



Iniciação ao Estudo de marcas

1. Identidade Visual

1.1. é TUDO o que VISUALMENTE representa uma marca.

1.2. Ferramenta de Branding

1.2.1. A mais importante, na minha opinião

1.3. Ferramenta de Identificação

1.3.1. A mais importante, na minha opinião

1.4. Ferramenta de comunicação

1.4.1. A mais importante, na minha opinião

1.5. Por que é a mais importante

1.5.1. É o primeiro ponto de contato

1.5.2. É que marca visualmente a memória

1.5.3. É o que gera a 1º percepção da pessoas

1.5.4. É o que torna uma marca única

1.5.5. Reflete valores, sentimentos, tom de voz...

1.6. Uma empresa sem identidade visual coloca em risco sua existência

1.6.1. Sem credibilidade

1.6.2. Sem força

1.6.3. Sem coerência

1.6.4. Sem profissionalismo

1.7. Dica: Daqui pra frente...

1.7.1. Identidade visual marcante

1.7.1.1. Mailchimp

1.7.1.1.1. Mailchimp Design | Mailchimp

Link: <https://mailchimp.com/design/>

1.7.2. Identidade Visual fora dos padrões do mercado

1.7.2.1. Busca conectar visualmente com seus diferentes públicos!

1.7.2.2. OPERA

1.7.2.2.1. Browsers for every device | Opera Web Browsers | Opera

Link: <https://www.opera.com/pt-br/browsers>

1.7.3. Marcas que se conectam com o desejo do cliente

1.7.3.1. Starbucks

2. Marca

2.1. No mundo moderno, tudo que se vende, de alguma forma, possui uma marca.

2.2. Marca é a identidade daquilo que ela representa

2.2.1. Marcas possuem muitas características, pelo qual elas podem ser identificadas, sentimentos, cheiros, personalidades, manias, atitudes, histórias e, claro, características visuais.

2.2.2. Qualquer coisa que possua uma marca já pode ser identificada e lembrada.

2.2.2.1. Gera emoção

2.2.2.2. E se o design é bem feito, tudo é facilitado.

2.2.3. São consideradas marcas quaisquer: palavras ou letras distintas, números, desenhos, imagens, formas, cores, símbolos, rótulos, embalagens, sons, cheiros ou combinações usadas para identificar as empresas, negócios, produtos ou serviços.

2.3. Marca define um Produto ou serviço!

2.4. Cria relacionamentos

2.5. Branding

2.5.1. Processo de gestão

2.5.2. Posicionamento

2.5.3. Tom de voz

2.5.4. Valores

2.5.5. Visão

2.5.6. Marketing

2.6. Dica: Daqui pra frente...

2.6.1. Sentimento

2.6.1.1. Marcas de destaque estão preocupadas com o "sentimento" do seu cliente.

2.6.1.2. Qual é o sentimento que essa marca promove e se isso é refletido no seu cliente

2.6.1.3. Coca Cola

Vídeo:

<http://www.youtube.com/embed/veYEFQkrnP?start=0>

2.6.2. Conexão

2.6.2.1. Marcas que focam com todas as suas energias em seu público alvo

2.6.2.2. Marcas que usam sua comunicação para se conectar com seu público

2.6.2.3. DOVE

Vídeo:

[http://www.youtube.com/embed/g4Ahzzc8osY?
start=0](https://www.youtube.com/embed/g4Ahzzc8osY?start=0)

2.6.3. Marcas que se tornaram humanas

2.6.3.1. Uso das redes sociais com maestria

2.6.3.2. Responde seus clientes

2.6.3.3. Atendimento pessoal

2.6.3.4. Comunicação direta

2.6.3.5. Netflix

2.6.3.5.1. 1

2.6.3.5.2. 2

2.6.3.5.3. 3