

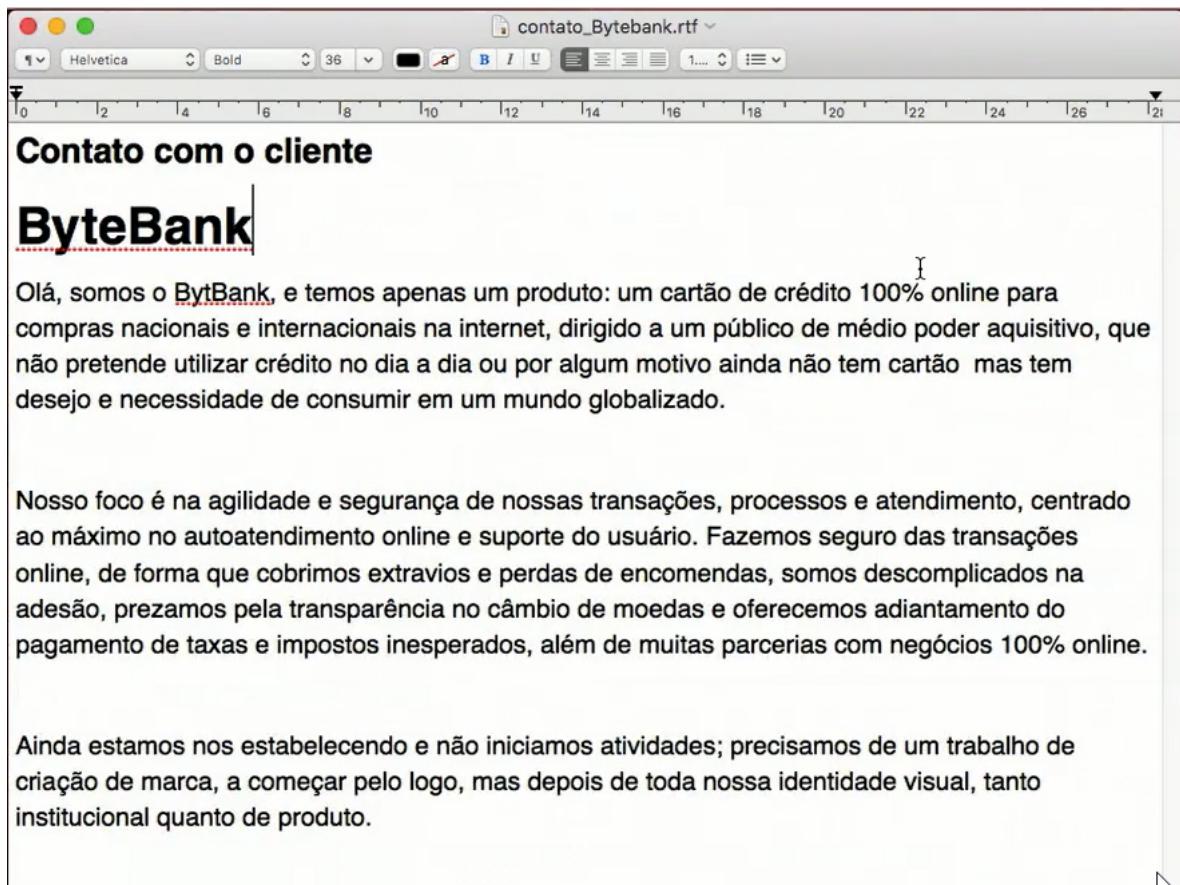
03

Contato com o Cliente

Transcrição

Vamos colocar a mão na massa. Precisamos descobrir quem é o nosso cliente, pois quando desenhamos um logo, estamos representando a identidade da empresa, bem como de que se trata o seu produto e como ele quer se comunicar com o público. Não adianta começarmos a "rabiscar" antes de termos uma boa noção sobre quem é o cliente.

O primeiro passo será analisar o contato por e-mail feito pelo cliente.



No e-mail, ele nos explica que o Bytebank tem apenas um produto, um cartão 100% online para compras nacionais e internacionais pela internet. Por esta análise, sabemos que o cartão será usado exclusivamente online - o que significa que o usuário não irá utilizá-lo na rua -, isto já é um diferencial. O cliente também nos explica que o produto é dirigido para um público de médio poder aquisitivo que não pretende utilizar crédito no dia a dia e ainda não possui cartão, mas tem a necessidade de utilizá-lo. Com isto, ele nos explica a quem o produto se direciona, seus problemas ou desejos. O cliente também espera atingir as pessoas que por algum motivo não têm acesso às compras internacionais, suprindo esta demanda.

O e-mail explica que o foco está na agilidade e segurança das transações e, provavelmente, o usuário não terá uma agência. Ele irá investir no aplicativo ou no site de forma que o cliente consiga resolver seus assuntos sem recorrer à ninguém, sem precisar de atendentes ou uma agência.

Entre os serviços oferecidos, há seguro das transações online, cobrança de extravios e perdas de encomendas - um problema bastante comum em compras online -, oferecem adesão facilitada, ou seja, devem ter pouca burocracia. Eles querem dar acessibilidade a pessoas de médio poder aquisitivo que não estão conseguindo crédito.

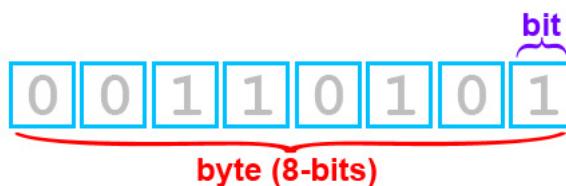
A empresa também afirma prezar pela transparência no câmbio de moedas e oferece adiantamento do pagamento de taxas e impostos inesperados. É outro serviço interessante, porque é possível que exista, por exemplo, cobrança de taxas inesperadas em compras internacionais, transação pode ser feita em uma data cujo o valor do dólar tinha outro preço.

Segundo o e-mail, o Bytebank disponibiliza adiantamento de crédito, ou ao menos uma ajuda em casos de compras de camisas em um site internacional com cobrança de uma taxa imensa. A empresa também oferece parcerias com negócios 100% online. Assim, começamos a ter uma ideia de quem é o cliente.

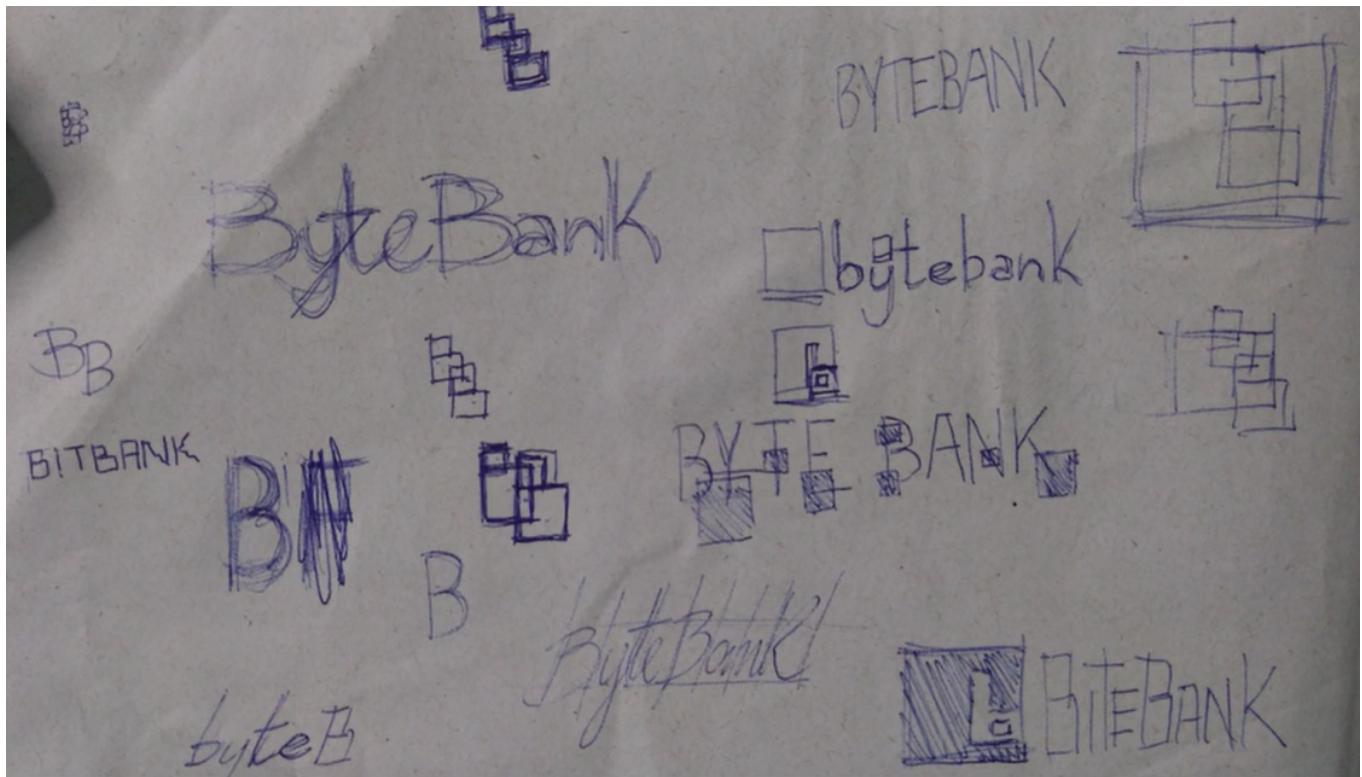
O Bytebank ainda está se estabelecendo e não começou suas atividades. Eles precisam de um trabalho de criação de marca, que começará pelo logo e seguirá por toda identidade visual. Criar uma marca que atenda o público e represente o Bytebank. Isso já nos dá inspiração.

O próximo passo será pesquisarmos no Google sobre o significado do termo **byte** e por que foi escolhido para o nome da empresa.

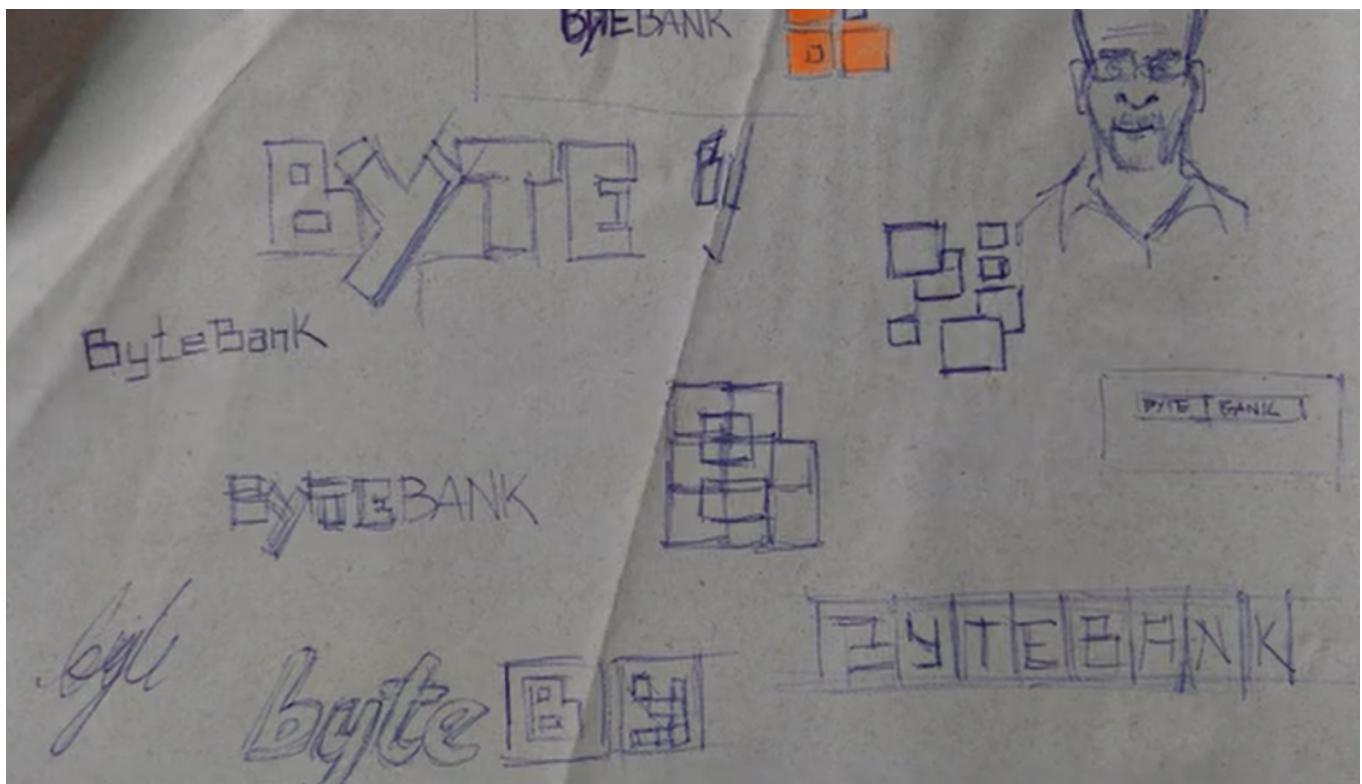
Usaremos um resultado da [Wikipedia](https://pt.wikipedia.org/wiki/Byte) (<https://pt.wikipedia.org/wiki/Byte>). Trata-se de uma linguagem binária, na qual 1 byte representa 8 bits.



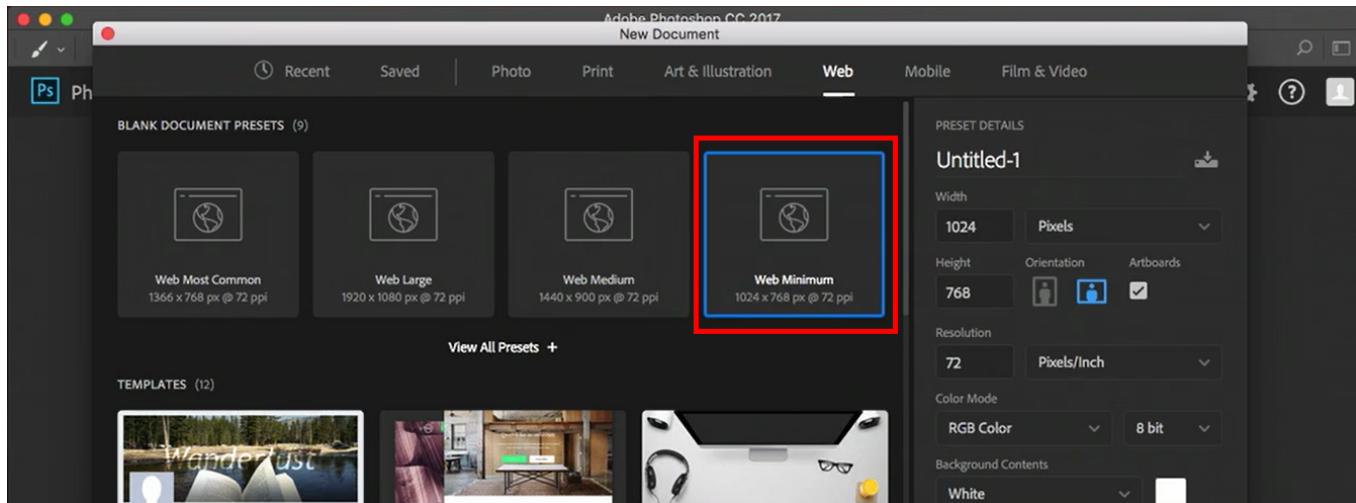
Cada bit é uma unidade de informação binária, que varia entre 1 e 0. No total, em um byte temos 256 possibilidades de combinações dos dois números. É uma maneira de gerar informação para o computador. Tais informações trouxeram inspiração, então vamos começar a desenhar.



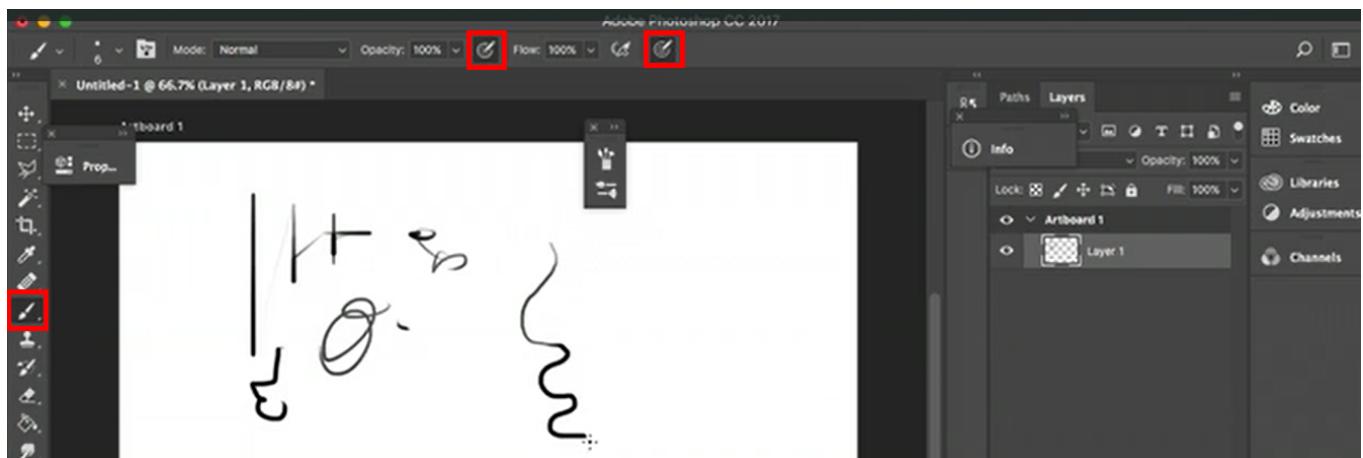
Já fiz vários desenhos e diferentes esboços a partir da primeira leitura do e-mail.



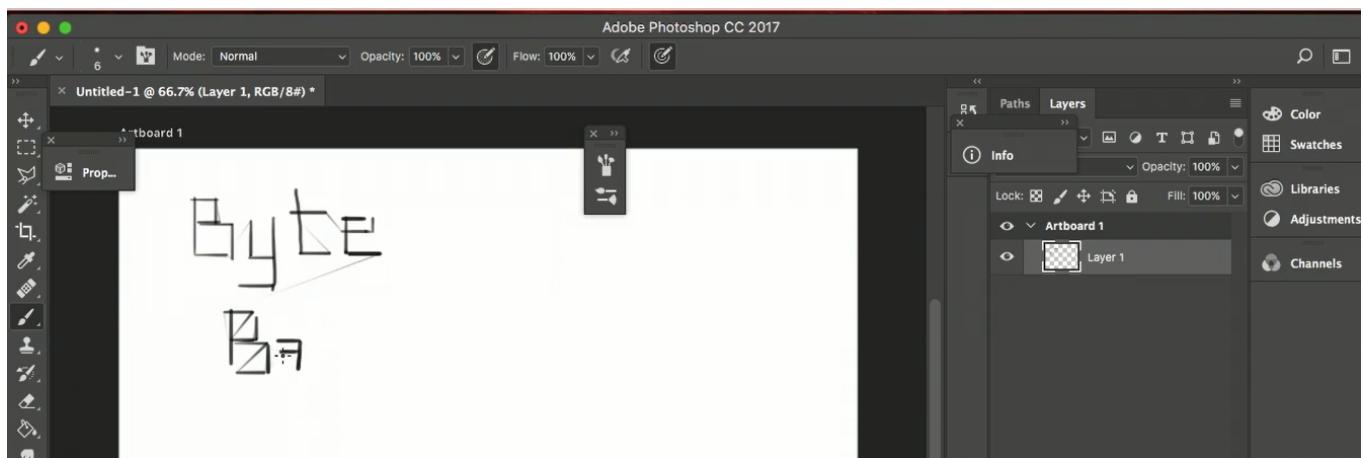
Os desenhos ainda estão bem informais, o papel está amassado, mas neste momento isto é irrelevante. Se você tiver um caderno de anotações quadriculado ou folha sem pauta, vai ser bastante útil. Em seguida, abriremos o Photoshop e um novo arquivo (*New Document*) e selecionaremos a opção "Web Minimum" com as dimensões 1024 x 768 . Depois, clicaremos em "Create".



Vou utilizar minha mesa digitalizadora, mas se você preferir usar o papel e caneta, não tem problema. Neste momento, nosso objetivo é passar nossas ideias para o papel - aproveite para pensar no máximo de ideia possíveis. Com a ferramenta "brush" (tecla "D") selecionaremos a variação de opacidade e de espessura.



Ao pensar em informática, na minha mente, vêm formas quadradas, digitais... A letra "B" se repete, podemos explorar isso.



Por enquanto estamos fazendo um **estudo** do logo. Outra opção é criarmos o quadrado com casinhas pintadas e outras não, trabalhando com a ideia de binário, e então usar a tipografia mais redonda, deixando mais próximo do usuário, com uma letra "mais humana", orgânica.

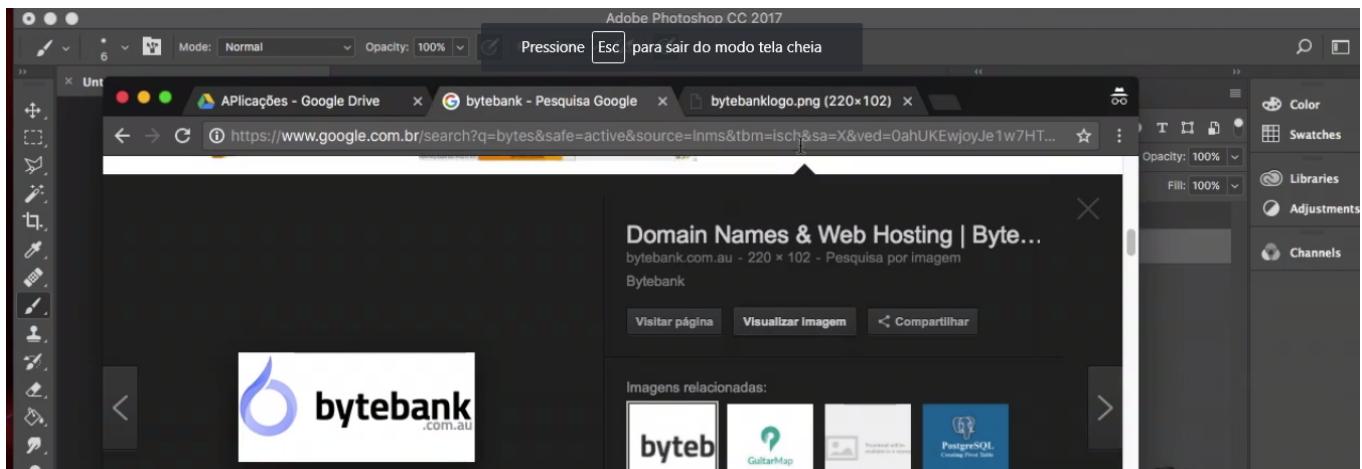


Podemos seguir trabalhando, desta vez com os números 1 e 0. Não devemos nos preocupar se uma ideia parece ridícula, neste momento não queremos desperdiçar nada.



Por mais que já esteja desenhando, sinto falta de algumas informações. Não analisamos o mercado nem vimos a localização da empresa, não pesquisamos os concorrentes. Precisamos de uma ideia que seja bem contextualizada, ou seja, faltam informações.

Ao pesquisarmos no Google pelo termo `Bytebank`, será que encontrariam alguma referência? Caso estivessemos fazendo o redesenho da marca da IBM, por exemplo, certamente encontrariam muitas informações na internet. Sobre o Bytebank, no entanto, encontramos imagens de discos de armazenamento, a logo de uma empresa homônima:



É um provedor de internet que oferece domínios. Por enquanto, nosso cliente Bytebank não possui nenhuma atividade. Isto dificulta o processo de coleta de informações. O que podemos fazer em situações deste tipo? Uma solução é nos reunirmos com o cliente e conversarmos. Enviaremos um e-mail para o contato que nos enviou as primeiras informações, agradecendo os dados já enviados e explicando que precisaremos saber de mais coisas.

Pedimos uma reunião, podemos sugerir um local se o cliente não tiver um bom local para a realização do encontro. Podemos também oferecer nosso próprio local ou alguma opção mais neutra que nos permita discutir as ideias sem tanta formalidade.

Marcada a reunião, mais adiante definiremos o que podemos perguntar, e nos prepararemos para o encontro.