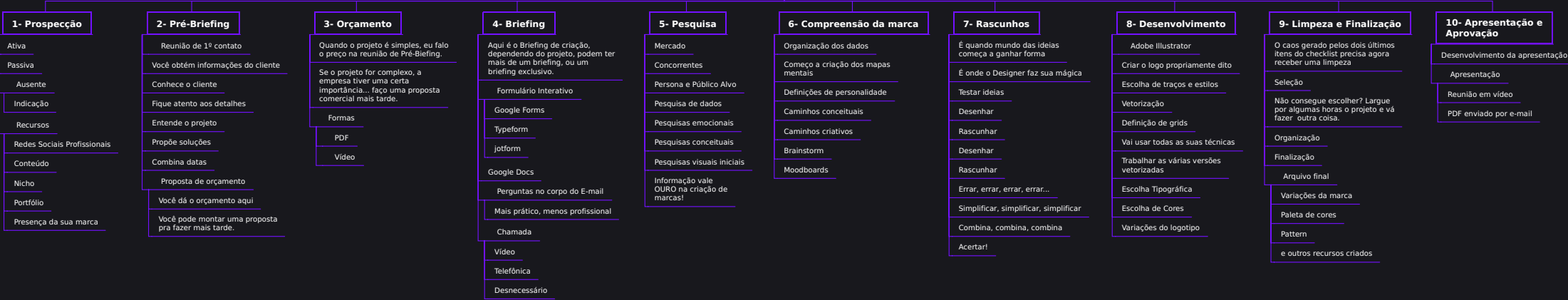




Método DG ID PRO + Checklist de criação de logotipos



# **Método DG ID PRO + Checklist de criação de logotipos**

## **1. 1- Prospecção**

1.1. Ativa

1.2. Passiva

1.3. Ausente

1.3.1. Indicação

1.4. Recursos

1.4.1. Redes Sociais Profissionais

1.4.2. Conteúdo

1.4.3. Nicho

1.4.4. Portfólio

1.4.5. Presença da sua marca

## **2. 2- Pré-Briefing**

2.1. Reunião de 1º contato

2.1.1. Vídeo

2.1.1.1. Aumenta suas chances de aprovação do orçamento.

2.1.2. Ligação

2.1.3. Troca de mensagens no Whatsapp

2.1.3.1. Mais frio, diminui suas chances de aprovação.

2.2. Você obtém informações do cliente

2.3. Conhece o cliente

2.4. Fique atento aos detalhes

2.5. Entende o projeto

2.6. Propõe soluções

2.7. Combina datas

2.8. Proposta de orçamento

2.8.1. Você dá o orçamento aqui

2.8.2. Você pode montar uma proposta pra fazer mais tarde.

### **3. 3- Orçamento**

3.1. Quando o projeto é simples, eu falo o preço na reunião de Pré-Briefing.

3.2. Se o projeto for complexo, a empresa tiver uma certa importância... faço uma proposta comercial mais tarde.

3.3. Formas

### 3.3.1. PDF

#### 3.3.1.1. Whatsapp

#### 3.3.1.2. E-mail

### 3.3.2. Vídeo

#### 3.3.2.1. Pode apresentar o PDF

#### 3.3.2.2. Aumenta as chances de aprovação

## **4. 4- Briefing**

4.1. Aqui é o Briefing de criação, dependendo do projeto, podem ter mais de um briefing, ou um briefing exclusivo.

### 4.2. Formulário Interativo

#### 4.2.1. Google Forms

#### 4.2.2. Typeform

#### 4.2.3. jotform

### 4.3. Google Docs

### 4.4. Perguntas no corpo do E-mail

#### 4.4.1. Mais prático, menos profissional

### 4.5. Chamada

4.5.1. Vídeo

4.5.2. Telefônica

4.5.3. Desnecessário

## **5. 5- Pesquisa**

5.1. Mercado

5.2. Concorrentes

5.3. Persona e Público Alvo

5.4. Pesquisa de dados

5.5. Pesquisas emocionais

5.6. Pesquisas conceituais

5.7. Pesquisas visuais iniciais

5.8. Informação vale OURO na criação de marcas!

## **6. 6- Compreensão da marca**

6.1. Organização dos dados

6.2. Começo a criação dos mapas mentais

6.3. Definições de personalidade

6.4. Caminhos conceituais

6.5. Caminhos criativos

6.6. Brainstorm

6.7. Moodboards

## **7. 7- Rascunhos**

7.1. É quando mundo das ideias começa a ganhar forma

7.2. É onde o Designer faz sua magia

7.3. Testar ideias

7.4. Desenhar

7.5. Rascunhar

7.6. Desenhar

7.7. Rascunhar

7.8. Errar, errar, errar, errar...

7.9. Simplificar, simplificar, simplificar

7.10. Combina, combina, combina

7.11. Acertar!

## **8. 8- Desenvolvimento**

8.1. Adobe Illustrator

8.1.1. criação.ai

8.2. Criar o logo propriamente dito

8.3. Escolha de traços e estilos

8.4. Vetorização

8.5. Definição de grids

8.6. Vai usar todas as suas técnicas

8.7. Trabalhar as várias versões vetorizadas

8.8. Escolha Tipográfica

8.9. Escolha de Cores

8.10. Variações do logotipo

## **9. 9- Limpeza e Finalização**

9.1. O caos gerado pelos dois últimos itens do checklist precisa agora receber uma limpeza

9.2. Seleção

9.3. Não consegue escolher? Largue por algumas horas o projeto e vá fazer outra coisa.

9.4. Organização

9.5. Finalização

9.6. Arquivo final

9.6.1. Variações da marca

9.6.2. Paleta de cores

9.6.3. Pattern

9.6.4. e outros recursos criados

## **10. 10- Apresentação e Aprovação**

10.1. Desenvolvimento da apresentação

10.2. Apresentação

10.2.1. Reunião em vídeo

10.2.2. PDF enviado por e-mail