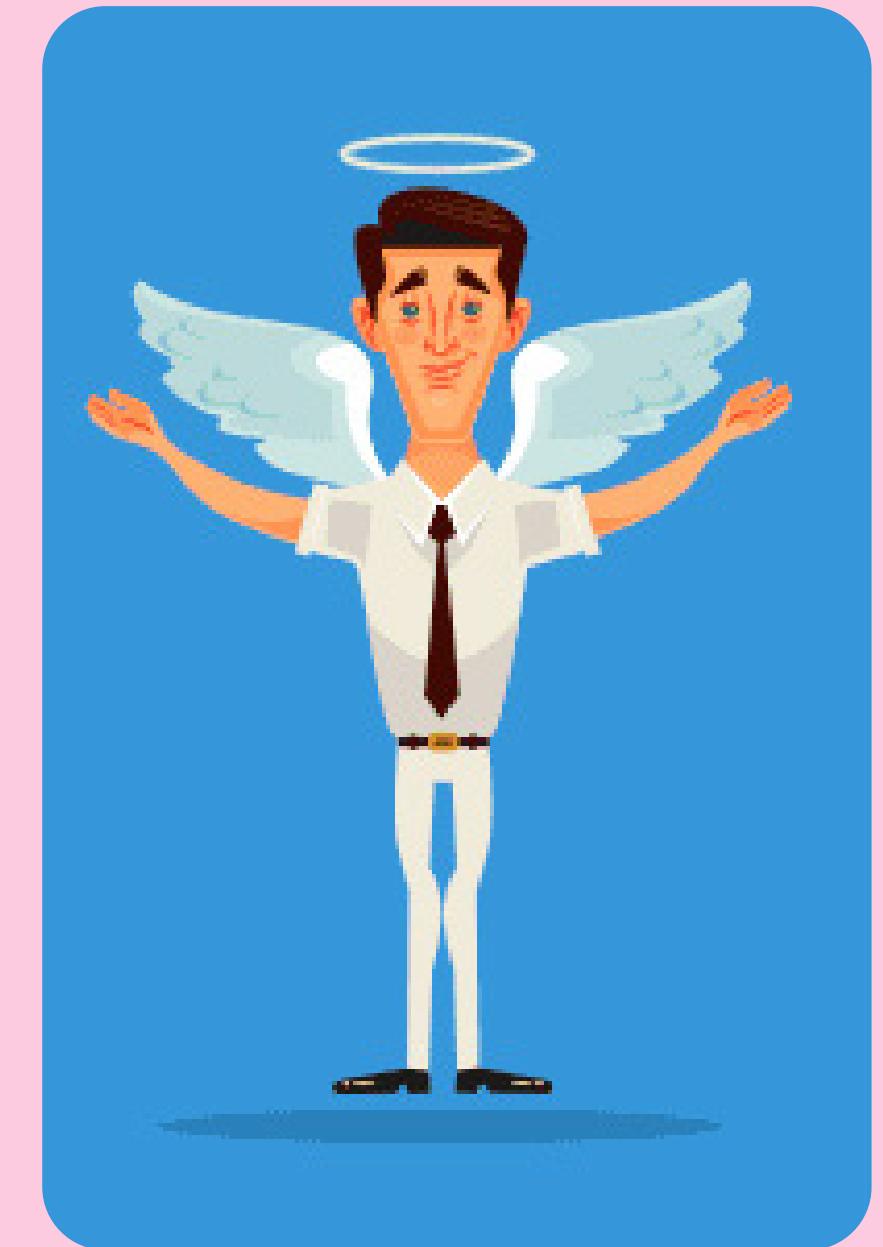
INOCENTE

SEGURANÇA E OTIMISMO

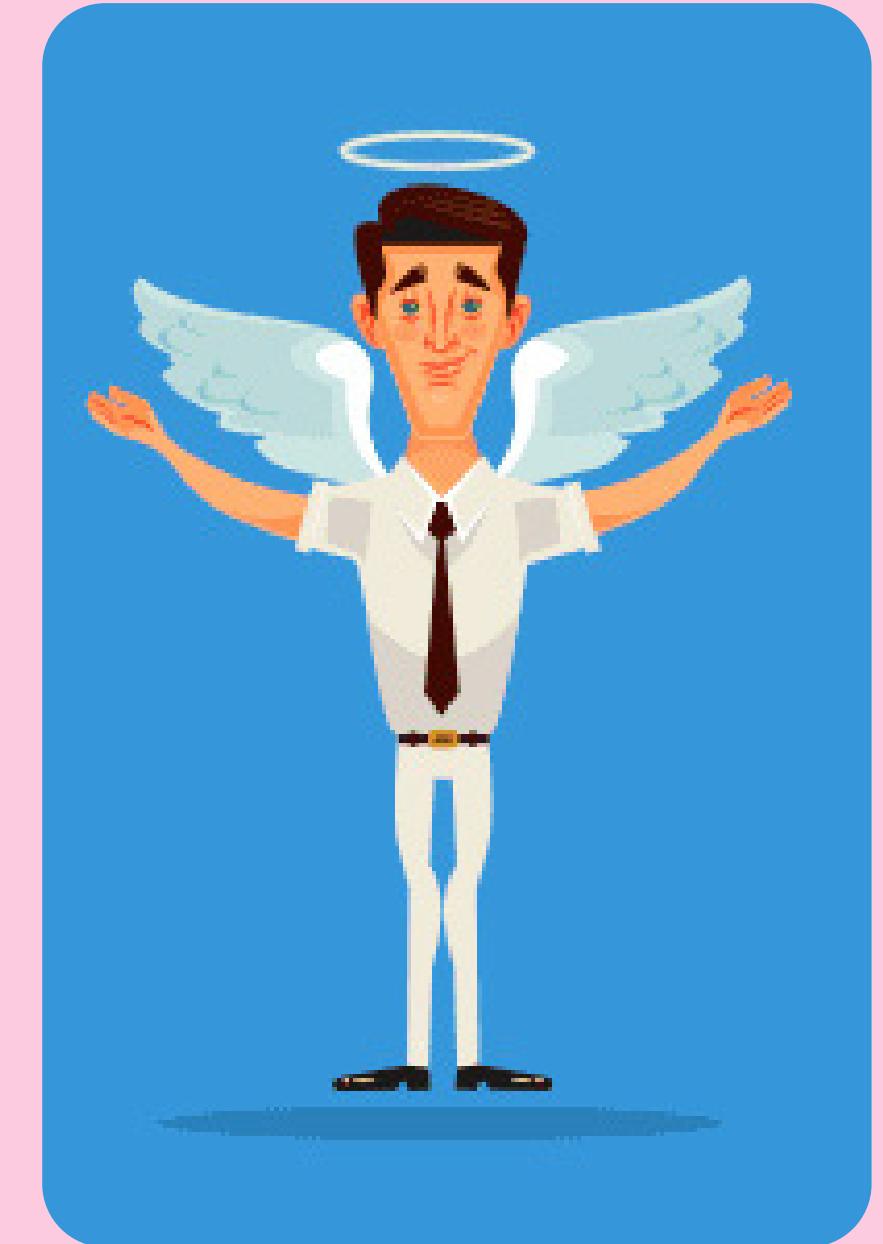
DESEJO BÁSICO: VIVENCIAR O PARAÍSO

META: SER FELIZ

MEDO: FAZER ALGO ERRADO E SER PUNIDO



OMO SE SUJAR FAZ BEM



"Somos livres para
ser você e eu"

@chrisimagem

ESTILO DE SE VESTIR: ROMÂNTICO

Acessórios delicados
Formas arredondadas
Cores mais claras
Cabelos mais longos e cacheados
Tipologia manuscrita



Feminina
Delicada

PERSONA: TAYLOR SWIFT



Feminina
Delicada

@chrisimagem

EXPLORADOR

LIBERDADE

DESEJO BÁSICO: EXPERIMENTAR COISAS

NOVAS

META: VIVER UMA VIDA MELHOR

MEDO: CAIR NA CONFORMIDADE



JEEP ASSUMA O CONTROLE DA SUA LIBERDADE



"Não levante cercas
à minha volta"

ESTILO DE SE VESTIR - ESPORTIVA

Acessórios simples

Formas retas

Cores terrosas (natureza)

Cabelos soltos

Tipologia comum ou com negrito



Simples
Forte

PERSONA ELIZABETH GILBERT



Simples
Forte

SÁBIO

CONHECIMENTO E COMPREENSÃO

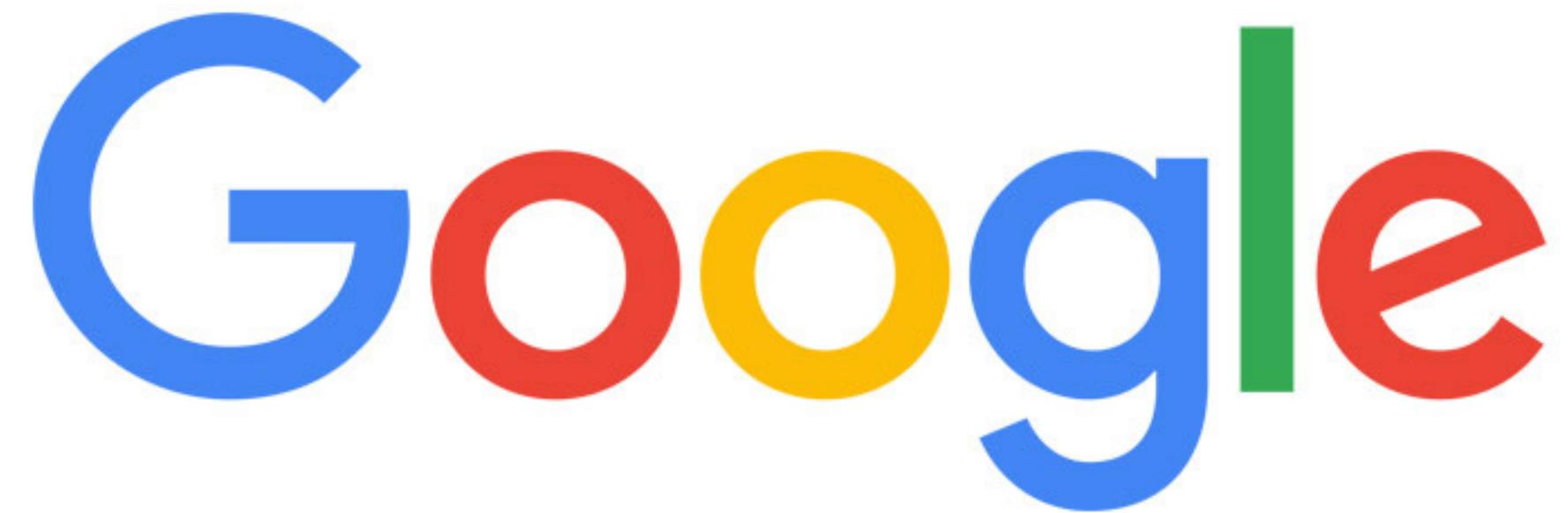
DESEJO BÁSICO: DESCOBERTA DA VERDADE

META: COMPREENDER O MUNDO

MEDO: SER ILUDIDO



GOOGLE - FAÇA A COISA CERTA

The Google logo is displayed in its signature multi-colored, rounded font. The letters are arranged in a single row: 'G' (blue), 'o' (red), 'o' (yellow), 'g' (blue), 'l' (green), and 'e' (red).

"A verdade
libertará você"

ESTILO DE SE VESTIR: TRADICIONAL

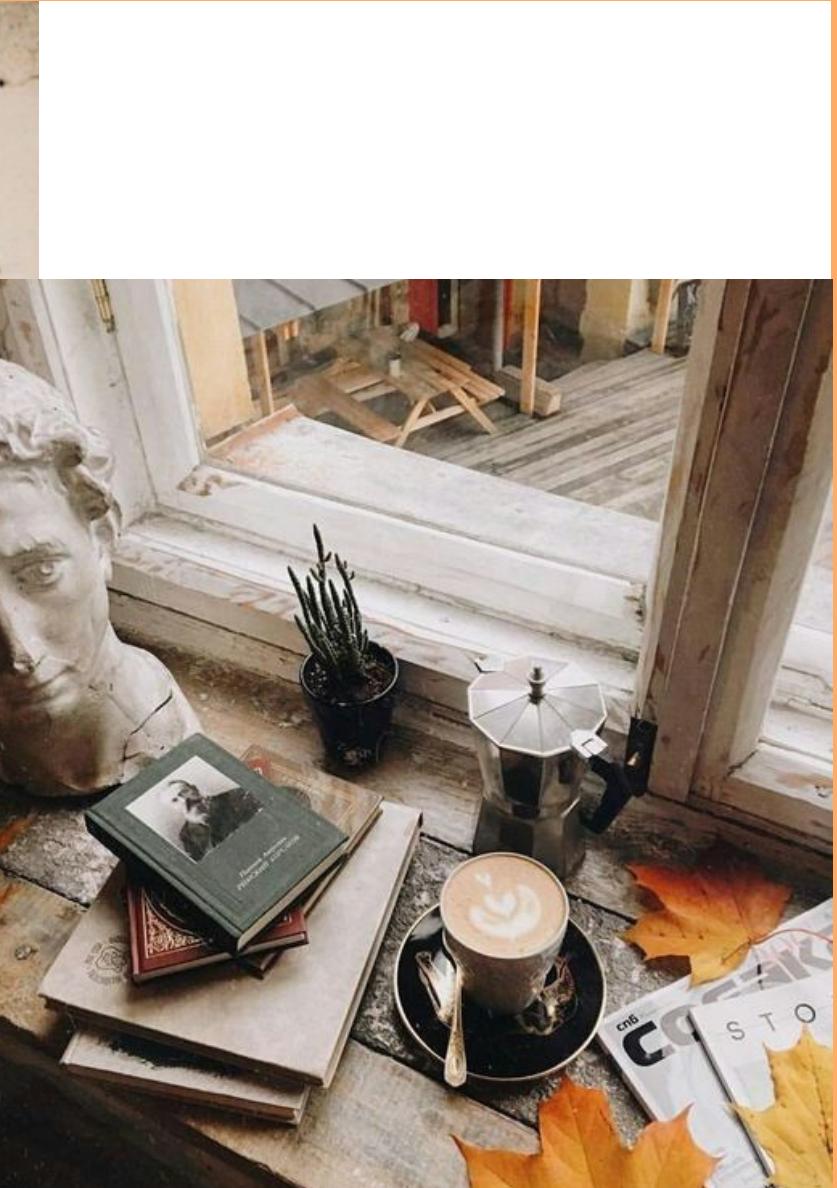
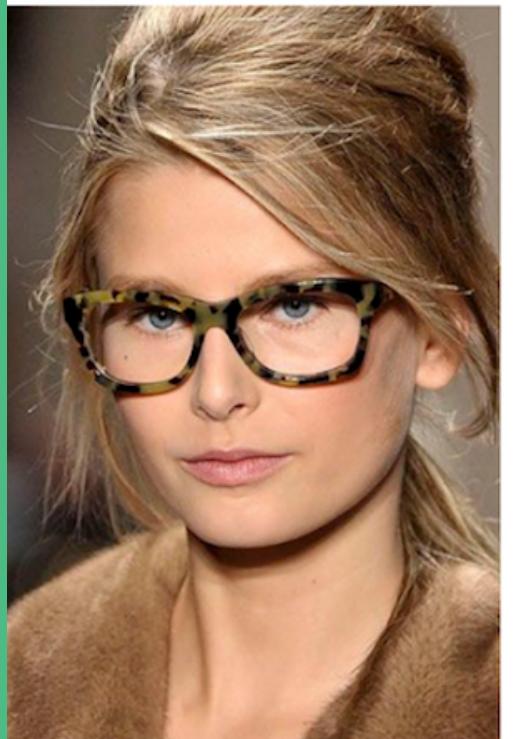
Acessórios atemporais
Formas retas e circulares
Cores mais fechadas
Cabelos presos
Tipologia com serifa



Elegante
Séria

PERSONA

ANNA SOROKIN



Elegante
Séria

@chrisimagem

GRUPO 2

MOTIVAÇÃO:
RISCO E
MUDANÇA

DEIXAM SUA MARCA
NO MUNDO



O herói



O fora da lei



O mago

MAESTRIA
ACIMA DE
ESTABILIDADE

HERÓI EXCELÊNCIA

DESEJO BÁSICO: PROVAR O PRÓPRIO
VALOR POR MEIO DE UMA AÇÃO CORAJOSA E
DIFÍCIL

META: MELHORAR O MUNDO

MEDO: FRAQUEZA, VULNERABILIDADE



NIKE - JUST DO IT



"Onde há vontade,
há um caminho"

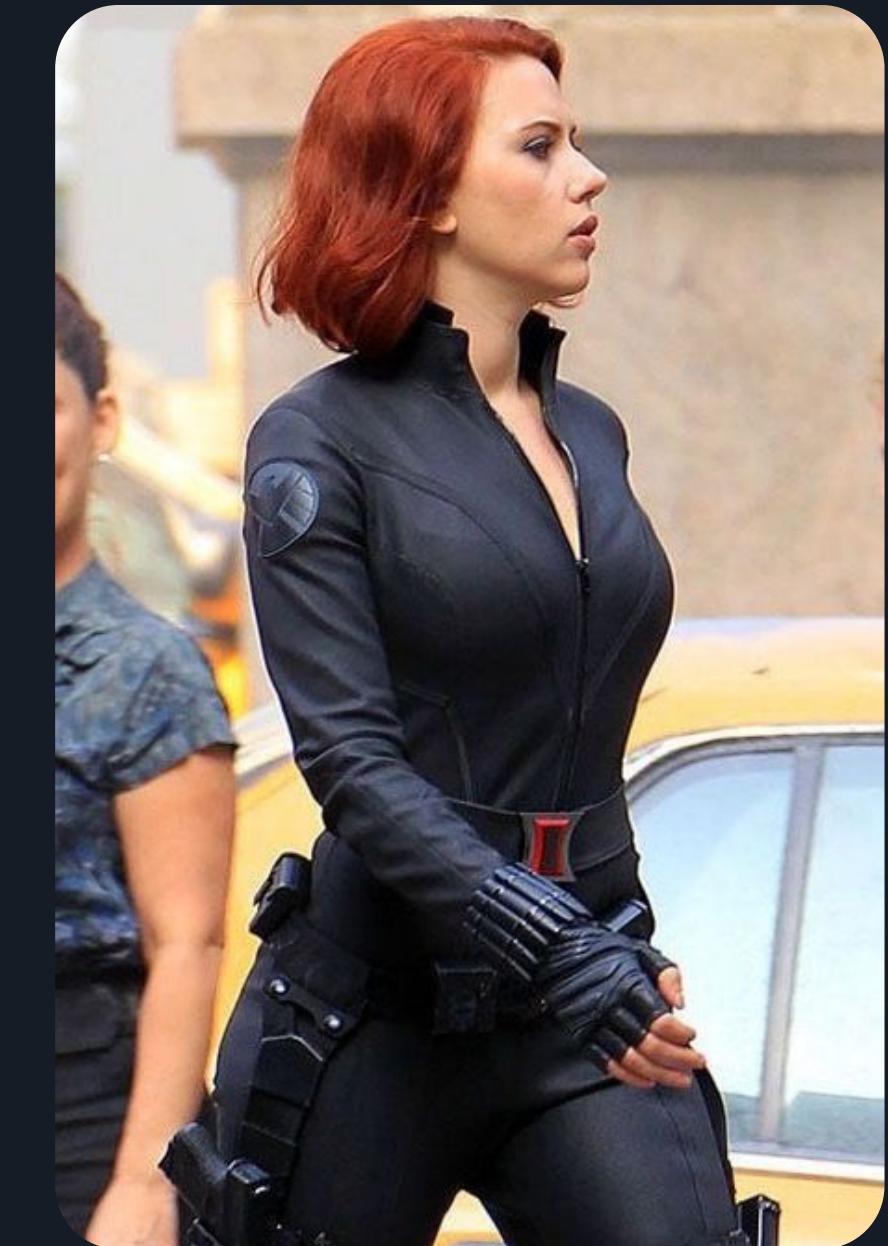
ESTILO DE SE VESTIR: MODERNO SEXY

Acessórios dourados ou grandes
Formas retas e angulares
Cores neutras com toques de cor
Cabelos lisos/arrumados
Modelagem estruturada/couro
Tipologia bold



Guerreira
Vencedora

PERSONA VIÚVA NEGRA



Guerreira
Vencedora

FORA-DA-LEI

LIBERTAÇÃO

DESEJO BÁSICO: VINGANÇA OU REVOLUÇÃO

META: DESTRUIR O QUE NÃO FUNCIONA

MEDO: SER COMUM, SEM PODER



HARLEY DAVIDSON

ALL FOR FREEDOM, FREEDOM FOR ALL



"As regras são feitas
para serem
quebradas"

ESTILO DE SE VESTIR SEXY DRAMÁTICO

Lenços / metais
Formas retas e angulares
Cores fortes
Cabelos desalinhados
Roupas rasgadas
Tipologia desestruturada



Rebelde
Sedutora

PERSONA PITTY



Rebelde Sedutora

MAGO

TRANSFORMAÇÃO

DESEJO BÁSICO: CONHECER AS LEIS
FUNDAMENTAIS DO UNIVERSO

META: TORNAR OS SONHOS REALIDADE

MEDO: CONSEQUÊNCIAS NEGATIVAS INESPERADAS



DISNEY - ONDE OS SONHOS SE TORNAM REALIDADE



"Onde há vontade,
há um caminho"

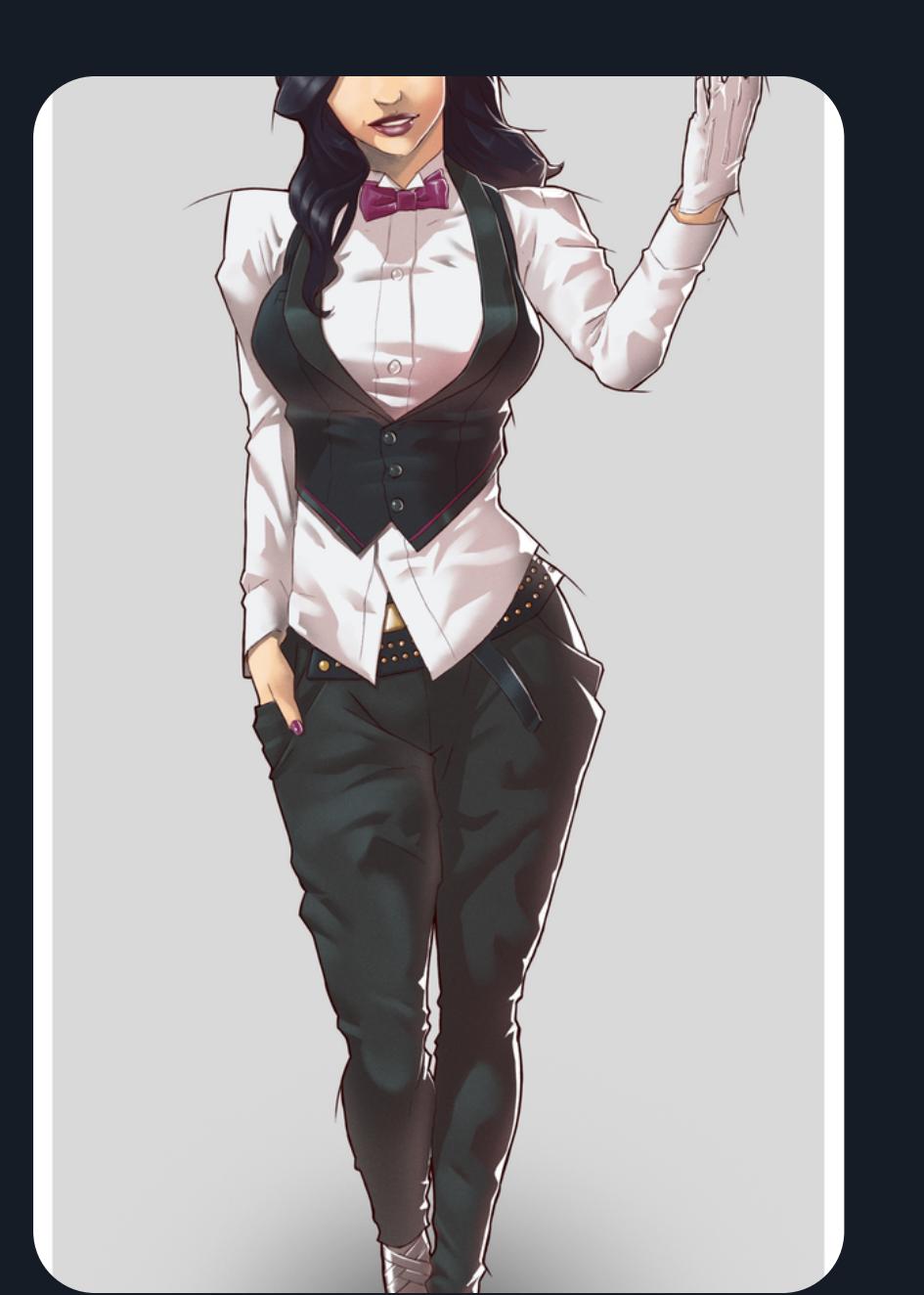
ESTILO DE SE VESTIR: TRADICIONAL CRIATIVO

Acessórios diferenciados
Formas retas
Cores neutras e fechadas
Cabelos longos e lisos
Modelagem Oversized
Tipologia estruturada com serifa



Magia
Transformação

PERSONA: ZATANNA ZATARA



Magia
Transformação

GRUPO 3

MOTIVAÇÃO:
PERTENCIMENTO E
PRAZER

NENHUM HOMEM É
UMA ILHA



A pessoa comum

O amante

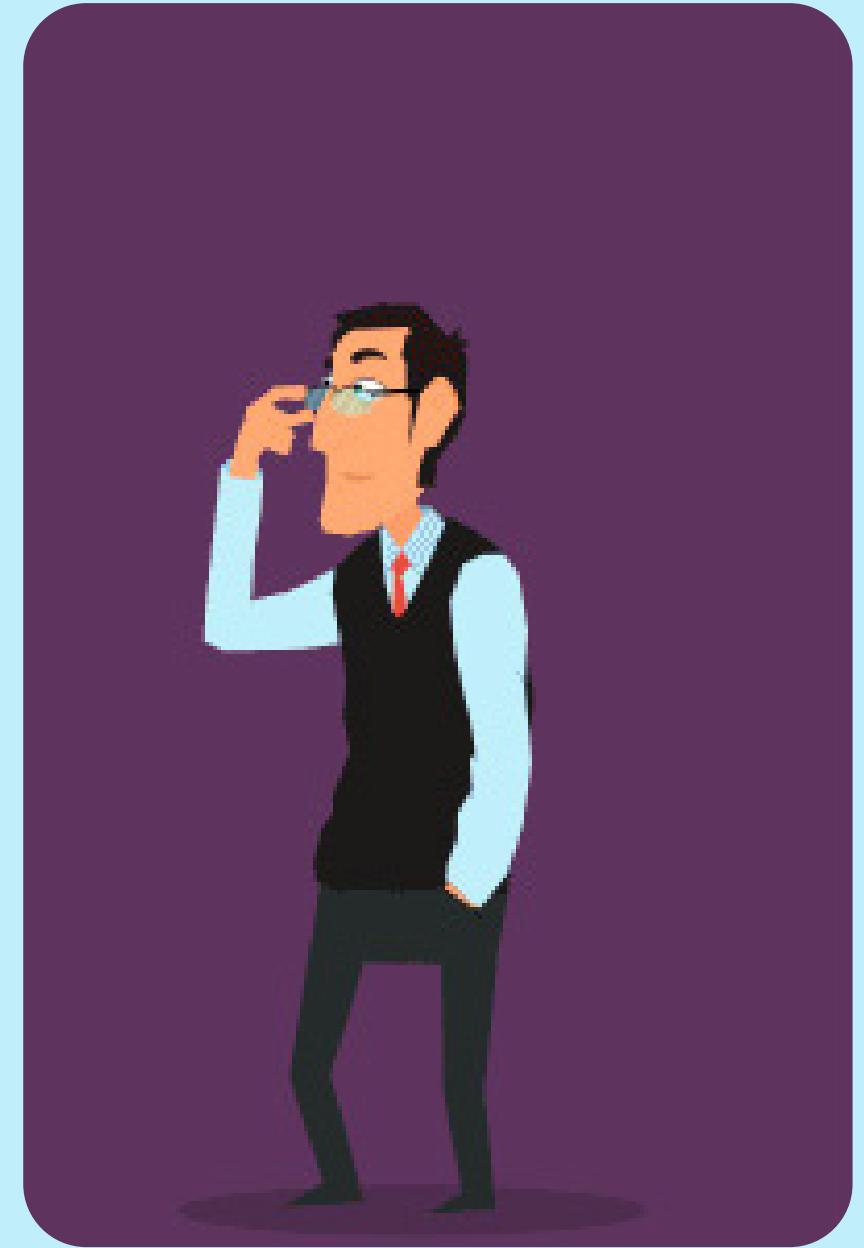
O bobo

PERTENCIMENTO
ACIMA DE
INDEPENDÊNCIA

CARA COMUM

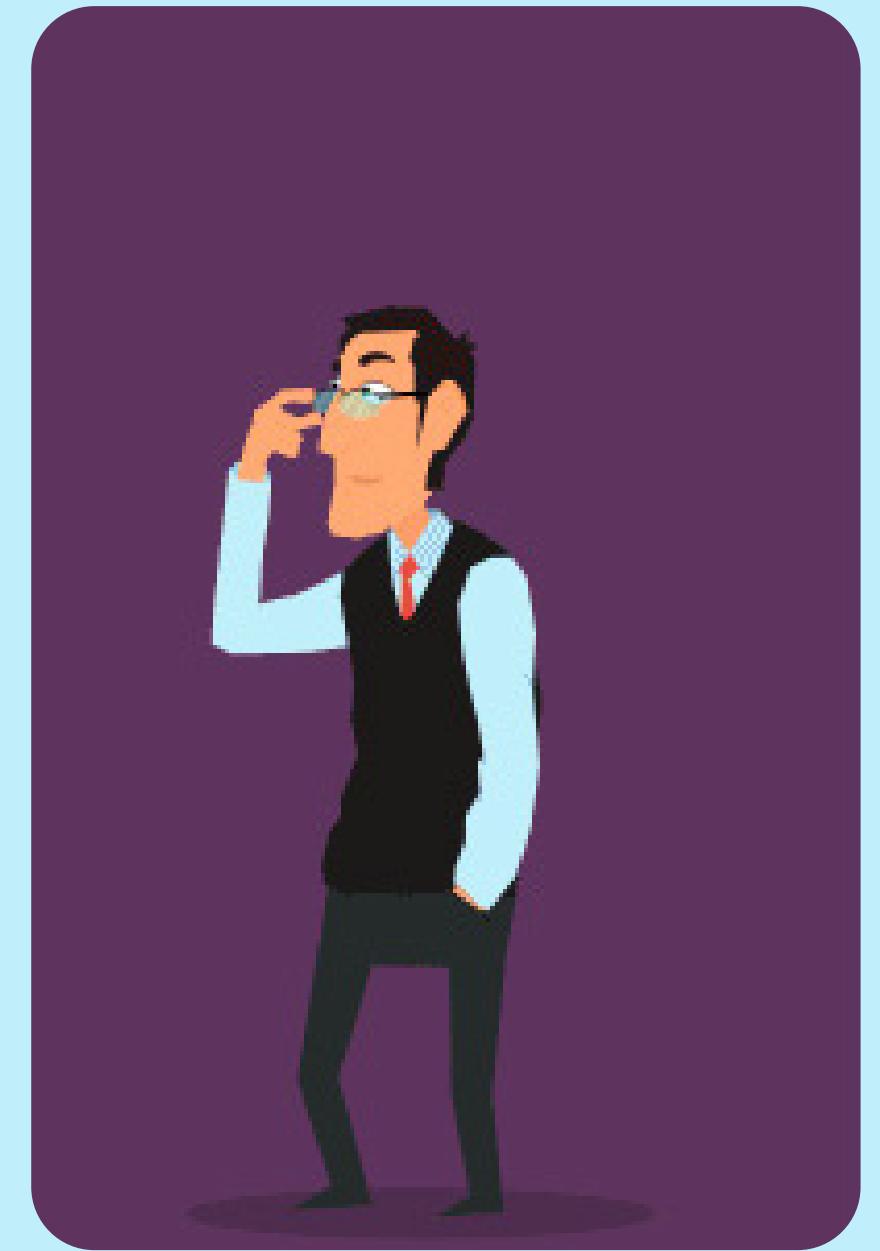
COMUNIDADE

DESEJO BÁSICO: CONEXÃO COM OS
OUTROS, SEGURANÇA
META: PERTENCER, ADEQUAR-SE
MEDO: DESTACAR-SE E SER REJEITADO



HERING

O BÁSICO DO BRASIL



"Todos os homens e
mulheres são
criados igualmente"

ESTILO DE SE VESTIR: CASUAL ESPORTIVO

Acessórios minimalistas
Formas arredondadas
Cores claras e alegres
Cabelos enrolados
Modelagem básica
Tipologia comum



Comum
Amigável

PERSONA JENNIFER GROGAN



Comum
Amigável

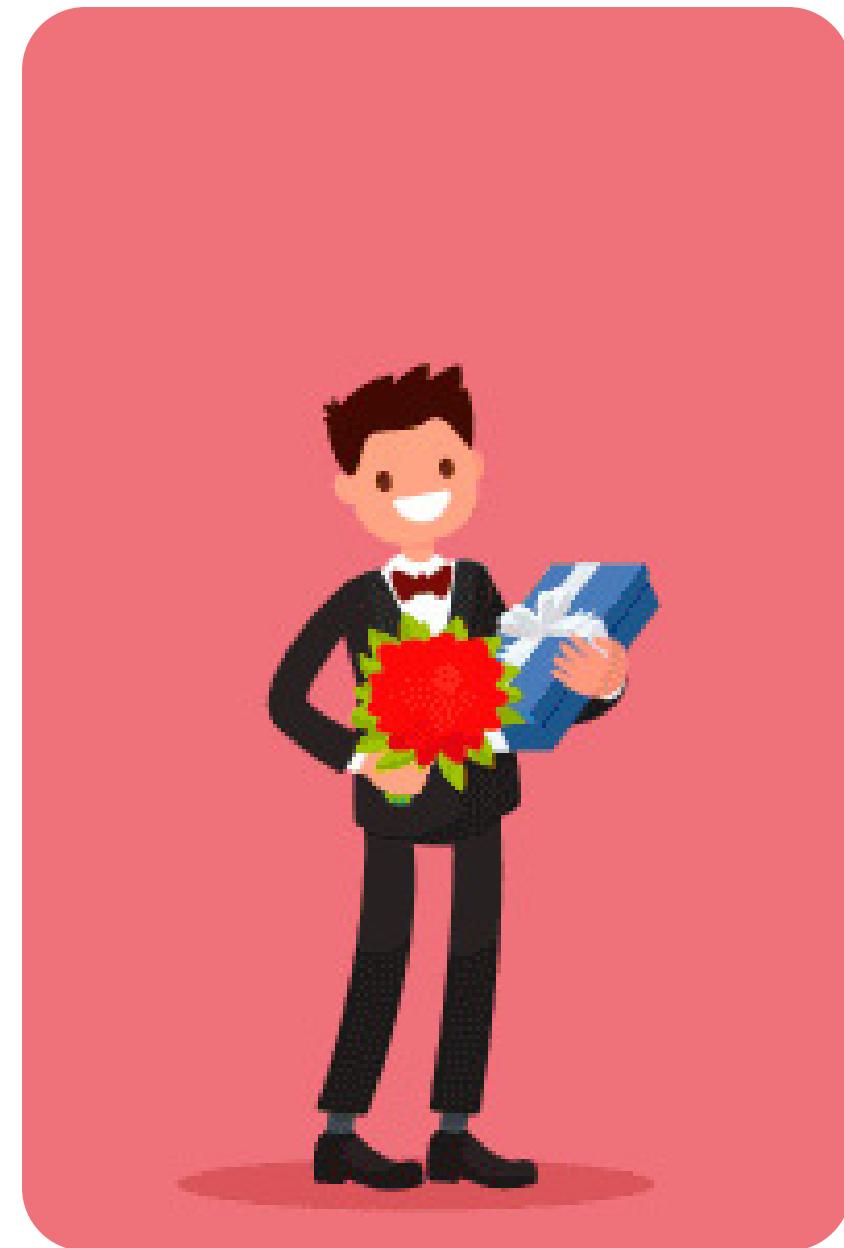
AMANTE ATRAÇÃO

DESEJO BÁSICO: INTIMIDADE OU

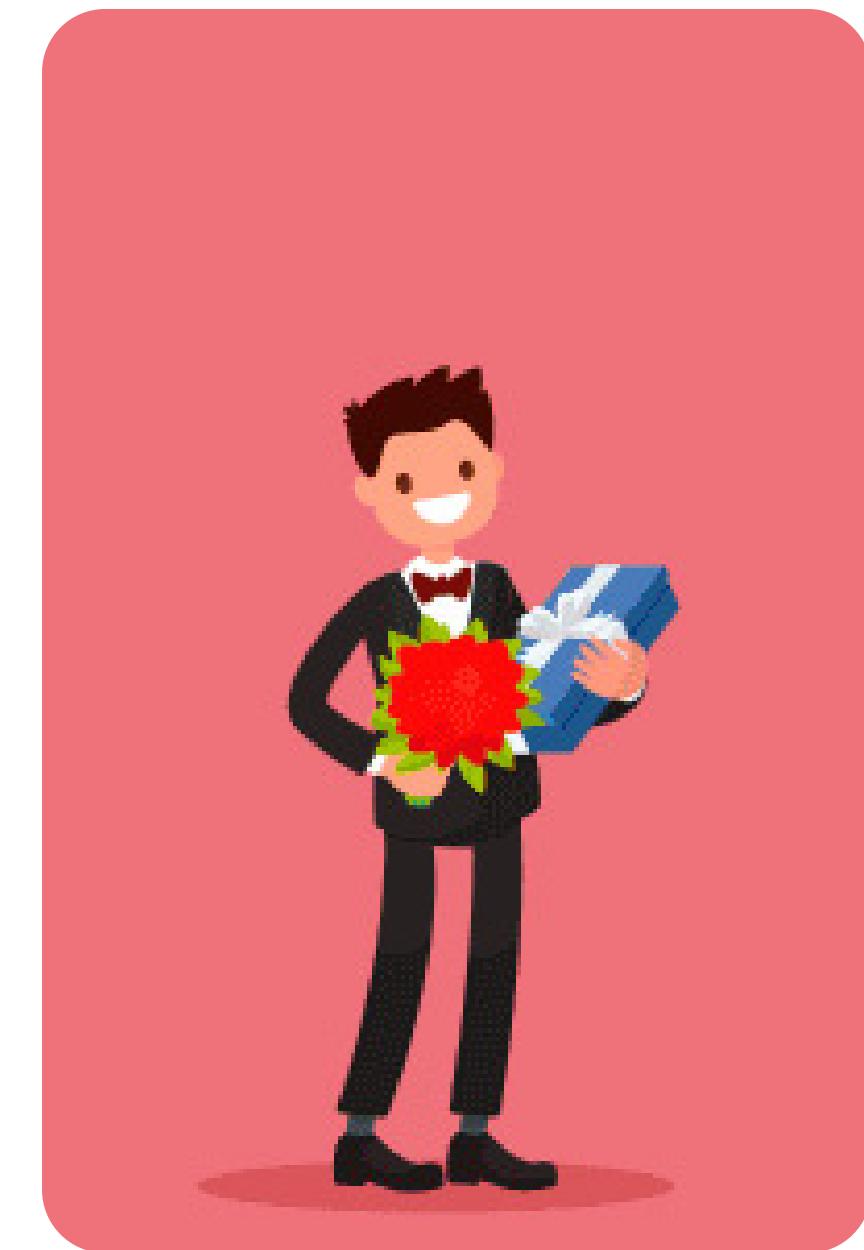
PRAZER SENSUAL

META: MANTER UM RELACIONAMENTO

MEDO: FICAR SOZINHO



DIOR J'ADORE - A FEMINILIDADE ABSOLUTA



"Só tenho olhos
para você"

ESTILO DE SE VESTIR SEXY

Acessórios sensuais

Formas arredondadas e sinuosas

Cores quentes

Cabelos enrolados

Modelagem justa e decotada

Tipologia manuscrita



Atraente
Feminina

PERSONA MARILYN MOROE



HATHAWAY A678
MARILYN
MONROE
"PS ROSE"
CH# 5
EXT. COURTYARD
OF RAINBOW
CABINS 6470 X
INT. MR GUH'S
OFFICE
55, 77, A99
59
DESIGNERS
5/21/52

Atraente
Feminina

BOBO DA CORTE

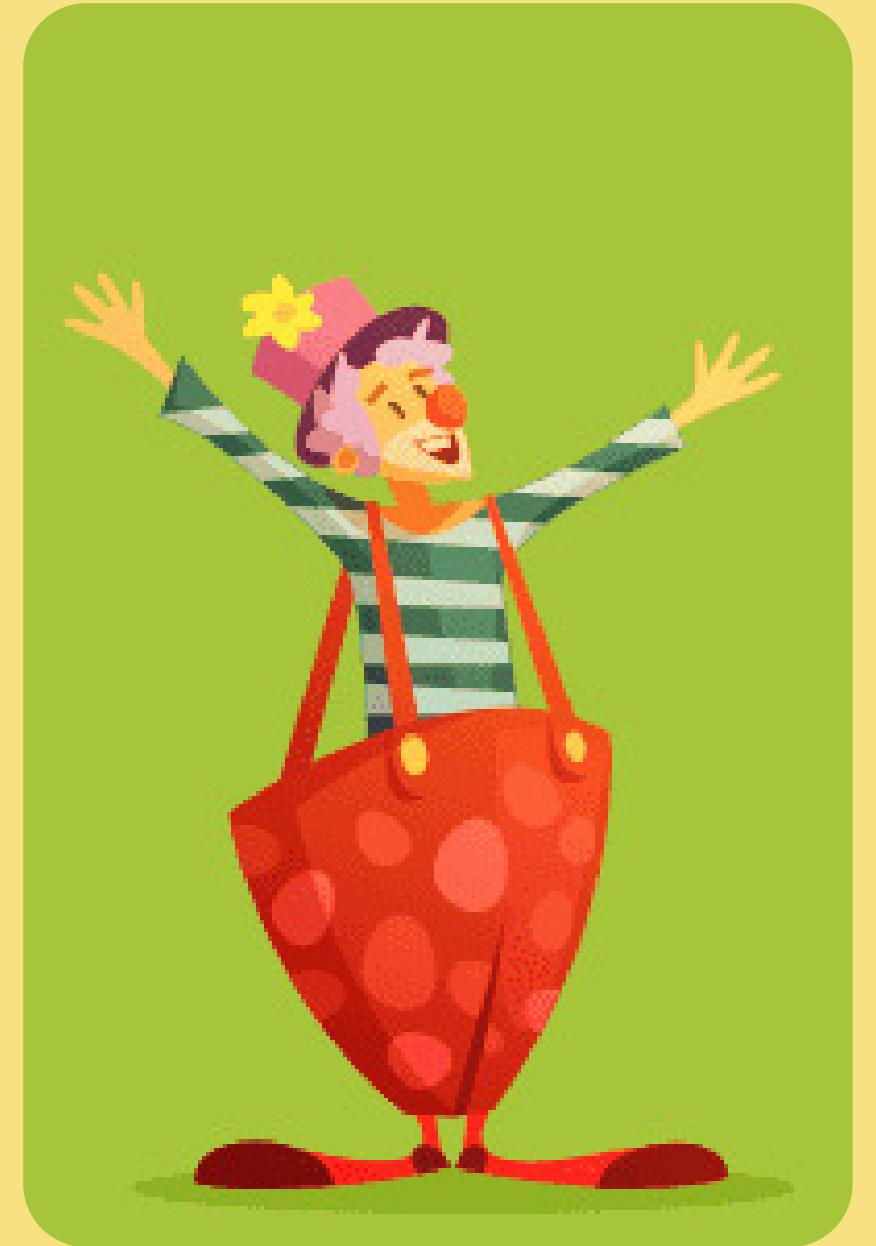
ALEGRIA TOTAL

DESEJO BÁSICO: VIVER O MOMENTO

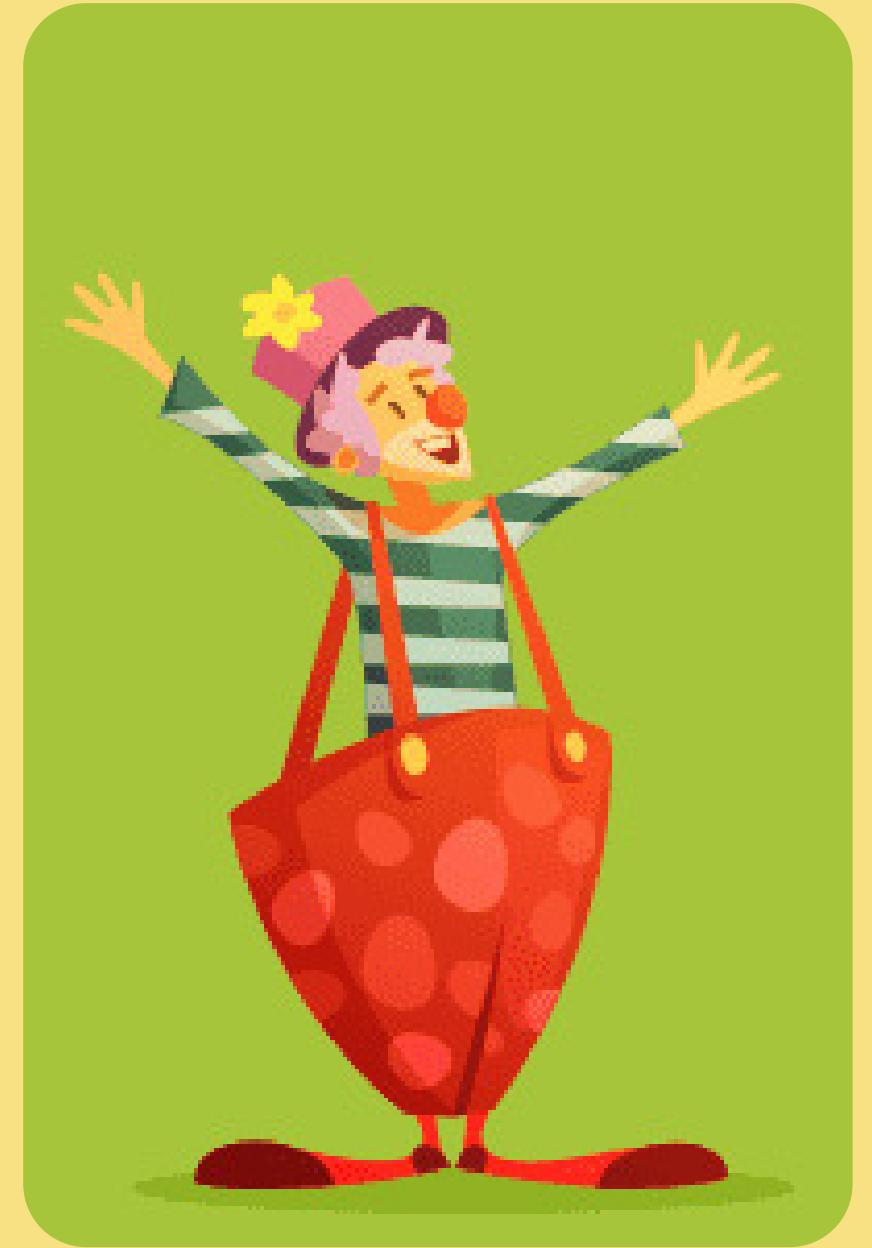
PRESENTE, SEM PREOCUPAÇÕES

META: DIVERTIR-SE E ALEGRAR O MUNDO

MEDO: ABORRECER-SE



FANTA - É MAIS SABOR, É NÍVEL FANTA



"Se eu não puder
dançar, não quero fazer
parte da sua revolução"

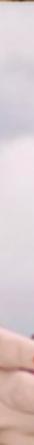
ESTILO DE SE VESTIR: CRIATIVO

Acessórios coloridos
Formas arredondadas
Cores vibrantes e alegres
Cabelos enrolados/penteados diferentes
Estampas
Tipologia infantil



Brincalhão
Despreocupado

PERSONA LADY GAGA



Brincalhão
Despreocupado

GRUPO 4

MOTIVAÇÃO:
ESTABILIDADE E
CONTROLE

DÃO ESTRUTURA
AO MUNDO



O prestativo



O criador



O governante

ESTABILIDADE
ACIMA DE
MAESTRIA

PRESTATIVO GENEROSIDADE

DESEJO BÁSICO: PROTEGER OS OUTROS
DO MAL

META: AJUDAR OS OUTROS
MEDO: EGOÍSMO



UNIMED - CUIDANDO DE VOCÊ



"Ama o teu próximo
como a ti mesmo"

ESTILO DE SE VESTIR: CASUAL ROMÂNTICO

Acessórios delicados
Formas arredondadas
Cores claras
Cabelos enrolados e/ou presos
Estampas florais
Tipologia manuscrita



Amorosa
Receptiva

PERSONA MIRANDA HOBBS



Amorosa
Receptiva

CRIADOR

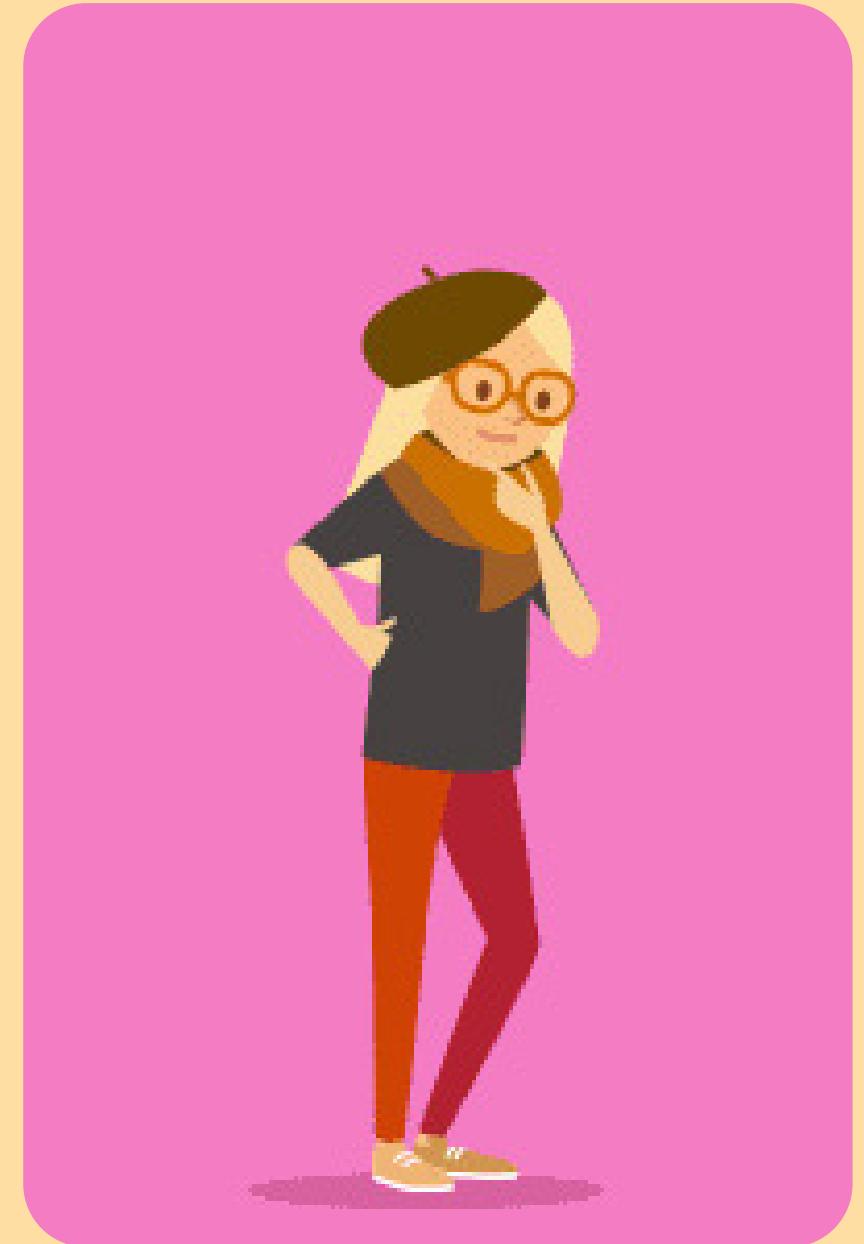
INOVAÇÃO

DESEJO BÁSICO: CRIAR ALGO DE VALOR

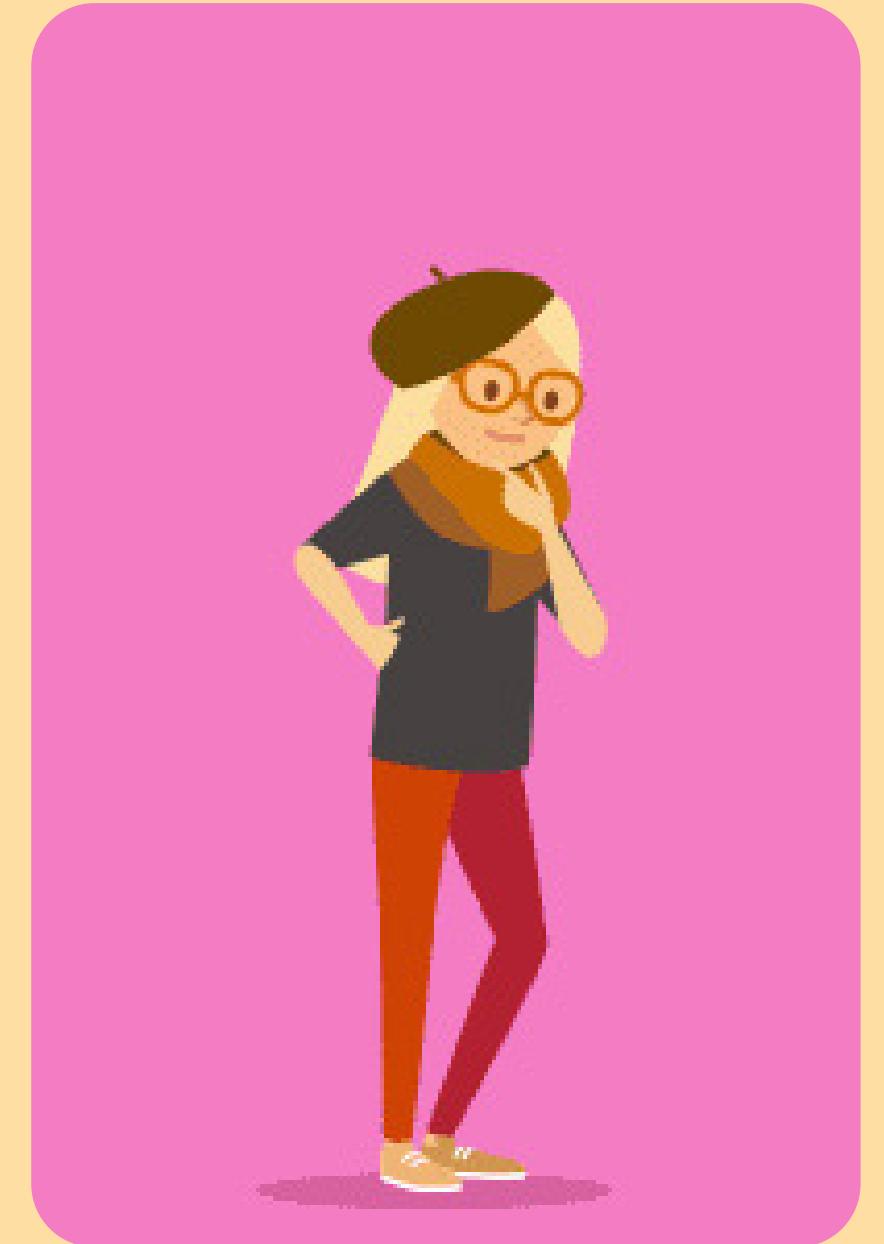
DURADOURO

META: DAR FORMA A UMA VISÃO

MEDO: SER MEDÍOCRE



CRIADOR WITH LEGO YOU CAN DO MORE



"Se pode ser
imaginado, poderá
ser criado"

ESTILO DE SE VESTIR: CRIATIVO MODERNO

Acessórios diferentes
Formas geométricas
Cores vibrantes
Penteados diferentes
Estampas inusitadas
Tipologia contemporânea



Imaginativa
Inovadora

PERSONA CARRIE BRADSHAW



Imaginativa
Inovadora

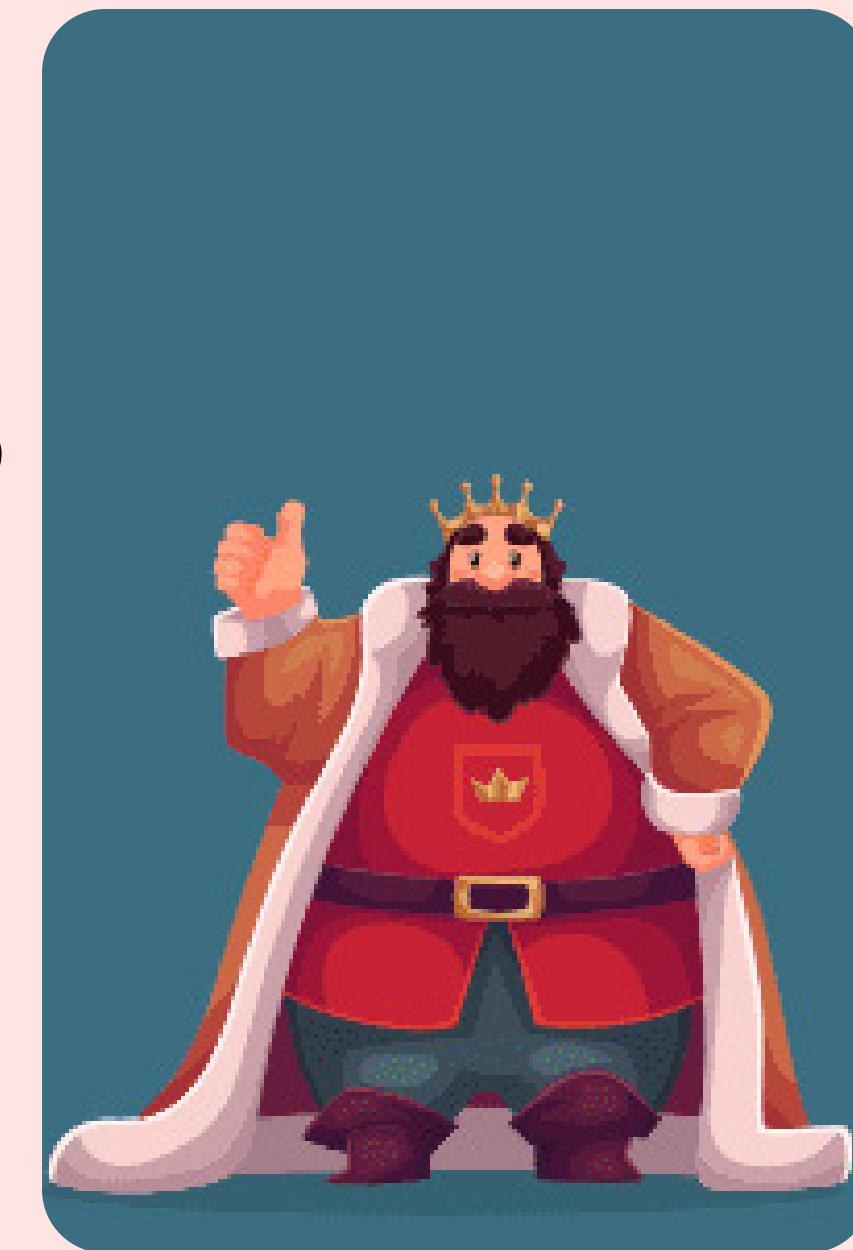
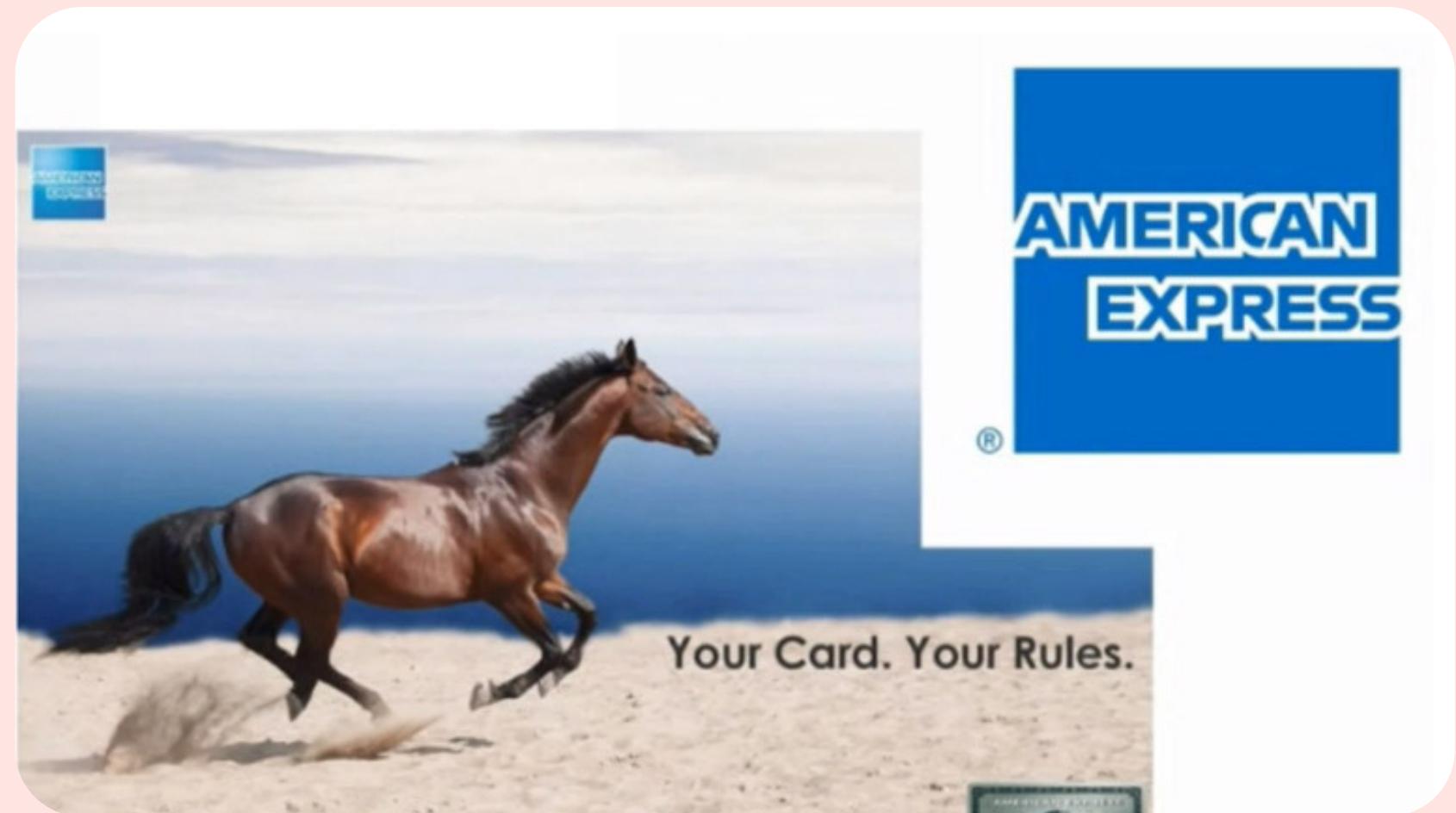
GOVERNANTE LIDERANÇA

DESEJO BÁSICO: CONTROLE
META: CRIAR ALGO BEM SUCEDIDO
MEDO: SER DESTITUÍDO



AMERICAN EXPRESS

YOUR CARD. YOUR RULES



"O poder não é tudo,
é só o que importa"

ESTILO DE SE VESTIR TRADICIONAL SOFISTICADO

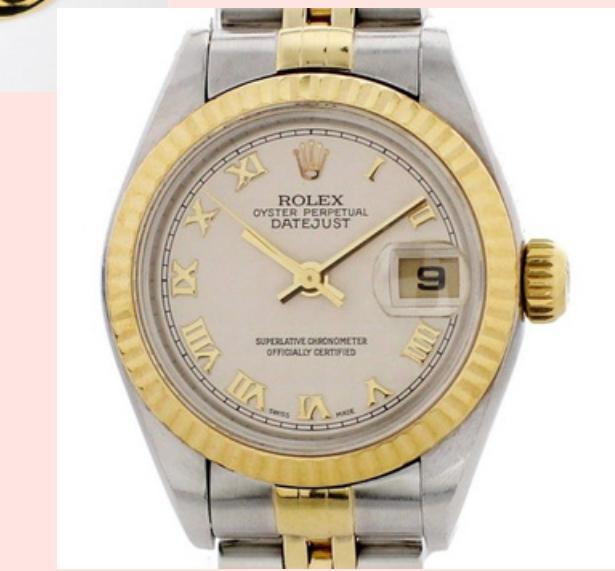
Acessórios sofisticados
Formas geométricas
Cores neutras
Cabelos lisos
Modelagem estruturada
Tipologia tradicional com serifa



Controlador
Líder

@chrisimagem

PERSONA MARGARET TATE



Controlador
Líder

COMO DESCOBRIR O SEU ARQUÉTIPO



@chrisimagem

AQUÉTIPOS NA MARCA PESSOAL

O MERCADO É A MENTE HUMANA.

O CONSUMIDOR REAGE EMOCIONALMENTE E EXISTE UMA CHAVE PARA CADA EMOÇÃO HUMANA E CADA COMPORTAMENTO.

QUANDO SE VÊ UM ARQUÉTIPO E UM PRODUTO JUNTO, TEMOS UMA REAÇÃO EMOCIONAL E ASSOCIAMOS ESTA RESPOSTA AO PRODUTO.

O QUE PODE NÃO TER NADA A VER COM ELE, MAS PARA O CÉREBRO ISSO NÃO FAZ DIFERENÇA.

@chrisimagem



COMO REVELAR O SIGNIFICADO ARQUETÍPICO DA SUA MARCA



CARACTERÍSTICAS
VALORES
PERSONA
HISTÓRIA DA MARCA
SOLUÇÃO
CONCORRÊNCIA

1

MARCAS CONCORRENTES

1.

2.

3.

4.

5.

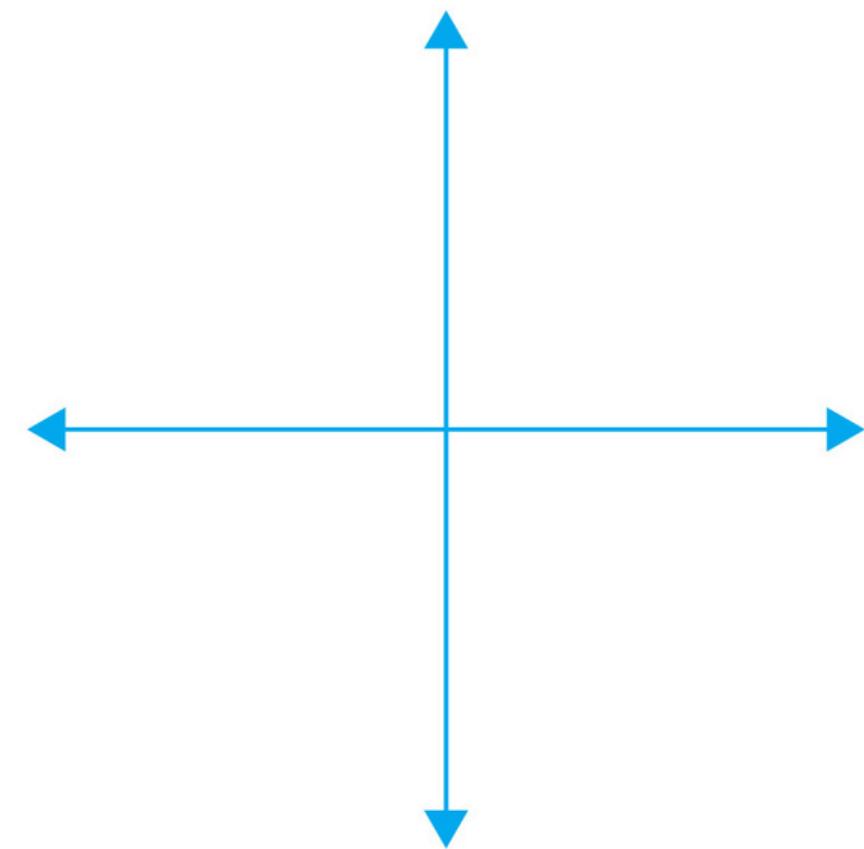
2

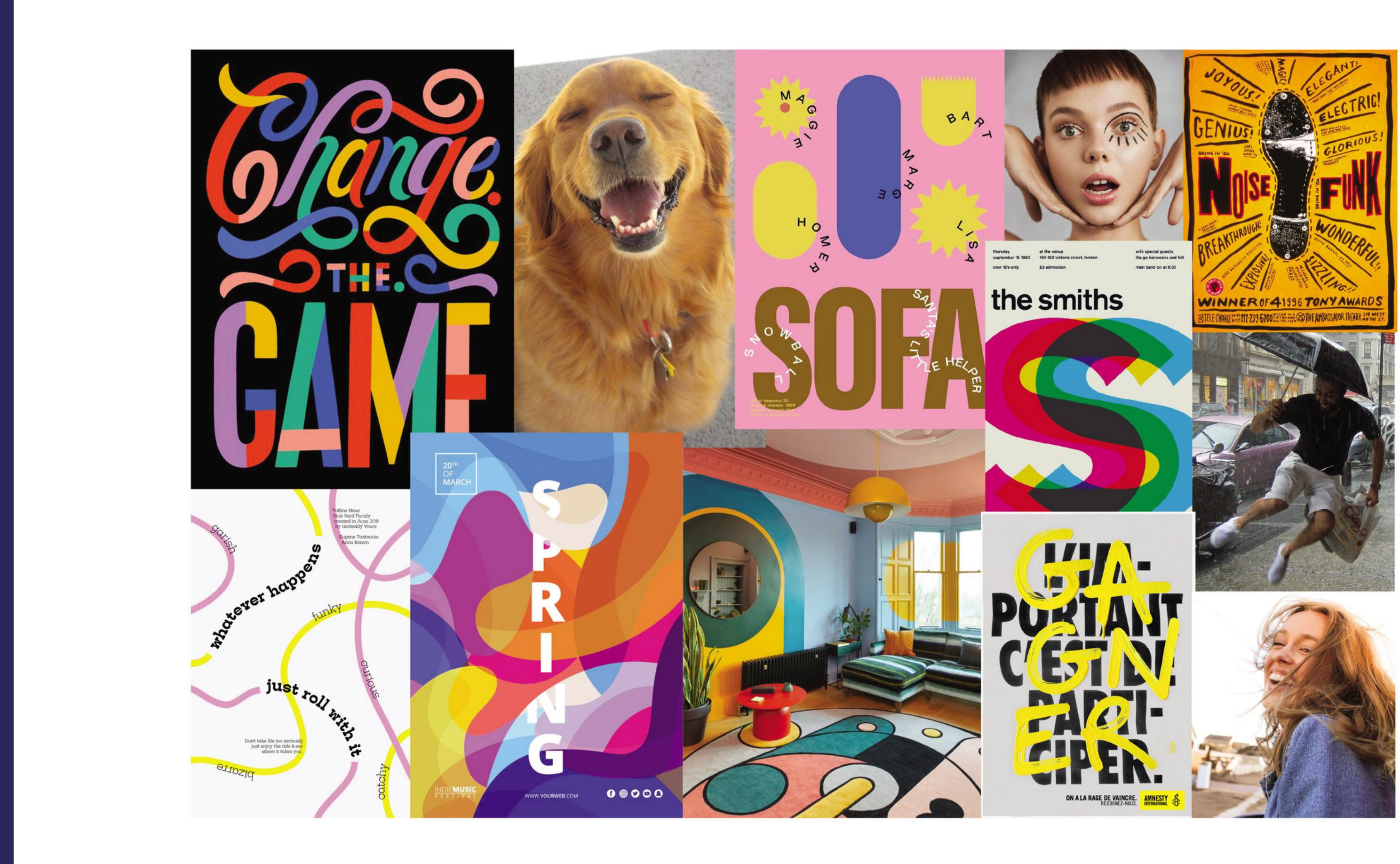
3 PALAVRAS-CHAVE

-
-
-
-
-

3

TERRITÓRIOS MAPEADOS

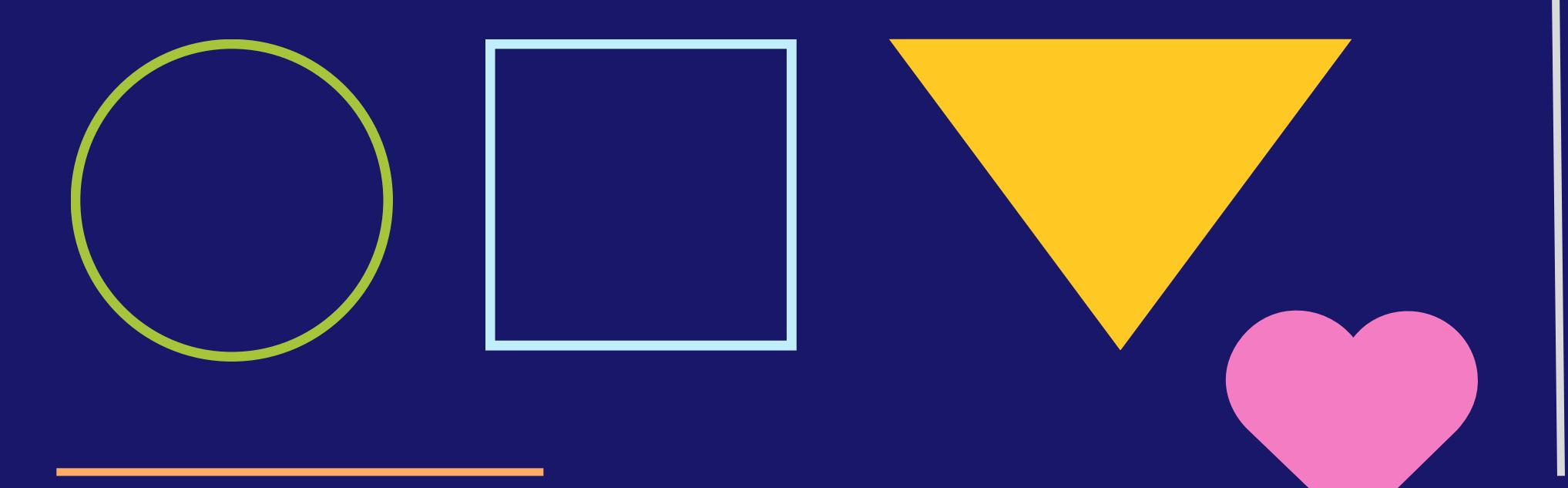




MOODBOARD

@chrisimagem

CORES E FORMAS



LINHAS: AS HORIZONTAIS PASSAM ESTABILIDADE, AS VERTICAIS, PODER.

ÂNGULOS: FORÇA, ENERGIA.

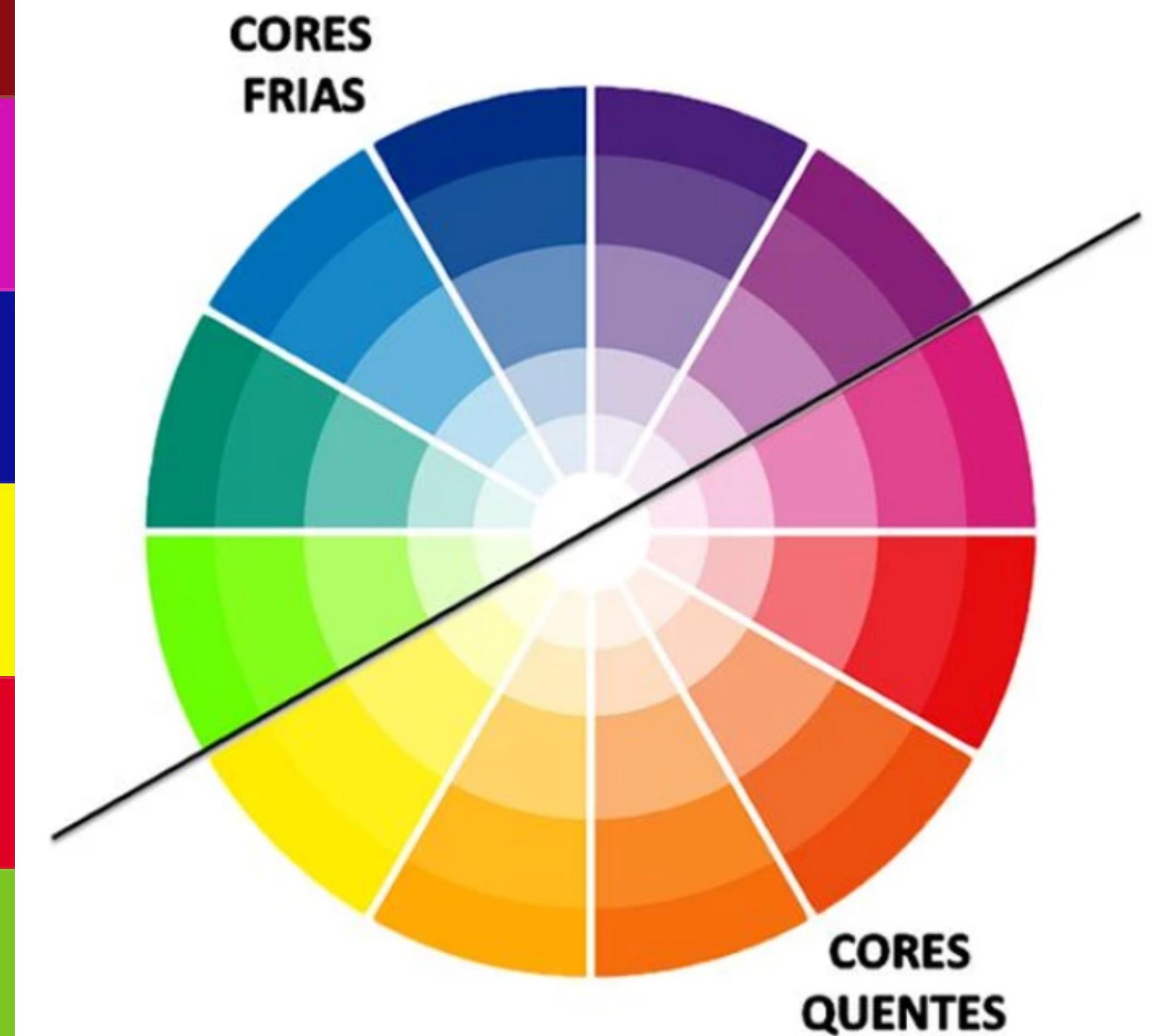
QUADRADO: SEGURANÇA E CONFIANÇA.

CÍRCULO: PERSEVERANÇA.

ONDAS: SIMPATIA E PROXIMIDADE.

CORES FRIAS E MAIS FECHADAS PASSAM AUTORIDADE, MAS TAMBÉM PODEM PASSAR DISTANCIAMENTO.

CORES QUENTES E MAIS CLARAS PASSAM ALEGRIA, ENERGIA, MAS TAMBÉM PODE PASSAR FALTA DE PROFISSIONALISMO.



manuscritas passam feminilidade

RETAS PASSAM SERIEDADE

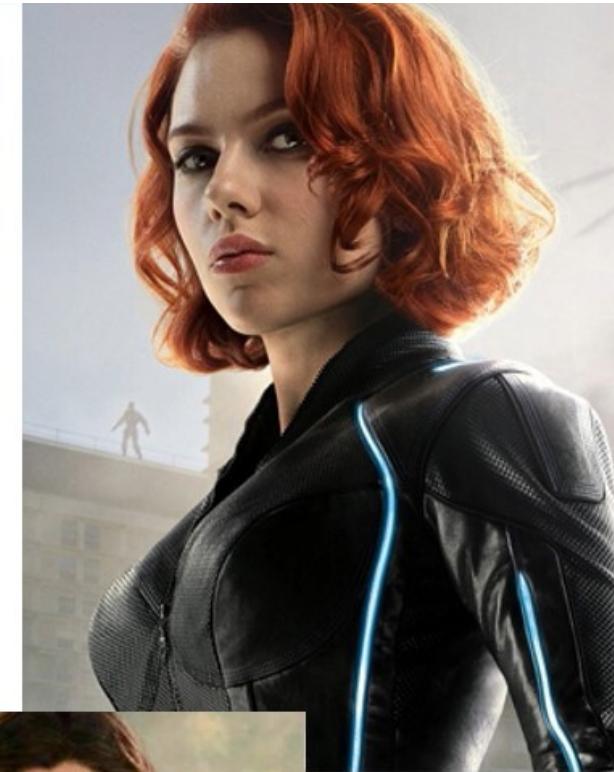
EM NEGRITO PASSAM FORÇA

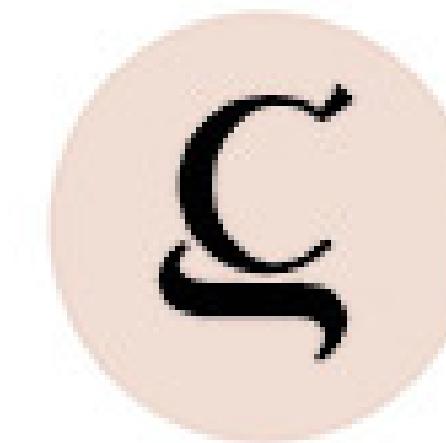
com serifa passam sabedoria

LINGUAGEM VISUAL

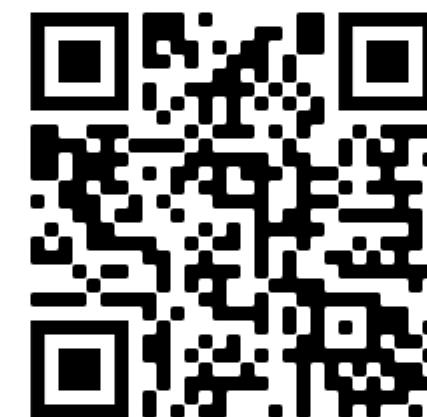
COMO VOCÊ VÊ SEU ARQUÉTIPO?

IMAGINE ESTE ARQUÉTIPO E COMO
SEU CLIENTE DESEJA VÊ-LO





christie
giovannetti
IMAGEM PESSOAL E BRANDING



(41) 99581-0885



@chrisimagem



Sua Imagem Sua Marca



christiegiovannetti.com