



AULA 2

BRANDING & IDENTIDADE VISUAL

MÓDULO 10

AGENDA

◆ **pontos de contato**

critérios para escolher os pontos de contato
como fortalecer os pontos de contato?

pontos de contato

Pontos de contato (touchpoints) são todas as formas de interação que o público tem com a marca, seja por meio das redes sociais, por uma embalagem, site, ou até mesmo devido ao preço. Todos esses pontos geram uma experiência ao usuário e devem ser examinados com frequência e cuidado.

Depois da concepção da marca, é essencial aterrizar o sistema de identidade visual criado, afim de testar as possibilidades e limites desse sistema e explicar visualmente as ideias por trás da criação.

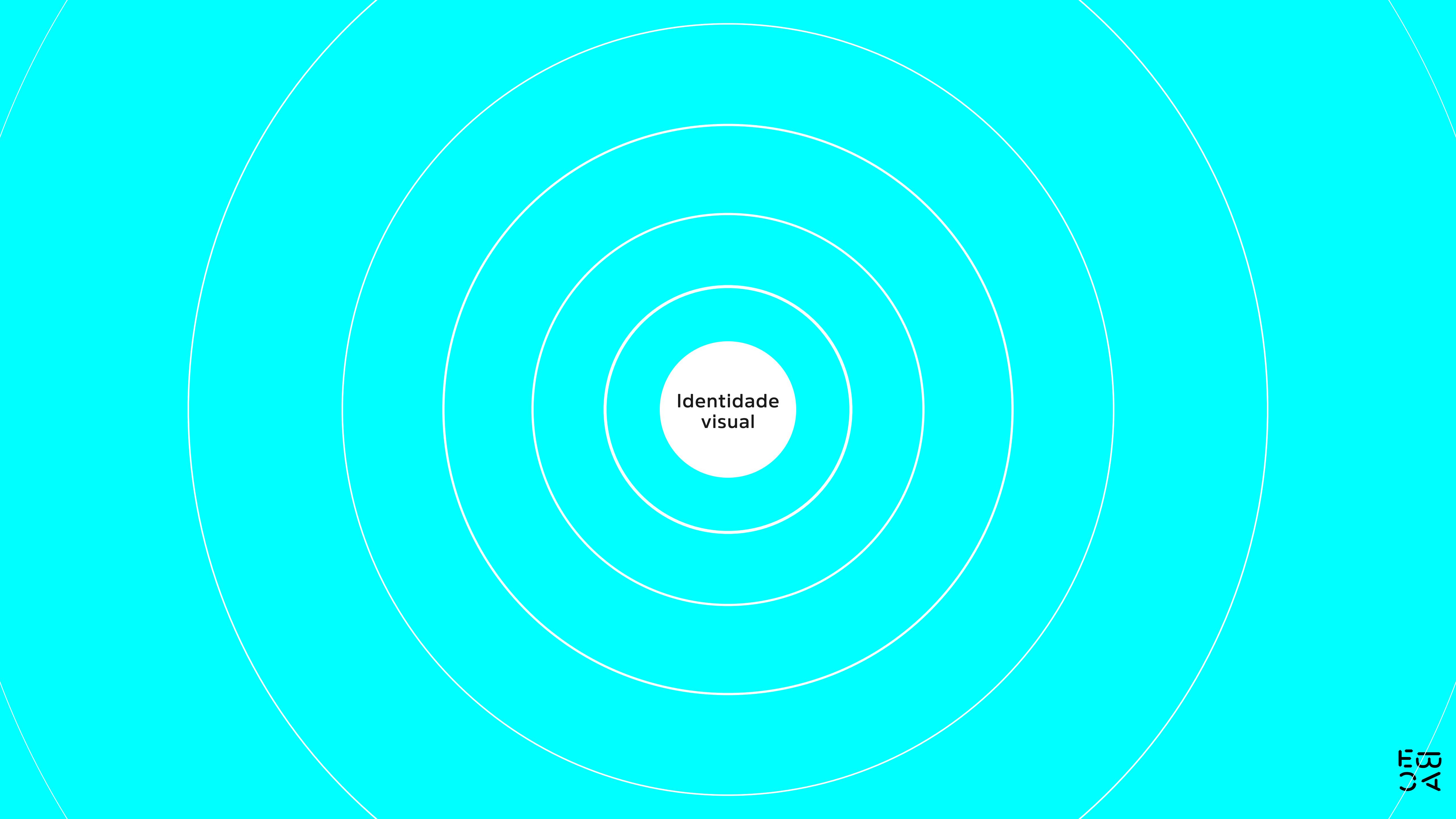
Nosso trabalho é evitar que o cliente tenha uma expectativa diferente do que está sendo desenvolvido.

Nessa parte
imagina esse
grafismo junto
da fotografia..

Ainda não sei
como vai ser o
cartão de visita,
depois eu te
falo...

Se eu testei
esses ícones nas
redes sociais?
Claro...

Identidade
visual



Identidade
visual

Identidade visual

logotipo

banners e
outdoors

redes sociais

embalagem

comunicação
de marketing

brindes

produtos
ou serviços

site

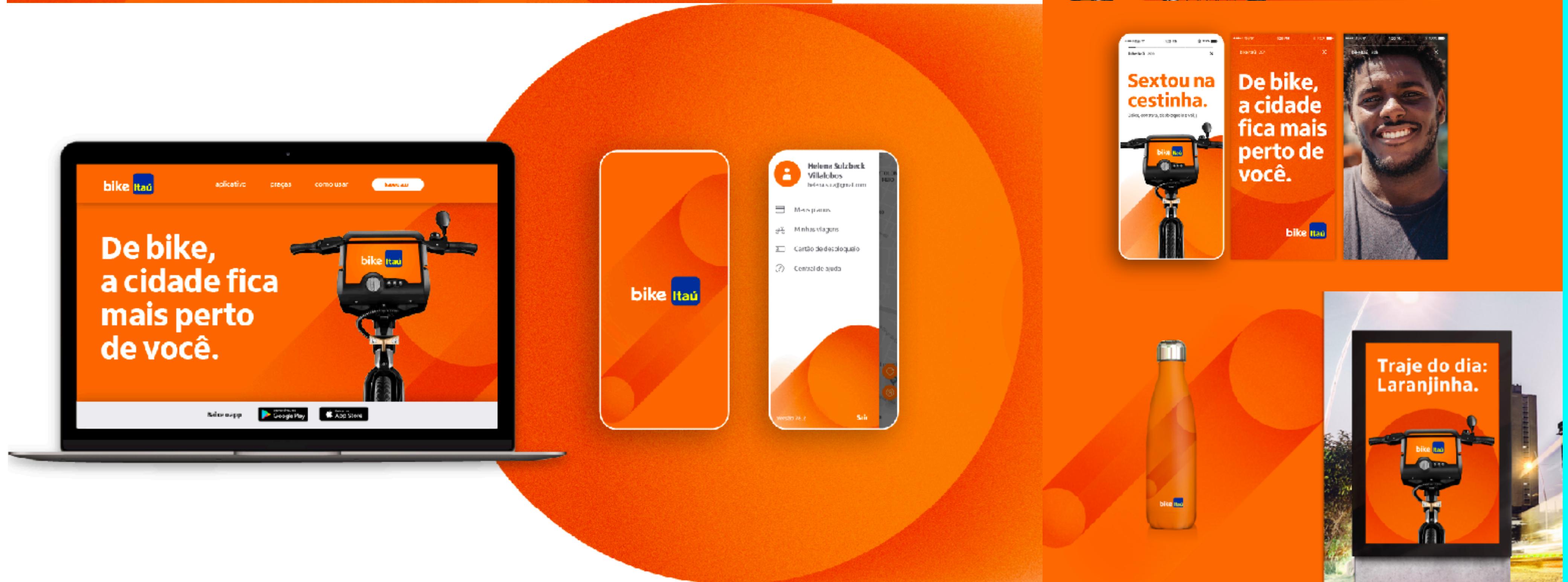
preços

burger
king
2021





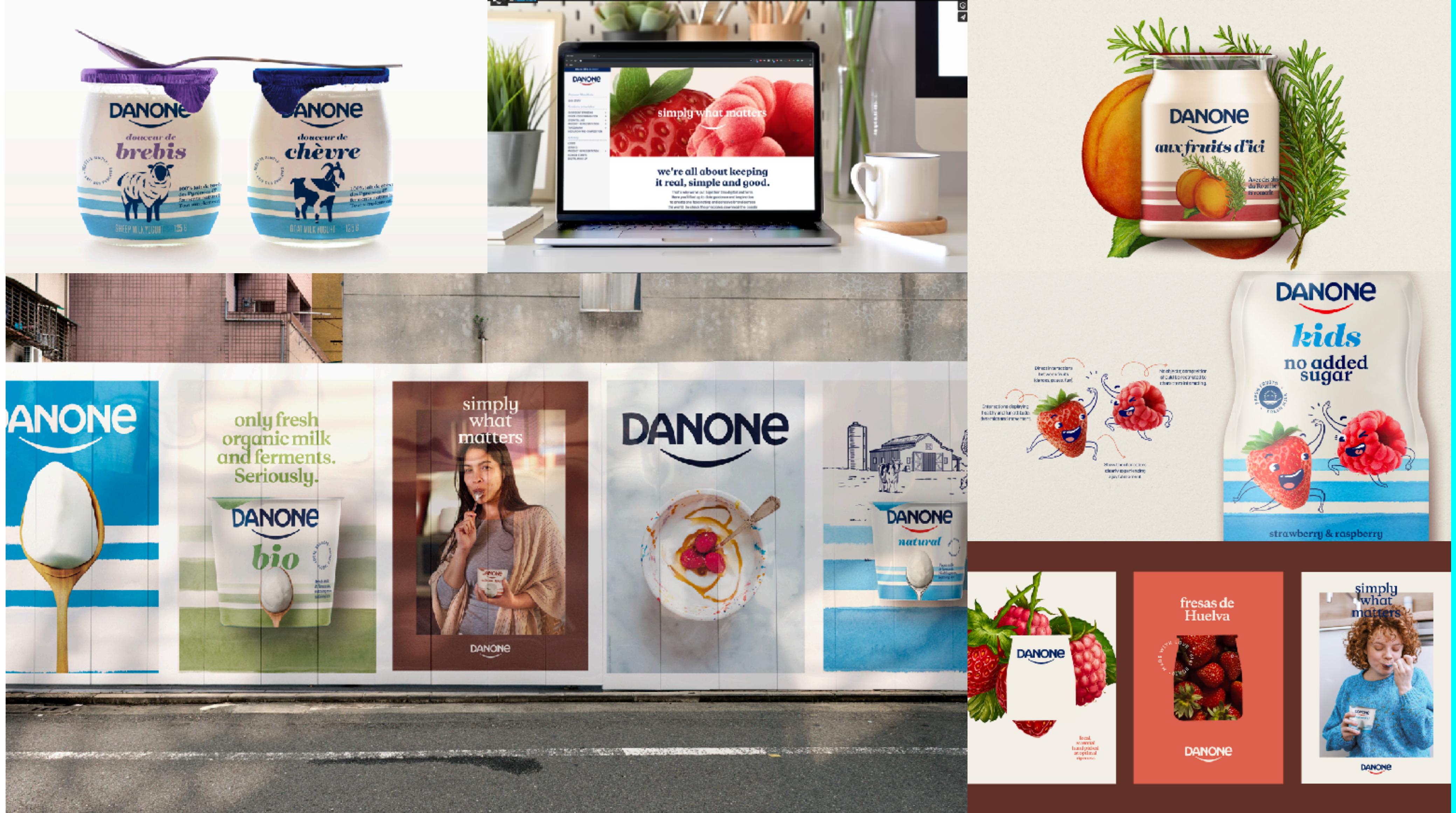
De laranjinha,
a cidade
pedala
pra frente.



bike
itaú

2021

danone
global
2019



COMO FORTALECER OS PONTOS DE CONTATO?

Entendendo alguns pontos, podemos definir melhor os touchpoints da marca e pensar em inclusão e evolução que faça sentido para o sistema de identidade de marca

- 1 **preocupe-se com as emoções**
cada ponto de contato deve funcionar dentro do cenário escolhido quanto no universo do sistema desenvolvido
- 2 **abuse dos cinco sentidos**
emoções podem ser vistas, escutadas, cheiradas, sentidas ou provadas.
- 3 **conheça seu público**
acompanhe as novas tendências e os grandes eventos relacionados à sua área de atuação. Crie interações com o objetivo de ligar a sua marca a esses eventos.
- 4 **supere as expectativas**
ao entender os pontos de contato básicos, quais outros fazem sentido e quebram a expectativa da marca?

branding &
identidade visual

OBRIGADO

- 1. Compreender como as pessoas veem as coisas**
- 2. Compreender a forma e como as pessoas veem a forma**
- 3. Compreender como explicar ambas as coisas para alguém que não consegue fazer nenhuma delas**



PAULA SCHER