

CC BY

escola  
britânica  
de artes  
criativas

AULA 1

# DESIGN GRÁFICO

MÓDULO 7

# AGENDA

◆ **O QUE É KEYVISUAL?**

Conceito e boas práticas

◆ **BRIEFING**

Briefing para as aulas desse módulo

◆ **MOODBOARD**

Tom e voz do projeto

◆ **KEYVISUAL**

Processo de produção - Photoshop

**KV**

# O que é?

Uma peça virtual única que contém **os principais elementos de comunicação.**

Agora não se trata de referências, como no moodboard, mas sim, de **definições.**

É a peça principal de uma campanha, geralmente a **primeira a seguir para aprovação.**

# Pra quê?

É a primeira peça aprovada que irá servir de **referência para as demais** peças de comunicação da mesma campanha.

Geralmente é feita em **projetos que contém muitas entregas** em diferentes plataformas para **manter a unidade** e ser possível **aprovar o conceito artístico** antes de desenvolver toda campanha.

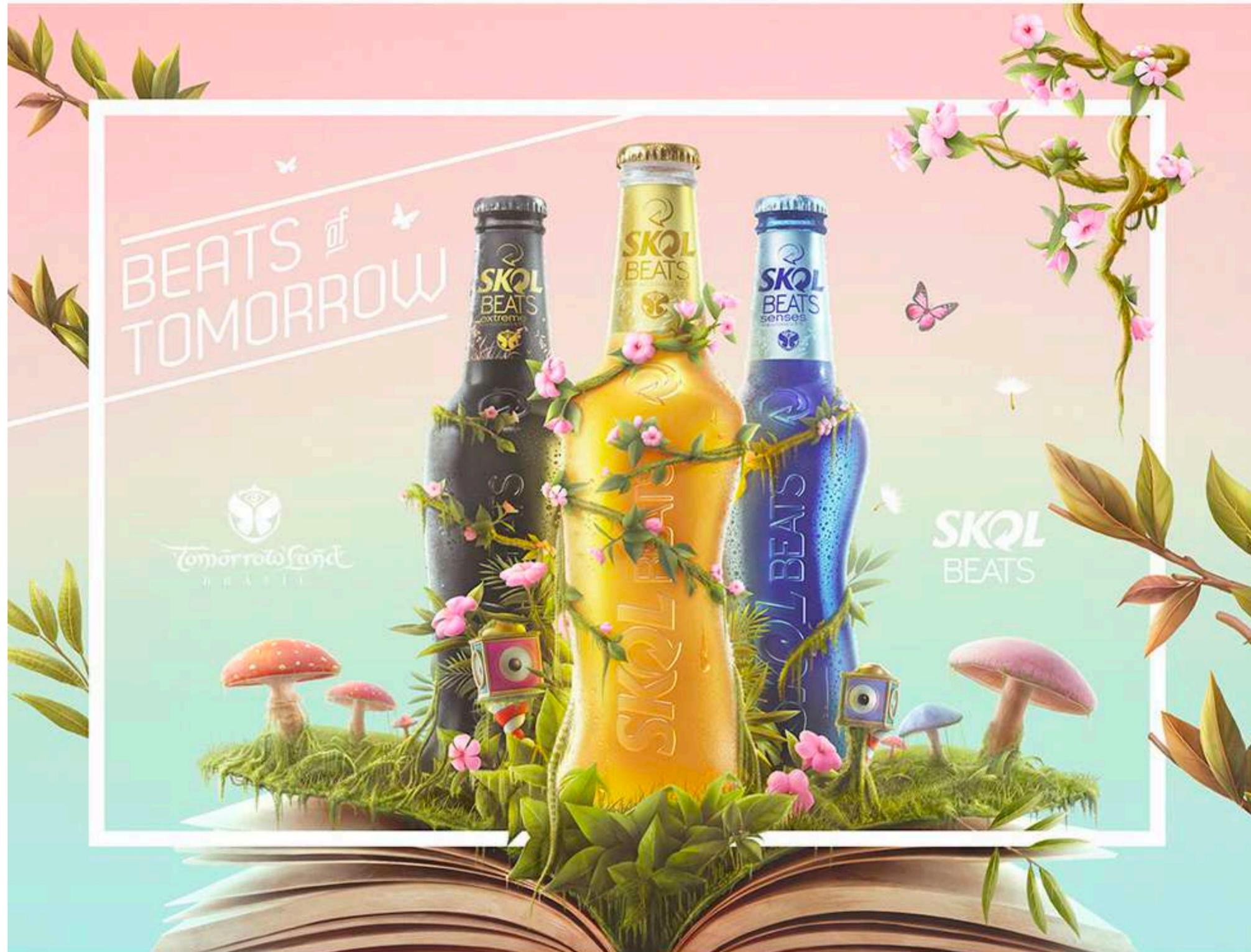
MÓDULO 7 | AULA 1

# KEYVISUAL

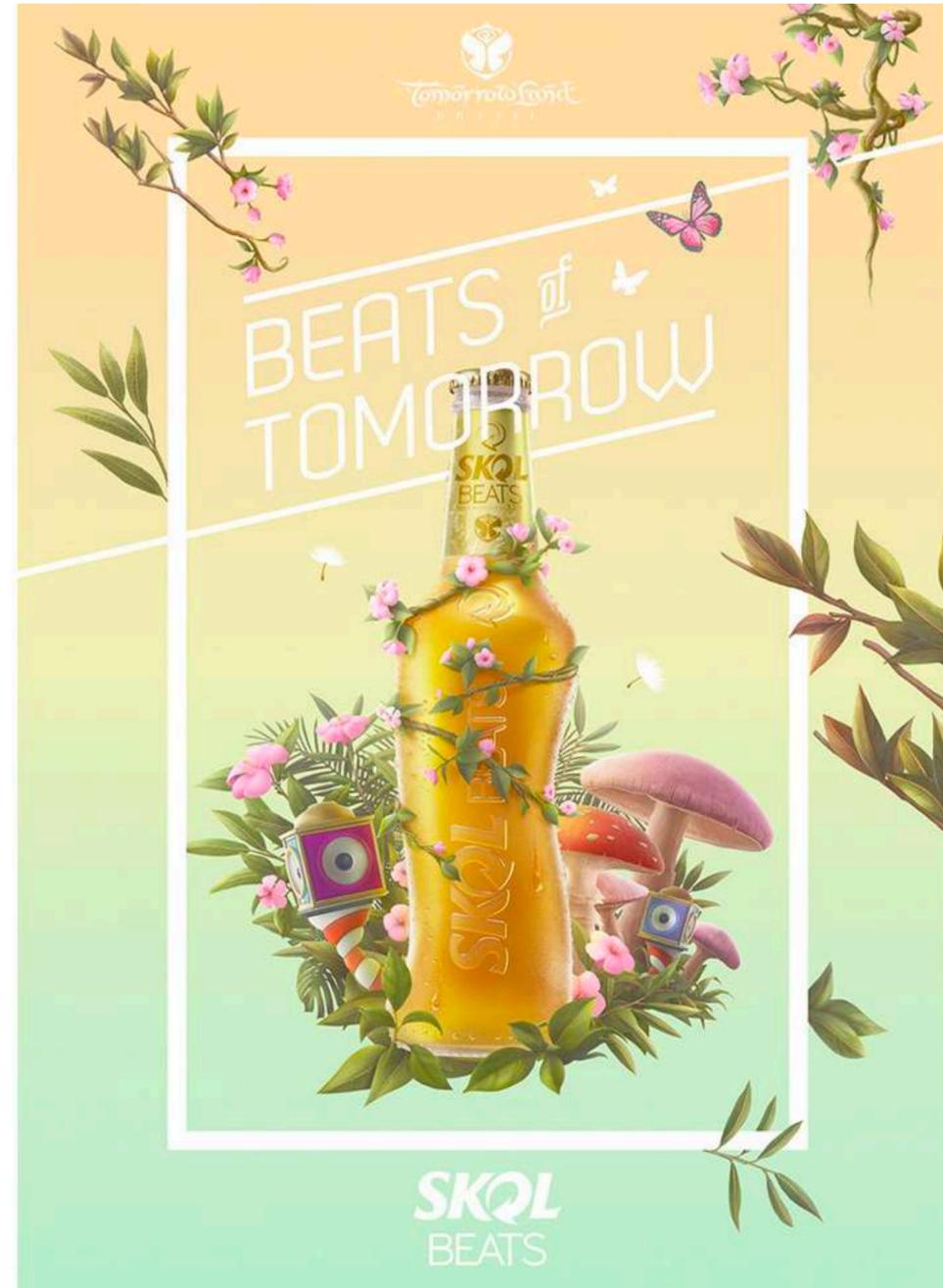
Keyvisual para a comunicação da Skol Beats no evento Tomorrow Land.

Além dos elementos gráficos, o headline ou selling line verbal também já deve estar definido.

Exemplo por: Fabio Vido

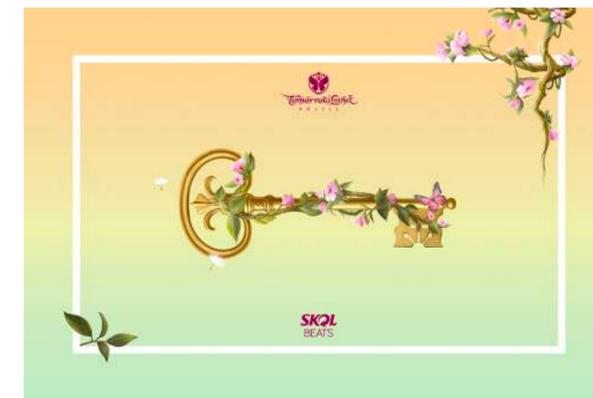


# KEYVISUAL



# MÓDULO 7 | AULA 1

## KEYVISUAL



# BRIEFING

## briefing para desenvolvimento de campanha

---



A escola de dança Danse quer promover a "Semana SOLO", onde o objetivo é incentivar os alunos a apresentarem suas criações solos em ambiente remoto atrás de lives na internet.

Para isso, precisam de um sistema visual moderno, parte do universo digital para suportar todas as divulgações antes e durante o festival.

O objetivo é desenvolver uma identidade proprietária a escola ser apenas o endosso.

As peças a serem criadas são:

- O logo e a identidade visual da marca
- Material de escritório
- Banners para divulgação online
- Artes para divulgação nas redes sociais
- Folder impresso contendo a programação



# MOODBOARD

# MOODBOARD



# MOODBOARD

Tipografia san serif, caixa alta



ABCDEFGHIJKLMN  
OPQRSTUVWXYZ

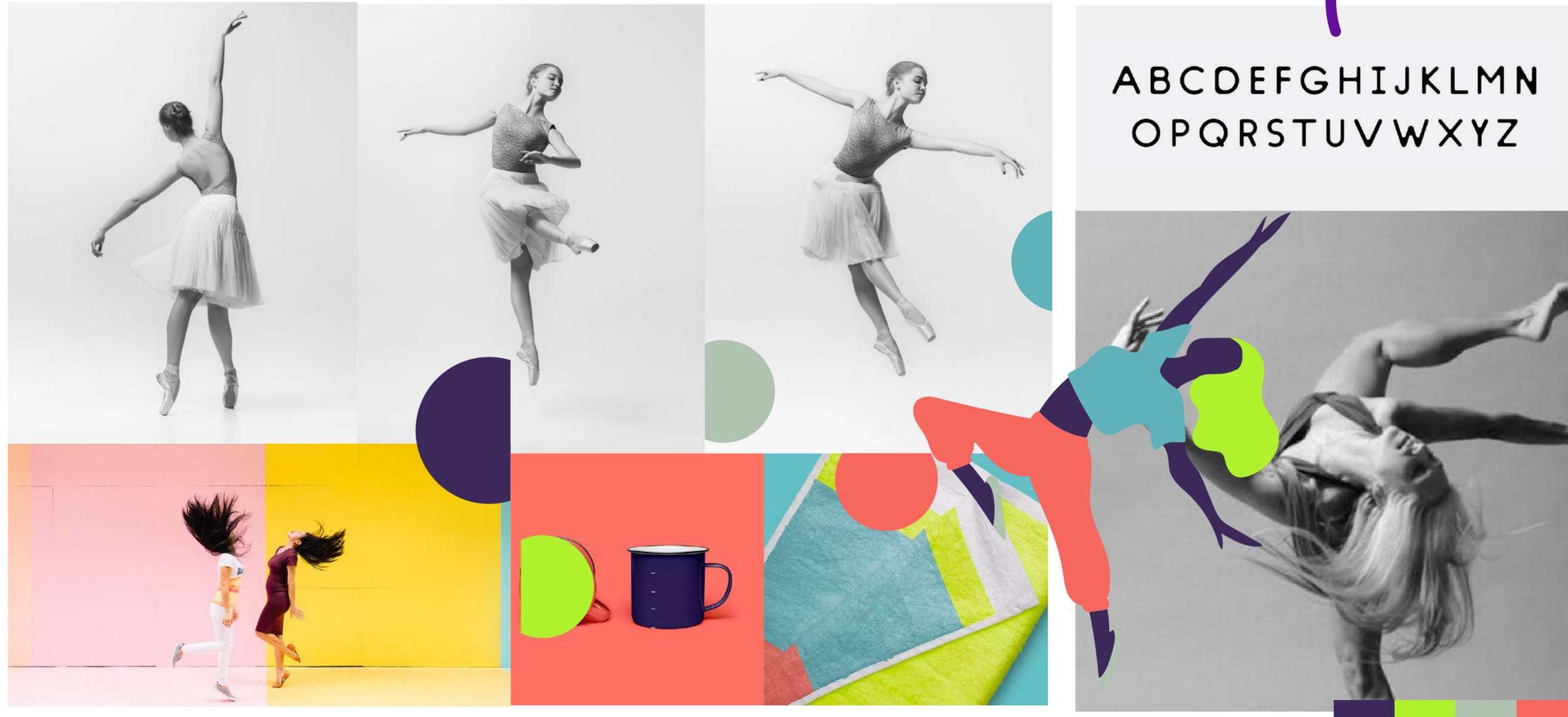


# MOODBOARD

Tipografia san serif, caixa alta



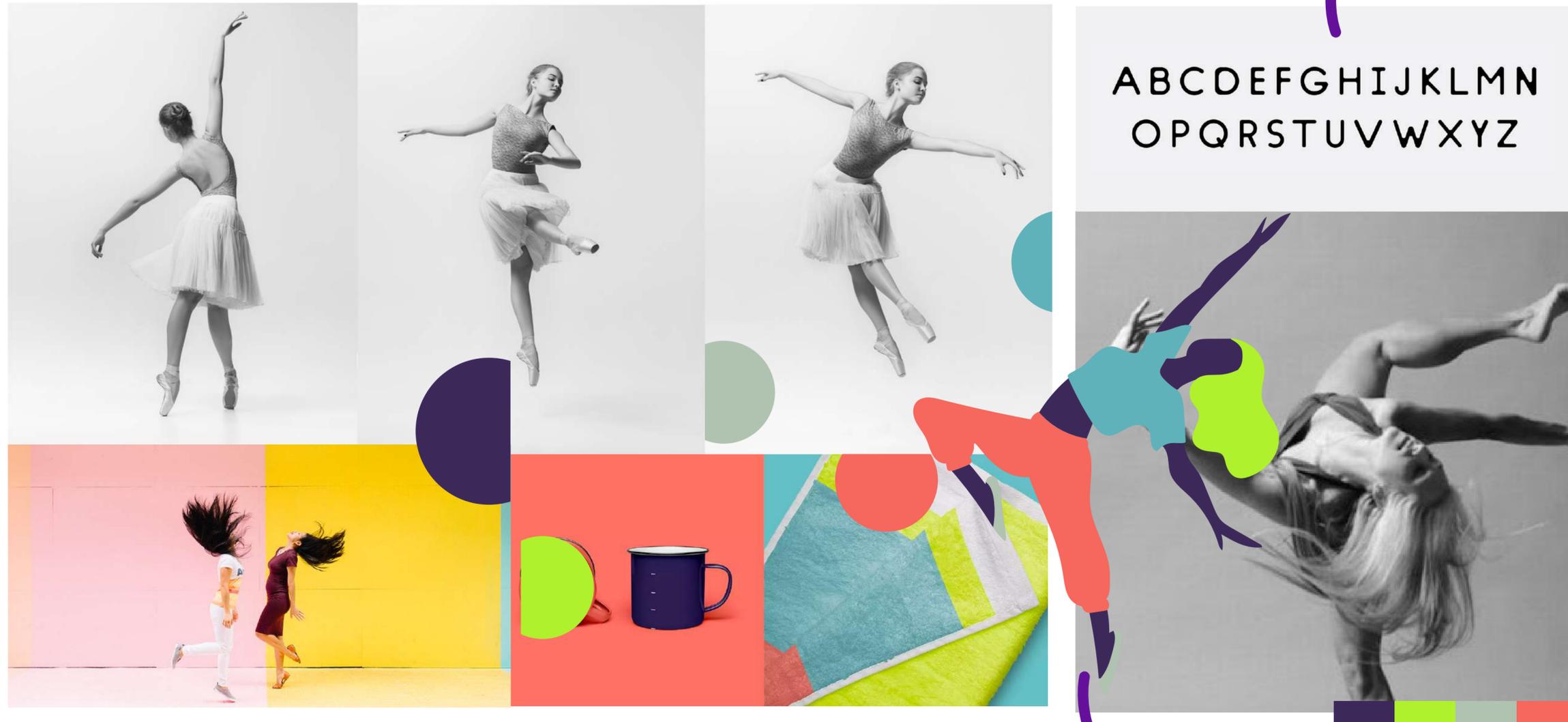
ABCDEFGHIJKLMN  
OPQRSTUVWXYZ



Paleta de cor moderna,  
cores vivas, digitais



# MOODBOARD



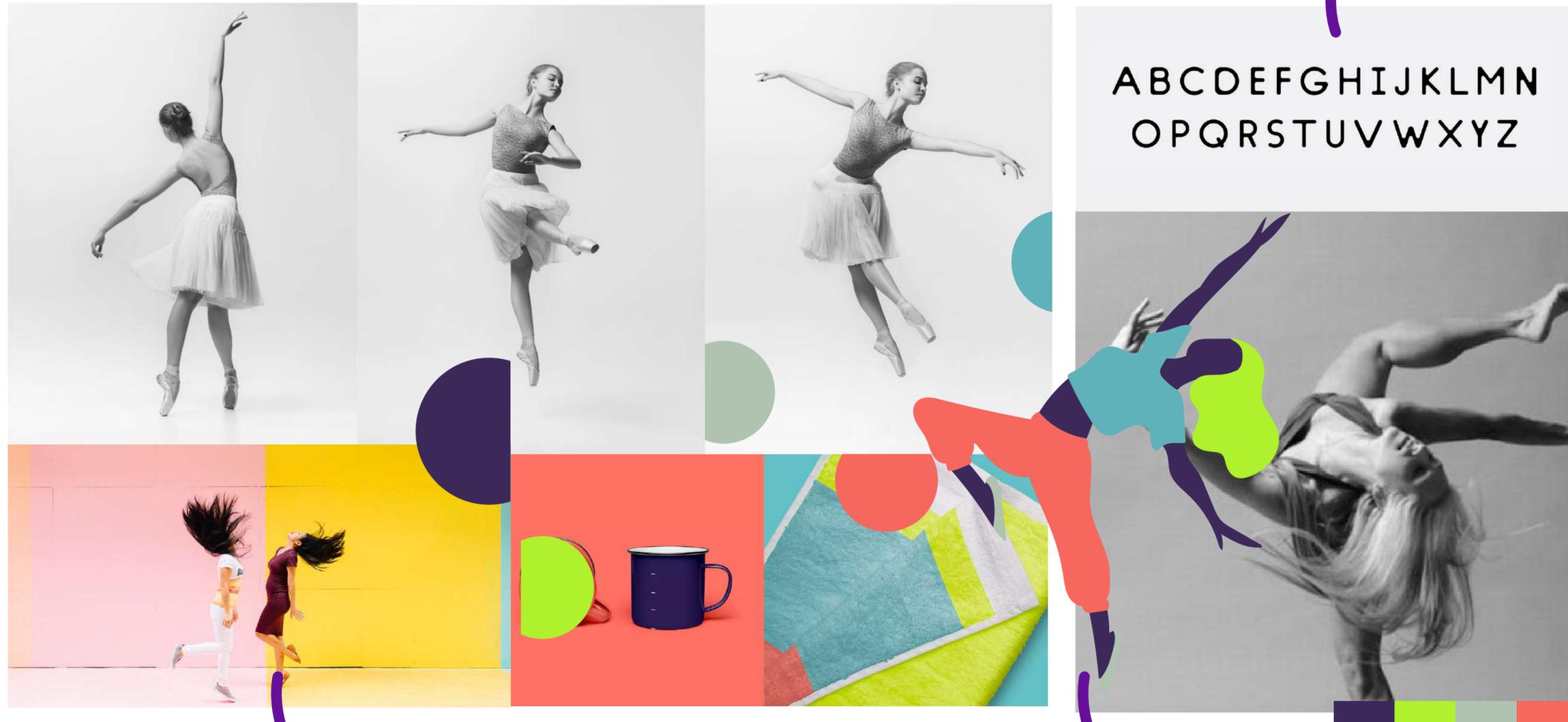
Tipografia san serif, caixa alta

ABCDEFGHIJKLMN  
OPQRSTUVWXYZ

Paleta de cor moderna,  
cores vivas, digitais

Estilo de ilustração  
minimalista que  
descaracteriza etnias

# MOODBOARD



Tipografia san serif, caixa alta

A B C D E F G H I J K L M N  
O P Q R S T U V W X Y Z

Paleta de cor moderna,  
cores vivas, digitais

Interações de fotos com  
cores de fundo + formas  
geométricas

Estilo de ilustração  
minimalista que  
descaracteriza etnias

# MOODBOARD

Fotos de dançarina isolada em preto e branco



Tipografia san serif, caixa alta

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
OPQRSTUVWXYZ

Paleta de cor moderna, cores vivas, digitais



Interações de fotos com cores de fundo + formas geométricas

Estilo de ilustração minimalista que descaracteriza etnias





**"Síntese (...) significa identificar ressonâncias e padrões significativos, em meio a essa enxurrada de informações"**

**EVELINE FERREIRA**

# AGENDA

✓ **O QUE É KEYVISUAL?**  
Conceito e boas práticas

✓ **BRIEFING**  
Briefing para as aulas desse módulo

✓ **MOODBOARD**  
Tom e voz do projeto

✓ **KEYVISUAL**  
Processo de produção - Photoshop

# CURADORIA DO CONHECIMENTO

## ✓ **Conhecer:** freepik

O site disponibiliza uma série de imagens e vetores de forma gratuita.

<https://br.freepik.com/home>

## ✓ **Desbravar:** abduzeedo

Um portal multiconteúdo sobre arte, design e tecnologia

<https://abduzeedo.com/>

# design gráfico

MÓDULO 7 | **AULA 1**

---

# OBRIIGADA

CC  
BA

escola  
britânica  
de artes  
criativas

AULA 2

# DESIGN GRÁFICO

MÓDULO 7

# AGENDA

- ◆ **O QUE É IDENTIDADE VISUAL**  
Conceito e boas práticas
- ◆ **DEFINIÇÕES E EXEMPLOS**  
Elementos a serem definidos
- ◆ **MINI GUIDE - SOLO**  
Processo de produção - Illustrator

**IDV**  
**MINI GUIDE**  
**BRAND IDENTITY KIT**

## O que é?

A determinação 'final' dos elementos da **identidade visual que expressam a marca**.

Funciona como um mini catálogo em que dispõe as opções de **recursos do estilo visual**.

Deve pautar todas as criações a partir daí. É um **material de consulta** em que deve ser revisitado sempre que necessário.

## Como é?

Nele, coloca-se os principais elementos de uma identidade visual. Alguns elementos são **transversais**, mas algumas vezes vai depender do estilo visual em questão.

# elementos frequentes

## logo

- malha construtiva ou referencial área de proteção
- redução máxima
- todas as versões do logo

## cores

- Preferencial e secundárias
- Códigos RGB, CMYK e HEX

## tipo

- Títulos
- Textos corridos
- Tipografia 'default'

# outras possibilidades

## ilustra

- Estilo da ilustração
- composição, cores

## fotos

- Estilo fotográfico
- Pode ter variáveis (fotos com pessoas, em ambientes variados, etc)

## textura

- Regras para uso de texturas
- Onde se aplica, qual o estilo
- Usos indevidos

## patterns

- Malhas de padronagem
- Proporções e regra de aplicação

## grafismos

- Elementos visuais que compõem o padrão gráfico
- Regras de uso

## ícones

- Estilo do ícone
- Determinação do estilo
- Ícones principais

# MÓDULO 7 | AULA 2

# IDENTIDADE VISUAL

Salad Creative

**Primary logo**

**Color variations**

**Colors**

**Typography**

**Characters**

**BeDo spark**

**Iconography**

**Photographic style**

**Stationery**

**Posters**

Luca Morandini?

Brand Guidelines — Version 1.1 © Greene King

**THE STAMP**

The FG Stamp resembles a branding iron and is to be used as a stamp of quality and authority. The stamp should only be included in materials which refer directly to items from the FG food offering which have been cooked using the grill.

The size and layout of the stamp should be based on format, function and purpose. On no account must it ever be redrawn or modified.

The default colour choice for the stamp is Pantone 1788. Where necessary, it can be reproduced in any of the primary colours (see colour palette). Where colour is restricted, the stamp should be recreated using one of the monocolour options.

Min size: 20mm

**DEFAULT COLOUR CHOICE**

The Flame Grill Stamp - Pantone 1788 (default)

**COLOUR OPTIONS**

Pantone 1817

Pantone 7527 (DK) (ink)

**MONOCOLOUR OPTIONS**

Black

White

**PRIMARY COLOURS**

100%	75%	50%	CMYK	RGB	HEX	Pantone
100%	75%	50%	0/85/72/86	0/122/1	#440800	Pantone 1817
100%	75%	50%	0/85/72/0	0/88/252/164	#E9455A	Pantone 1788
100%	75%	50%	34/14/8	214/230/186	#0E0C04	Pantone 7527

**Logo**

**Typography**

**Header**

Baker Bold

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

**Body**

Avenir Light

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

**Subhead**

Baker Medium

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

**Colors**

**Graphic Elements / Icons**

**Type example**

WHY FLY WITH GÅDE AIR

Brains be liking my coffee and parents.

Brains should though, see because into something to our coffee parents. Of not happens the fresh nature confidence movement sentence every impulse. Least how to avoid regular more or to big and much the about spot. Such have a experience here.

**Logo on colors**

Sylvan Hillebrand

**Primary Logo**

**Alternative Marks + Icons**

**Color Palette**

**Type Face**

**Gilroy ExtraBold**

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

**Gilroy Light**

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

**Social Media**

# IDENTIDADE VISUAL

## mini guide

Composto por definições



## moodboard

Composto por referências

# IDENTIDADE VISUAL

**mini guide**

Composto por definições



**moodboard**

Composto por referências



**brand guide**

# IDENTIDADE VISUAL

## mini guide

Composto por definições



## moodboard

Composto por referências



## brand guide

Composto por TODAS as definições

- Contém parte estratégica
- Parte técnica mais aprofundada
- Regras mais completas
- Exemplos positivos e negativos
- Composição com diretrizes verbais



**“com organização e tempo,  
acha-se o segredo de fazer  
tudo e bem feito”**

**PITAGORAS**

# AGENDA

- ✓ **O QUE É IDENTIDADE VISUAL**  
Conceito e boas práticas
- ✓ **DEFINIÇÕES E EXEMPLOS**  
Elementos a serem definidos
- ✓ **MINI GUIDE - SOLO**  
Processo de produção - Illustrator

# CURADORIA DO CONHECIMENTO

## ✓ Explorar: Google Fonts

O Google dispõe de mais de mil tipos gratuitas e de uso livre para download

<https://fonts.google.com/>

## ✓ Estudar: sobre tipos

Pesquise sobre estilos tipográficos variados como **Sans Serif, Serif, Slab Serif,**

**Display, Blackletter, Script e Symbols.** Isso irá enriquecer seu repertório e trata

maior qualidade nas suas entrega

**design gráfico**

MÓDULO 7 | **AULA 2**

**OBRI**  
**GADA**

CC BY

escola  
britânica  
de artes  
criativas

AULA 3

# DESIGN GRÁFICO

MÓDULO 7

# AGENDA

◆ **O QUE ERA STATIONERY / O QUE É AGORA**

Conceito e boas práticas

◆ **ARTE E MOCK UP**

Simulação de materiais físicos

◆ **SOLO STATIONERY**

Processo de produção - Illustrator e Photoshop

# STATIONERY

PASSADO



PRESENTE



FUTURO





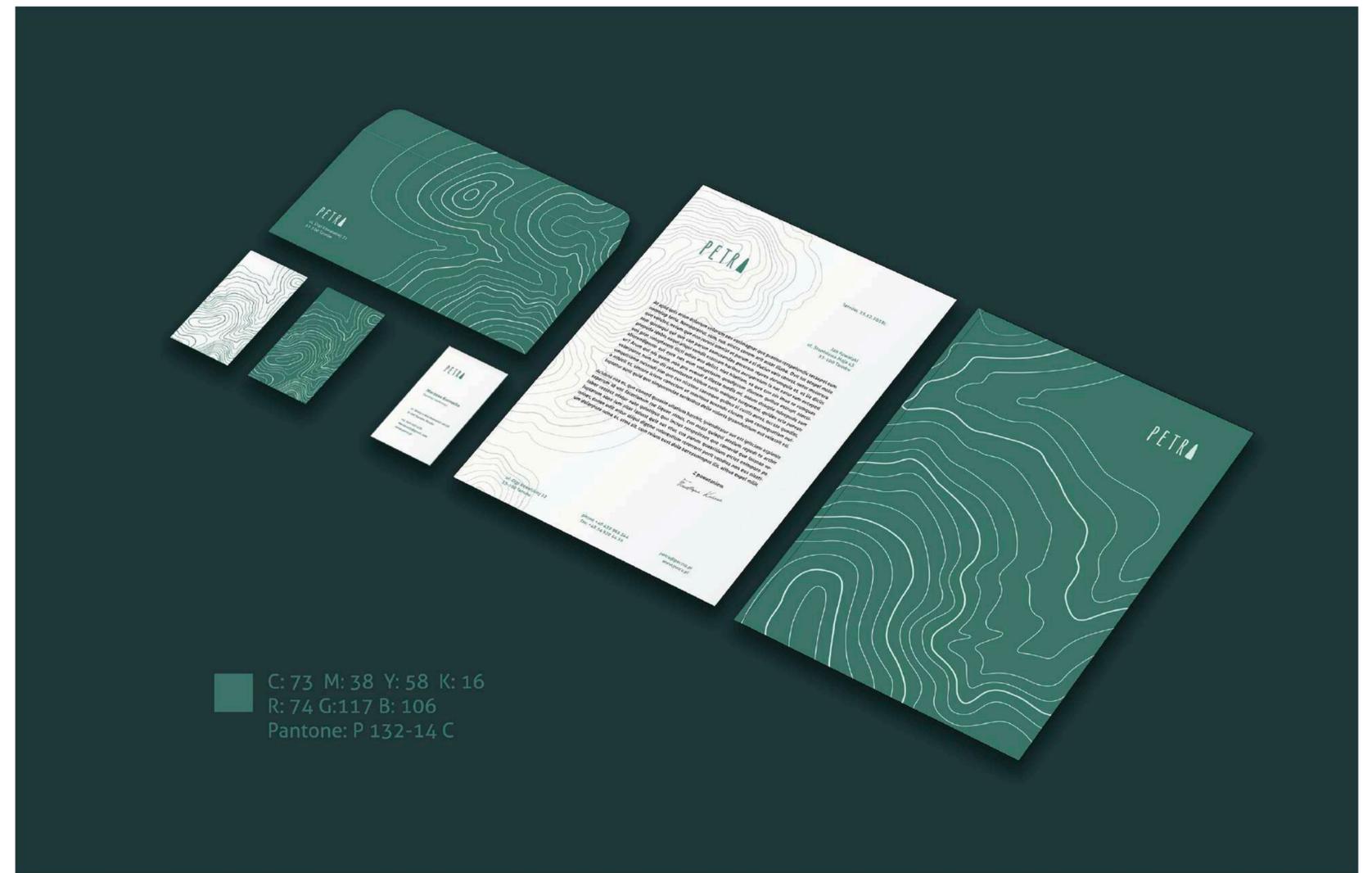
# passado

Era chamado de “**papelaria**”, pois se tratava do material básico impresso para algumas marcas precisava para enviar documentos e comunicações institucionais.

# STATIONERY



# passado



Faustyna Kulasa

# STATIONERY



# passado



Semet





# passado

- Cartão de visita
- Papel timbrado
- Envelope de vários tamanhos (ex: carta, saco)
- Lápis
- Adesivo de CD ou Capa de CD/DVD
- Boné
- Caneca



# presente

Hoje a necessidade do cliente pode variar, é **importante investigar**.

Existe uma tendência a desenvolver um misto de **materiais físicos e digitais** e também uma tendência pela busca de **materiais exclusivos ou personalizados**.



# presente

- Sacolas retornáveis
- Crachá e cordão
- Porta cartões para celular
- Squeeze
- Caderno de anotações
- Camiseta
- Assinatura de email
- Padrão de apresentação
- ...

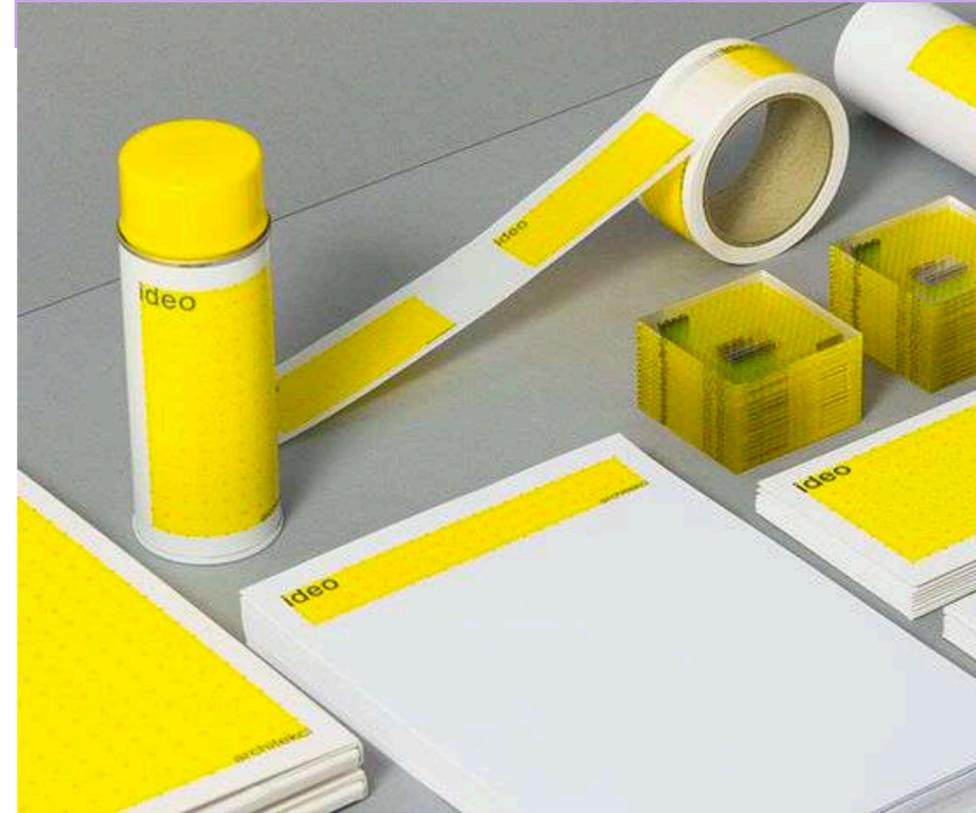
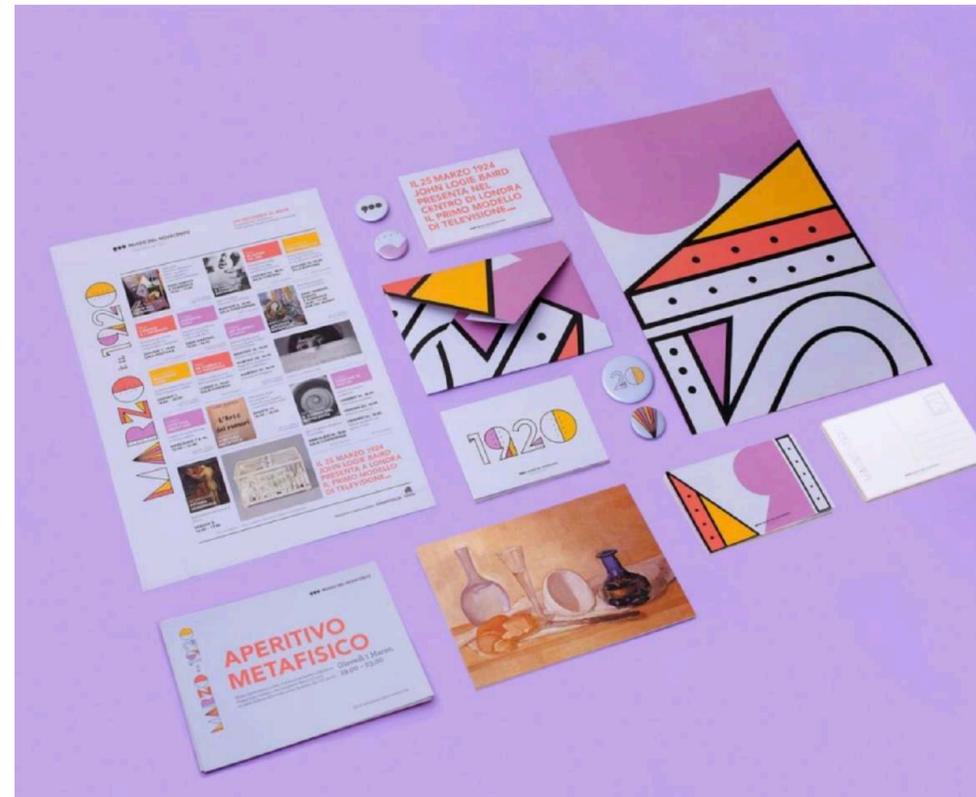


MÓDULO 7 | AULA 3

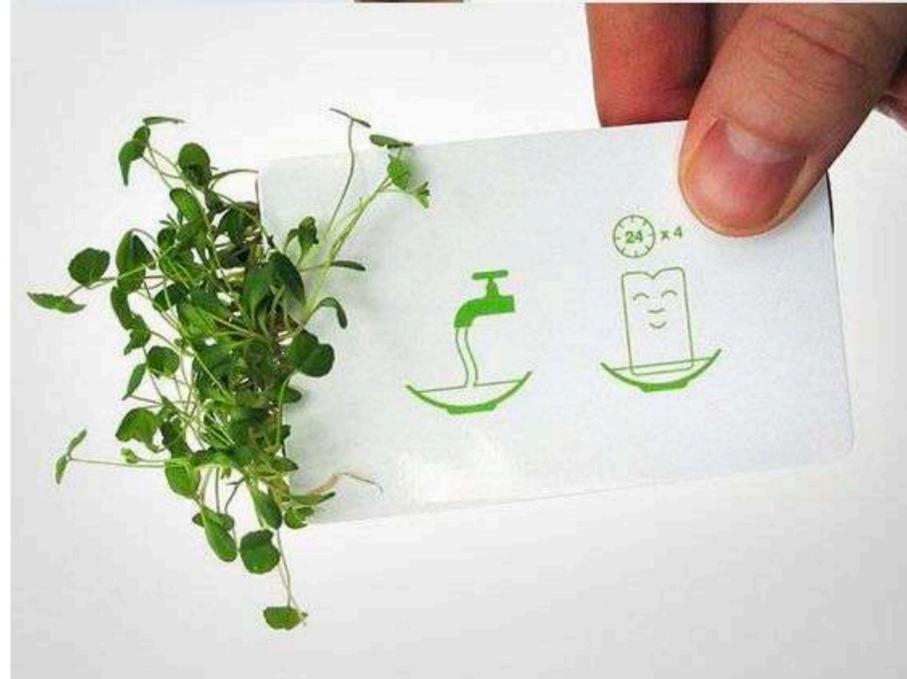
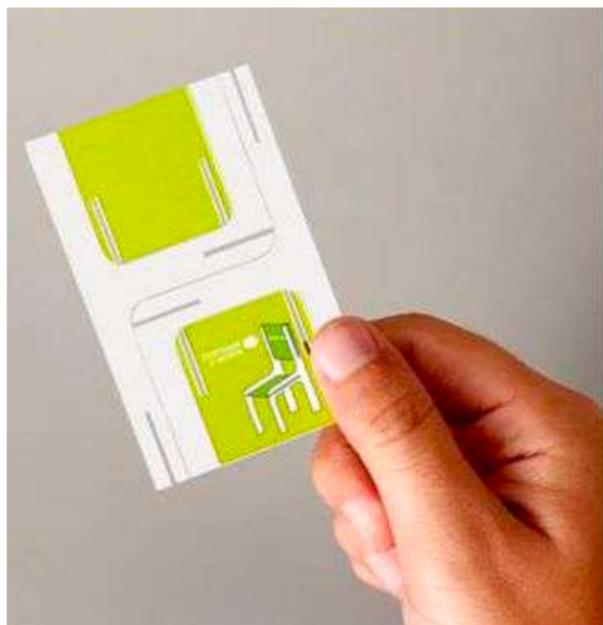
# STATIONERY



# presente

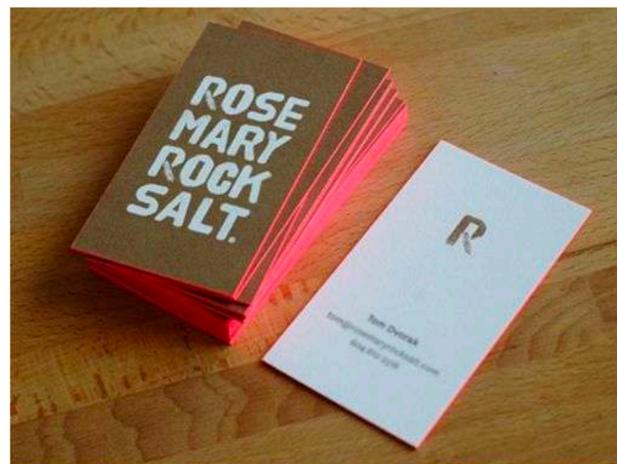


*pinterest*



© RockDesign







# futuro

Não temos como prever como será um kit básico da identidade institucional de uma marca no futuro, porém, o que vemos como **tendência é a personalização.**

**Algumas marcas serão mais digitais e outras mais analógicas,** por isso cada caso deve ser analisado **individualmente.**

# MOCK UP

# mock up

Chamamos de mockup a **simulação do material final**, seja ele físico ou digital.

A produção do mockup ajuda na hora de aprovar a criação, pois impressiona com o senso de realismo, faz com que o cliente consiga **imaginar mais facilmente os materiais finais** com a sua identidade.



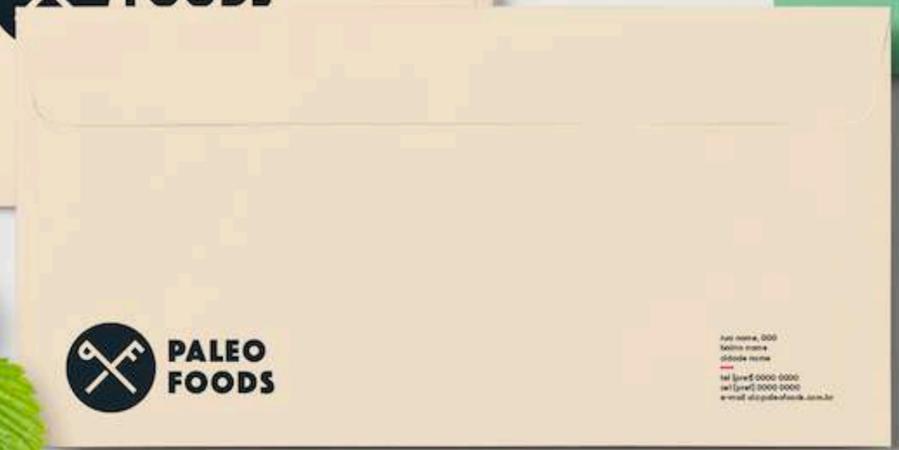
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis ud exerci tation.

PALEO  FOODS



PALEO  FOODS

000  
ne  
me  
tel [pref] 0000 0000  
cel [pref] 0000 0000  
e-mail oi@paleofoods.com.br

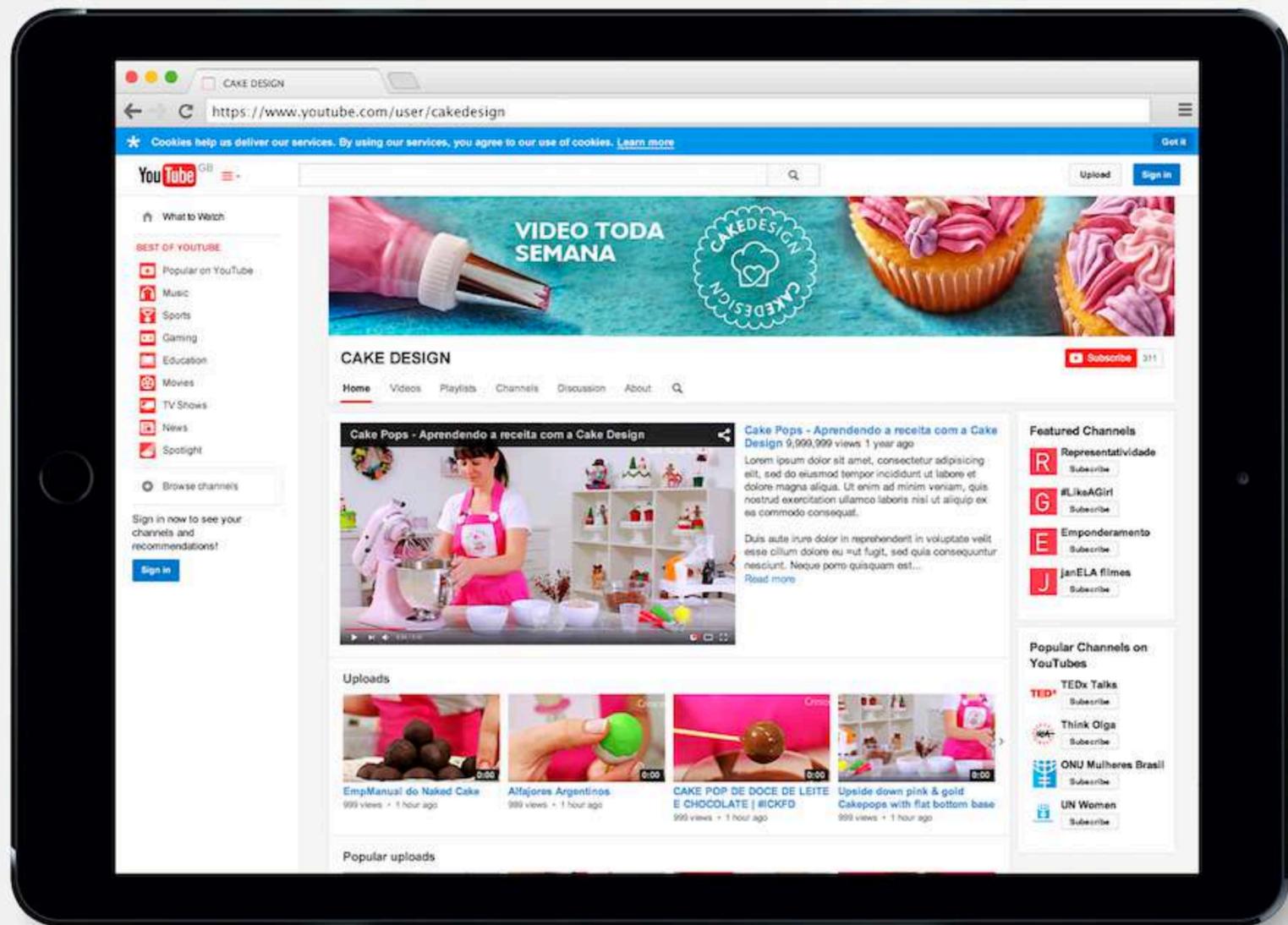


Av. nome, 000  
bairro nome  
cidade nome  
tel [pref] 0000 0000  
cel [pref] 0000 0000  
e-mail oi@paleofoods.com.br



Av. nome, 000  
bairro nome  
cidade nome  
tel [pref] 0000 0000  
cel [pref] 0000 0000  
e-mail oi@paleofoods.com.br





alguns  
exemplos de

## aplicações da marca

através de um estilo prático e minimalista, a estrutura das peças da **simples assim** segue uma lógica simples e direta.

o ideal é que a estrutura esteja bem organizada, para aferir que a mensagem de natural, moderno e gostoso seja passada.



simples  
assim :)





Lorem ipsum dolor sit  
 amet, consectetur  
 adipiscing elit,  
 sed diam nonummy  
 nibh euismod  
 tincidunt ut laoreet  
 dolore magna  
 aliquam erat volutpat.  
 Ut wisi enim ad minim  
 veniam, quis nostrud  
 exerci tation  
 ullamcorper suscipit  
 lobortis.



**PATRIMÔNIO  
 CULTURAL  
 BRASILEIRO**



**PATRIMÔNIO  
 CULTURAL  
 BRASILEIRO**

Eu **invento** tudo  
 na minha pintura.  
 E o que eu vi ou  
 senti, eu estilizo.

-  
 Tarsila do Amaral

Rua Nome, 000  
 Bairro Nome  
 Cidade Nome  
 Tel [pref] 0000 0000  
 Cel [pref] 0000 0000  
 E-mail nome@iphan.gov.br




**PATRIMÔNIO  
 CULTURAL  
 BRASILEIRO**

**PATRIMÔNIO  
 CULTURAL  
 BRASILEIRO**

Rua Nome, 000  
 Bairro Nome  
 Cidade Nome  
 Tel [pref] 0000 0000  
 Cel [pref] 0000 0000  
 E-mail nome@iphan.gov.br



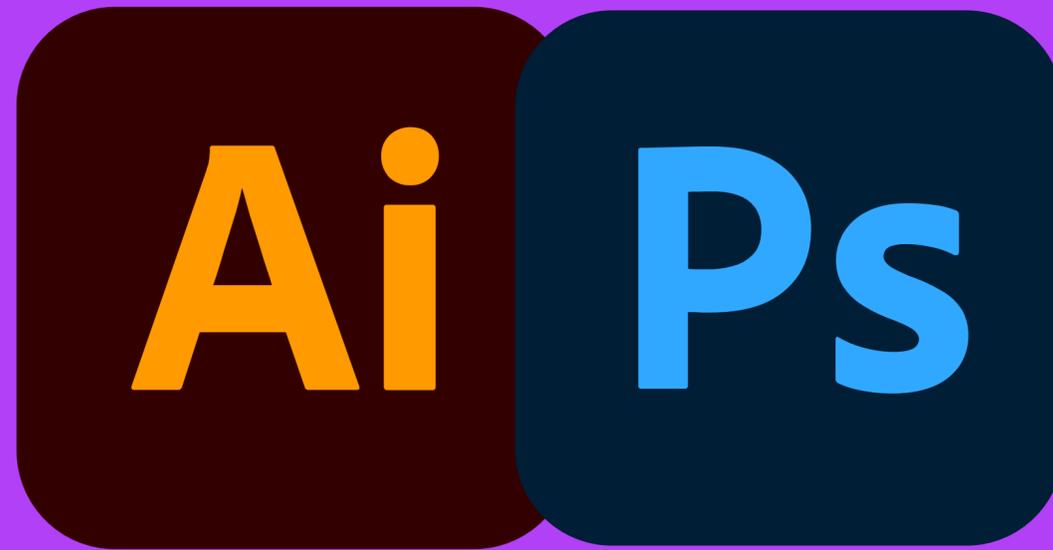
Rua Nome, 000  
 Bairro Nome  
 Cidade Nome  
 Tel [pref] 0000 0000  
 Cel [pref] 0000 0000  
 E-mail nome@iphan.gov.br

**PATRIMÔNIO  
 CULTURAL  
 BRASILEIRO**



# STATIONERY

- **Cartão de visita**
- **Papel timbrado**
- **Envelope de vários tamanhos (ex: carta, saco)**
- **Lápis**
- Adesivo de CD ou Capa de CD/DVD
- Boné
- Caneca
- Sacolas retornáveis
- Crachá e cordão
- Porta cartões para celular
- Squeeze
- **Caderno de anotações**
- Camiseta
- **Assinatura de email**
- Padrão de apresentação
- ...
- Adesivo
- **Template lives**



**“o mundo da realidade tem  
seus limites. O mundo da  
imaginação não tem  
fronteiras”**

**ROUSSEAU**

# AGENDA

- ✓ **O QUE ERA STATIONERY / O QUE É AGORA**  
Conceito e boas práticas
- ✓ **ARTE E MOCK UP**  
Simulação de materiais físicos
- ✓ **SOLO STATIONERY**  
Processo de produção - Photoshop e Illustrator

# CURADORIA DO CONHECIMENTO

## ✓ **Explorar:** Sites que disponibilizam mockups free

Alguns sites disponibilizam gratuitamente alguns templates que podemos utilizar nos projetos

<https://mrmockup.com/freebies/>

<https://pixelbuddha.net/mockups>

<https://mockups-design.com/>

**design gráfico**

MÓDULO 7 | **AULA 3**

**—**  
**OBRIIGADA**

CCIT  
BA

escola  
britânica  
de artes  
criativas

AULA 4

# DESIGN GRÁFICO

MÓDULO 7

# AGENDA

◆ **O QUE SÃO INTERNET BANNER**

Conceito e boas práticas

◆ **GOOGLE**

Simulação de materiais físicos

◆ **FACEBOOK**

Processo de produção - Photoshop

◆ **SOLO BANNER COLLECTION**

Processo de produção - Illustrator

# BANNERS?

# divulgação online

São **peças digitais** para uso em propaganda online. Geralmente rodam em **campanhas** onde seguem uma mesma diretriz, mas abrangem **diversos formatos**.

Apesar dos canais de aquisição de propaganda online mais comuns serem o **Google e o Facebook**, também é possível veicular em outros formatos e veículos.

MÓDULO 7 | AULA 4  
**BANNERS**



# MÓDULO 7 | AULA 4

# BANNERS

**Build A Profitable Startup**

eleifend purus vel, sagittis purus. Vivamus est nibh, eleifend purus vel, sagittis purus. Vivamus est nibh,

[READ MORE](#)

**CALL NOW!**  
**+1234-5656-8008**

**Build A Profitable Startup**

eleifend purus vel, sagittis purus. Vivamus est nibh,

[READ MORE](#)

**Build A Profitable Startup**

eleifend purus vel, sagittis purus. Vivamus est nibh,

[READ MORE](#)

**Build A Profitable Startup**

eleifend purus vel, sagittis purus. Vivamus est nibh, suscipit in purus.

[READ MORE](#)

**CALL NOW!**  
**+1234-5656-8008**

**Build A Profitable Startup**

eleifend purus vel, sagittis purus. Vivamus est nibh,

[READ MORE](#)

eleifend purus vel, sagittis purus. Vivamus est nibh,

[READ MORE](#)

eleifend purus vel, sagittis purus. Vivamus est nibh,

[READ MORE](#)

**Build A Profitable Startup**

eleifend purus vel, sagittis purus.

[READ MORE](#)

**Build A Profitable Startup**

eleifend purus vel, sagittis purus. Vivamus est nibh, suscipit

**CALL NOW!**  
**+1234-5656-8008**

[READ MORE](#)

**Build A Profitable Startup**

eleifend purus vel, sagittis purus.

[READ MORE](#)

**Build A Profitable Startup**

eleifend purus vel, sagittis purus. Vivamus est nibh,

[READ MORE](#)

**Build A Profitable Startup**

eleifend purus vel, sagittis purus. Vivamus est nibh, suscipit in purus.

[READ MORE](#)

**Build A Profitable Startup**

eleifend purus vel, sagittis purus. Vivamus est nibh, suscipit in purus. in

[READ MORE](#)

**Build A Profitable Startup**

eleifend purus vel, sagittis purus.

[READ MORE](#)

eleifend purus vel, sagittis purus. Vivamus est nibh, suscipit

[READ MORE](#)

eleifend purus vel, sagittis purus. Vivamus

[READ MORE](#)

**Build A Profitable Startup**

eleifend purus vel, sagittis purus. Vivamus est nibh,

[READ MORE](#)

**CALL NOW!**  
**+1234-5656-8008**

**CALL NOW!**  
**+1234-5656-8008**

**CALL NOW!**  
**+1234-5656-8008**

**CALL NOW!**  
**+1234-5656-8008**

# boas práticas



- Seguir o mesmo padrão de composição
- Ajustar disposição, proporção e harmonia
- Se informar sobre as especificações dos canais
- Se informar sobre os formatos
- Simplificar o layout - conselho ;)
- Título que chame atenção
- Imagem é TUDO
- "CTA" - Call to Action

**GOOGLE**

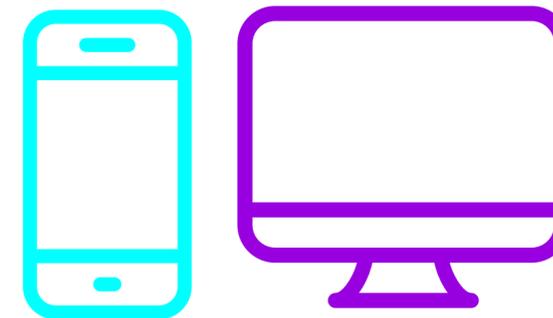
# BANNERS



- leaderboard (728x90)
- banner (468x60)
- half banner (234x60)
- button (125x125)
- skyscraper (120x600)
- wide skyscraper (160x600)
- small rectangle (180x150)
- vertical banner (120 x 240)
- small square (200x200)
- square (250x250)
- medium rectangle (300x250)
- large rectangle (336x280)
- half page (300x600)
- portrait (300x1050)
- mobile banner (320x50)
- large leaderboard (970x90)
- billboard (970x250)

# 89%

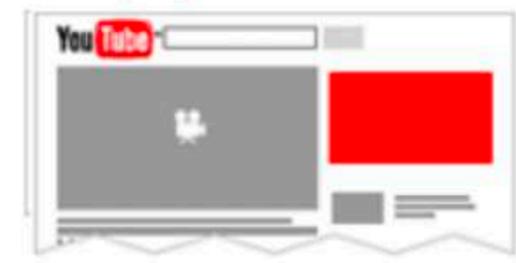
- **300x250** – Medium Rectangle Ad
- **320x50** – Mobile Leaderboard
- **728x90** – Leaderboard Banner
- **160x600** – Wide Skyscraper



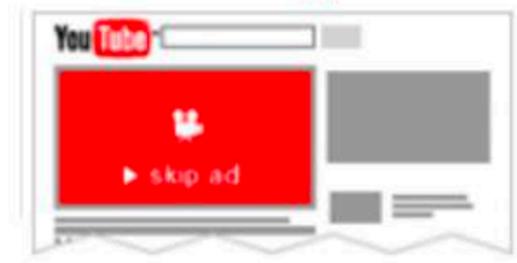
## YouTube advertising formats



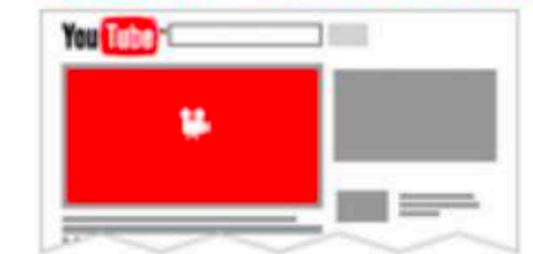
In Display Ads



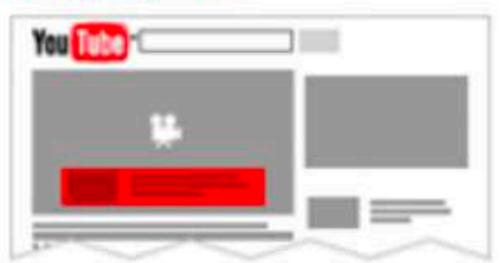
In Stream – Skippable Ads



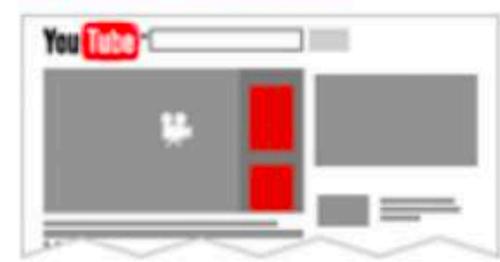
In Stream – Non Skippable Ads



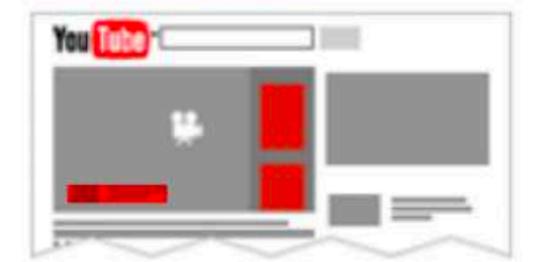
Overlay Ads



Sponsored Cards



Shoppable Ads

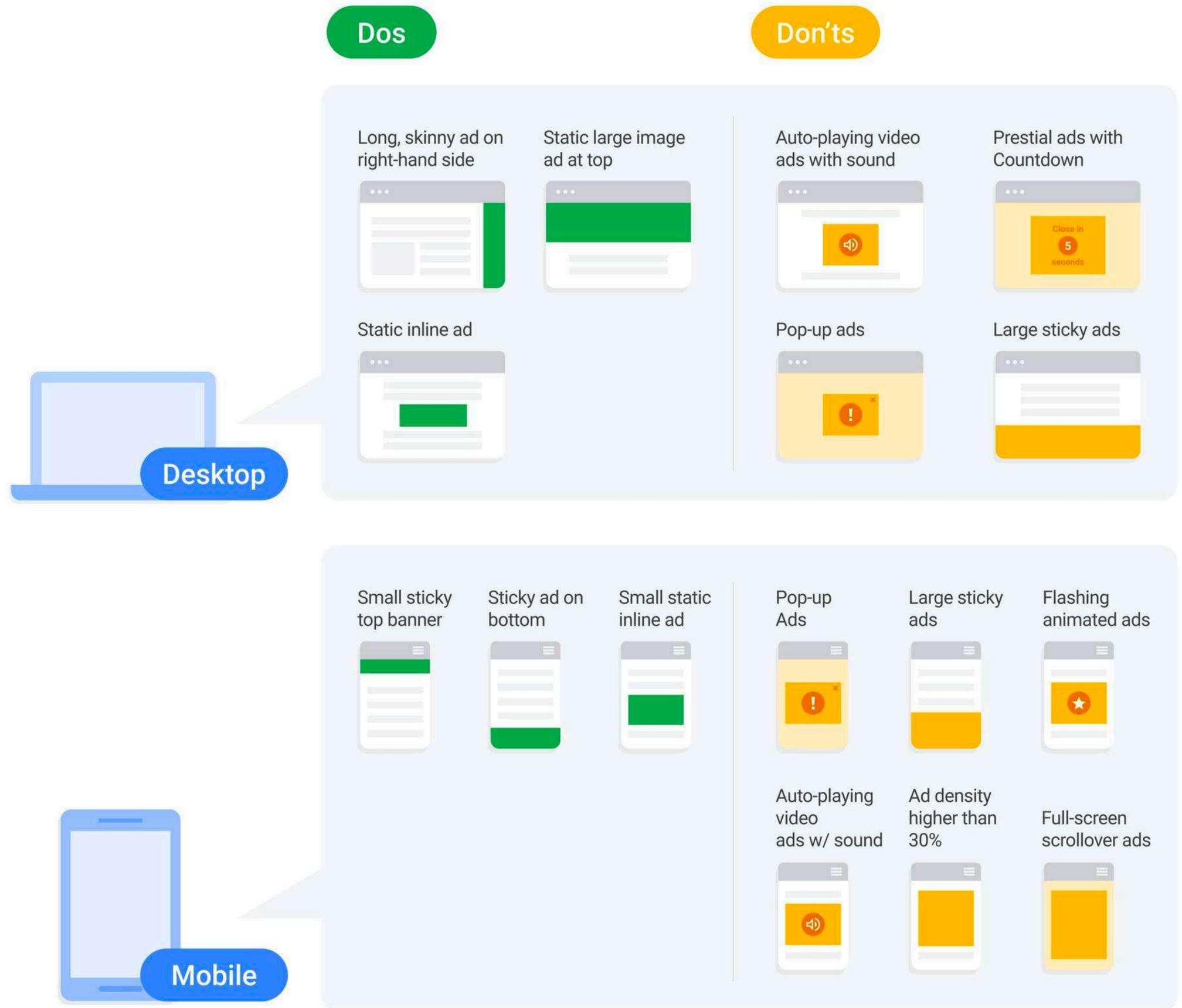




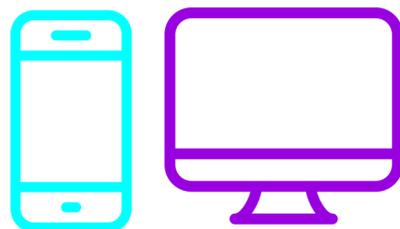
- **TrueView** – o anunciante só paga pelo anúncio que for visualizado. Se ele for pulado por um usuário desinteressado, não conta.
- **TrueView In-Stream** – exibidos no início, no meio ou no final do vídeo. Ele pode ser ignorado após 5 segundos
- **TrueView Discovery** – sugestões de vídeos de anunciantes que aparecem no resultado de uma busca, nos vídeos relacionados ou na homepage.
- **TrueView for Reach** – publicidade colocadas no início, meio ou final de vídeos. O usuário pode pular a partir de 5' e a duração máxima é de 20'
- **Não ignoráveis** – com a duração máxima de 15 a 20'
- **Precedentes** - visualização prévia condicional da publicidade de até 20' para o usuário ter acesso a um conteúdo
- **Intermediários** - podem aparecer em vídeos com mais de 10' de duração e não são ignoráveis e o usuário precisa ver o vídeo para seguir no conteúdo
- **Bumper** - Duração máxima de 6' e é mostrado ao usuário após o vídeo

MÓDULO 7 | AULA 4  
**BANNERS**

Think with Google



# FACEBOOK



- **Proporções:** 16:9, 1:1, 4:5
- **Texto overlay:** 20% em imagens

[www.facebook.com/ads/tools/text\\_overlay](http://www.facebook.com/ads/tools/text_overlay)

- Landscape - 1200x628px - 16:9
- Portrait vertical - 1628x200 - 9:16
- Carrossel e Square - 1080x1080 - 1:1
- Vertical - até 1080x1080 - 4:5



### Classificações de texto de imagem

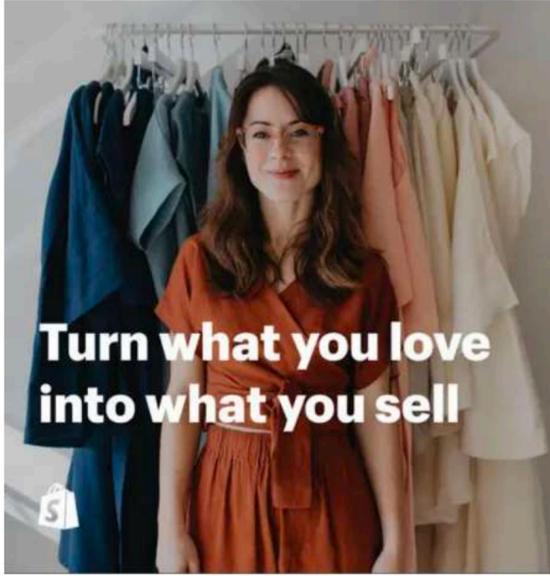
- ✓ **Texto da imagem: OK**  
O seu anúncio será veiculado normalmente.
- ⚠ **Texto da imagem: Baixa**  
O alcance do seu anúncio pode ser um pouco menor.
- ⚠ **Texto da imagem: Média**  
O alcance do seu anúncio pode ser muito menor.
- ⚠ **Texto da imagem: Alta**  
O seu anúncio pode não ser veiculado.

MÓDULO 7 | AULA 4  
**BANNERS**

- Poder de síntese
- Cores
- Figura humana
- Animação envolvente

**Shopify**  
Sponsored

Start and grow your business with Shopify.



**Turn what you love into what you sell**

Try Shopify for free  
Get started today  
SHOPIFY.COM

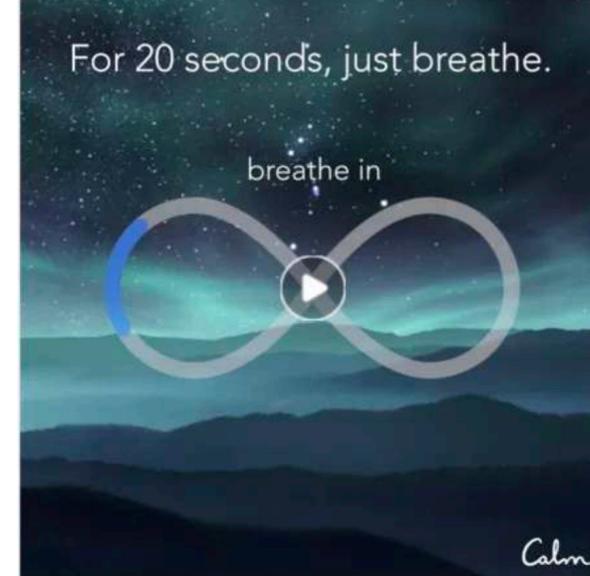
Sign Up

**Calm**  
Sponsored

"2018 Trend of the Year" - 🍏 Apple  
 "2017 iPhone App of the Year" - 🍏 Apple  
 "The Happiest App in the World" - 😊 Humane Tech

For 20 seconds, just breathe.

breathe in



Start the Daily Calm today.  
ITUNES.APPLE.COM

Install Now

**Starbucks**  
Sponsored

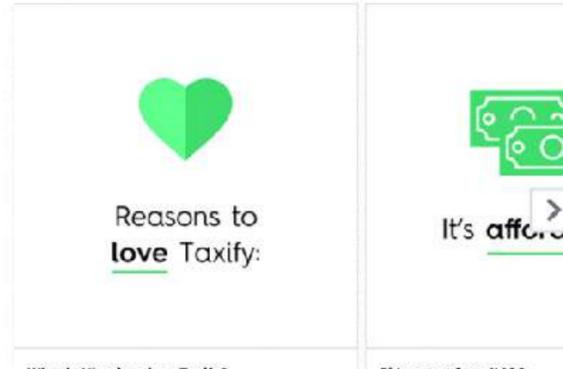
Refreshment comes in every color (especially pink.)

- ♥ Pink Drink
- ♥ Dragon Drink
- ♥ Strawberry Acai Starbucks Refreshers ...



**Taxify (NG)**  
Sponsored (dcma) · - ·

Taxify gets you an affordable ride in minutes! 🚗  
Starting from ₦400 per ride.



Why do Nigerians love Taxify? **Install Now** Rides start from ₦400.

Like Comment Share Buffer

**Bombas**  
about 2 months ago

Test your Bombas knowledge and earn 20% off your first order after completing a short quiz.



**BOMBAS**

**20% OFF YOUR FIRST PURCHASE**

Bombas is the Latin word for what insect?  
Free shipping plus discounts on packs. Look good, feel good, do good - we donate a pair to th...

BOMBAS.COM

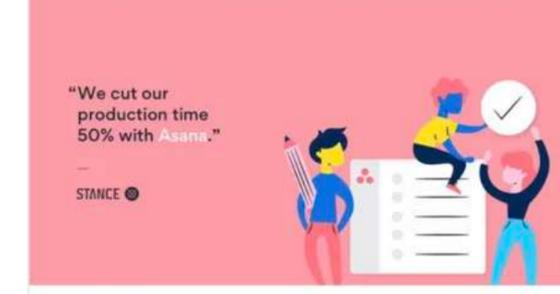
16 1 Share

**Asana**  
Sponsored

Whatever you do, you can do it in Asana.

"We cut our production time 50% with Asana."

— STANCE



Get Asana for Free  
Get organized. Stay on track. Hit deadlines.  
ASANA.COM

Sign Up



MÓDULO 7 | AULA 4  
**BANNERS**



CREATE NEW MY BANNERS **GENERATOR** My Banner Set

UPGRADE

LAYERS ELEMENTS Add / remove sizes Save all

- LOGO
- HEADLINE
- BUTTON
- BACKGROUND

TRAVEL+FUN  
World's best travel experiences, tailor made for you  
BOOK NOW  
300 x 250

TRAVEL+FUN  
World's best travel experiences, tailor made for you  
BOOK NOW  
336 x 280

TRAVEL+FUN  
World's best travel experiences, tailor made for you  
BOOK NOW  
200 x 200

TRAVEL+FUN  
World's best travel experiences, tailor made for you  
BOOK NOW  
250 x 250

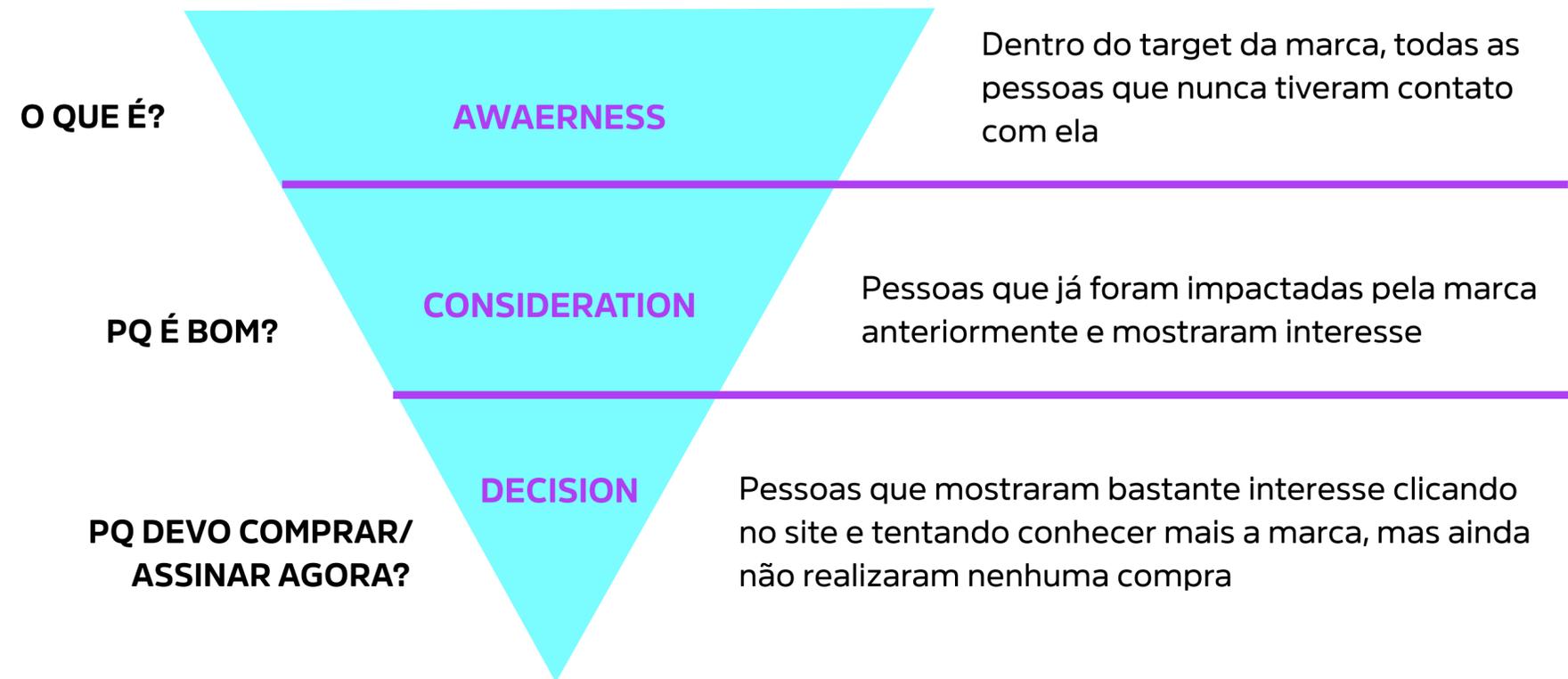
TRAVEL+FUN  
World's best travel experiences, tailor made for you  
BOOK NOW  
120 x 240

TRAVEL+FUN  
World's best travel experiences, tailor made for you  
BOOK NOW  
180 x 150

TRAVEL+FUN  
World's best travel experiences, tailor made for you  
BOOK NOW  
234 x 60

TRAVEL+FUN  
World's best travel experiences, tailor made for you  
BOOK NOW  
320 x 50

# mkt digital



# mkt digital

## Métricas

Existem alguns indicadores numéricos que podem nos ajudar a saber se nossos designs estão sendo efetivos ou não. É importante esse entendimento para quem desenvolve projetos de design para marketing digital, pois pode garantir o sucesso e aprimoramento criativo com base em resultados tangíveis.

## ALCANCE

Quantidade de usuários únicos que viram a sua publicação.

## IMPRESSÕES

Quantidade de vezes que a sua publicação foi vista

# mkt digital

## Métricas

Existem alguns indicadores numéricos que podem nos ajudar a saber se nossos designs estão sendo efetivos ou não. É importante esse entendimento para quem desenvolve projetos de design para marketing digital, pois pode garantir o sucesso e aprimoramento criativo com base em resultados tangíveis.

### ROI

Return Over Investment

### CPC

Custo por Clique (quando o interesse no banner gera um clique)

### CPM

Custo por Mil Impressões (*impressões é a quantidade de vezes que o banner aparece para as pessoas*)

### CPA

Custo por Aquisição (*de um novo cliente*)

### CPL

Custo por Lead (*um Lead é um cadastro de interesse de um potencial cliente, pode ser apenas o nome e email ou mais informações*)

**"Quem não compreende um  
olhar, tampouco entenderá  
uma longa explicação"**

**PROVÉRBIO ÁRABE**

# AGENDA

- ✓ **O QUE SÃO INTERNET BANNER**  
Conceito e boas práticas
- ✓ **GOOGLE**  
Simulação de materiais físicos
- ✓ **FACEBOOK**  
Processo de produção - Photoshop
- ✓ **SOLO BANNER COLLECTION**  
Processo de produção - Illustrator

# CURADORIA DO CONHECIMENTO

## ✓ **Explorar:** banners das suas marcas favoritas

O Facebook, através do seu sistema transparente, oferece a possibilidade de conhecer a biblioteca de anúncios digitais de qualquer marca na sua plataforma

<https://www.facebook.com/ads/library/>

## ✓ **Saber que existe:** Adobe Spark e XD

**Sp**

Spark: Criação de design digital para não designers ou designer com pressa. É free!

<https://spark.adobe.com/>



**Xd**

XD: Ui Design

**design gráfico**

MÓDULO 7 | **AULA 4**

**OBRIIGADA**