

Aula 10/01 - Identidade visual para instagram

Boa tarde, tudo bem?

Hoje a aula vai ser sobre identidade visual com a designer do pacote instagram que é a Bárbara, então eu trouxe ela para explicar como funciona essa parte, né, quando o cliente contrata. Eu falo da parte de copy, né, que foi a aula da semana passada, agora ela vai falar da parte dos templates, das artes mesmo, dessa parte de design do instagram.

Então obrigada por ter aceitado o convite Ba... seja bem vinda!

Imagina! Obrigada pelo convite. Fico muito feliz de tá aqui mostrando um pouquinho do que eu faço, se eu conseguir ajudar um pouquinho a clarear o que vocês tem em mente sobre identidade visual já fico feliz.

Com certeza.

Então a Ba vai compartilhar a tela e qualquer coisa se travar você pode fechar o vídeo, tá?

Enfim, conhecemos a Bárbara... sim, famosa.

Porque no meu instagram realmente gente a coisa tá difícil de aparecer. Eu estou conseguindo atender meus clientes, né, mas se Deus quiser daqui alguns meses...

Você tá em transição, você falou né? É, deu uma travadinha.

Tô em transição.

Pra só ficar com a sua empresa.

Isso.

Você tá com muito cliente, né?

Oi?

Você tá com muito cliente, né?

Tô. Eu tô com acho que... fixo uns 25 e também tem os pontuais, que são os do pacote de identidade. Mas aí é conforme o tempo, né, tô tentando dar prioridade no tempo para atender os clientes.

Sim. É. É isso de usar a CLT para se planejar.

Sim!

Vamos ver como funciona essa parte das artes.

Primeiro a minha ideia é mostrar pra vocês **como eu monto a identidade visual** mesmo, tá? É um overview. E se quiserem a gente pode falar também sobre os pacotes que eu ofereço e mostro pra vocês, tá, como eu comento os preços, mostrar um pouquinho do briefing.

É, também é legal, como você manda para os clientes, né, que tem que compartilhar o template.

Isso. Essa parte como é mais prática, depois eu mostro direto no canvas. O que eu vou apresentar mesmo é sobre identidade visual, tá?

Vamos lá.

A identidade visual para o Instagram ela é um pouco diferente de identidade visual para um ponto físico, tá? Geralmente quando a gente faz uma identidade visual para um negócio físico, uma loja, uma empresa, a gente tem que levar em conta tudo fisicamente...

Ba, ta travando. Acho melhor fechar a câmera.

Não sei se é minha internet.

Não sei. Mas acontece.

Então vamos lá gente. O que eu estava falando... *se travar você me avisa, tá, Ca?*

A identidade para o Instagram ela é um pouco mais... ela **não precisa ser tão extensa como uma identidade de uma empresa que existe no mundo físico**. O que a gente tem que pensar quando a gente fala de identidade visual no Instagram?

A gente tem que ter uma paleta de cores e mais algumas coisas que eu já vou passar pra vocês ponto a ponto, tá?

Aqui tem um pouquinho quem sou eu. Eu sou designer, eu comecei mais ou menos a 15 anos atrás, não sei a idade do pessoal aí mas eu tenho 27 anos e eu não sei se alguém chegou a ter Tumblr e foi aí que eu comecei. Só que eu parei, fiquei um tempo parada e agora na pandemia eu voltei a fazer isso de uma maneira profissional.

Antes da gente começar, a maior dúvida que eu sempre ouço todo mundo tendo, quando eu abro caixinha, acho que também pra Carol quando o pessoal manda algo sobre design é qual a melhor cor para um certo nicho e **isso não existe**.

E acho que tem muito essa dúvida também porque... *desculpa tinha travado...* porque muita gente recomenda também, né? Fala... *ah se você é dentista use azul, se você é da*

nutrição use verde. Então as pessoas ficam confusas, né, porque tem gente realmente recomendando isso.

Se você entra num... assim e às vezes essa predisposição de cores até dá uma ideia do seu nicho, que é o que você tem que fazer, por exemplo, a maioria das pessoas que fazem design de sobrancelha sempre é rosa.

E acaba não se destacando às vezes, né? Não traz essa identidade.

Exatamente, tá? Então tirem isso da cabeça de vocês que não existe cor certa, tá, para um nicho. Existe a cor certa para o seu negócio, tá?

Hum... legal essa diferença.

O que é identidade visual? Suponho que a gente deve ter uma. **A identidade visual é o agrupamento, é a junção de elementos que vão dar a carinha para a sua marca**, tá? Tudo aquilo que você escolher, vai explicar, vai dar a carinha pra sua marca, por exemplo, eu pessoalmente como Bárbara, eu gosto muito de bolsas grandes, então toda vez que alguém que me conhece por essa característica vê uma bolsa grande, lembra de mim.

Então é isso que a sua marca tem que ter, ela tem que ter aqueles **elementos fortes** que quando alguém olhar esses elementos de fora ou olhar algo que é seu, ela já conecte a você, tá? Seja através de logo, seja através das cores.

É um conjunto né.

Exatamente, é um conjunto de tudo. Tá, então são os elementos que você usa para as pessoas lembrarem da sua marca.

E porque a gente deve ter uma? Porque igual a Carol falou... isso daí diferencia você do seu concorrente, né? Porque se tem um concorrente que não sabe de uma maneira profissional apresentar o negócio dele, a identidade visual já deixa você um passo desses concorrentes, né?

Porque **uma vez que você tem um negócio 100% digital, o cuidado que você tem que ter é o mesmo cuidado que você teria se você tivesse um ponto físico**, né, se você tivesse um consultório, se você tivesse uma loja no seu bairro, se você tivesse uma loja no shopping. Então você também tem que ter esse cuidado com o seu negócio digital. É assim que a gente consegue colocar em prática.

E o instagram é uma rede de fotos, né, não tem como negar. Então se a foto não tá bonita, tá mais ou menos ou o template, as pessoas não perdoam. Você não vai conseguir crescer com uma identidade visual mais ou menos.

E o que eu falo é assim... identidade visual não é só pra ser bonita, ela também ajuda na hierarquia de informações. O que é isso? Para saber onde você foca. Se você pega uma imagem, onde não tem o texto principal, não tem o secundário, não tem um terceiro texto...

Toda aquela letra miudinha, né? No carrossel.

Sim! E tem informação que é assim... o título é maior do que tudo, então assim, **não tem o padrão visual**. Quando você vai montar uma arte, um banner, um criativo, geralmente, né, onde você quer dar o destaque a fonte fica maior. Então você tem que também ter esse cuidado, né, tem que dar uma olhada nisso tudo.

Agora **o que a gente deve incluir na identidade visual?** Essa daqui levando em conta o instagram, tá? Porque pra estabelecimentos físicos vai mais coisa.

Antes de tudo... sobre logo, tá? Logo, eu como designer, a maioria das meninas é social media né? **O logo ele tem que ser feito no programa que você consiga desenhar o logo do zero**, tá?

Então qual é a minha sugestão... quando vocês forem criar a identidade visual de um cliente, crie não um logo oficial que a pessoa vá usar oficialmente em toda comunicação dela, mas use algum elemento, eu deixo bem claro que aquilo não é um logo que ela possa registrar, tá? Porque as coisas feitas no canva não podem ser registradas.

Ah legal saber.

Você pode criar, por exemplo... *Eu posso abrir coisas aqui, né Ca?*

Pode. Fica a vontade. Só vou ver se vai compartilhar a janela.

Deixa eu só tirar uma dúvida aqui antes... Falando sobre essa questão da identidade visual. As logos a gente é obrigada a entregar? Por exemplo, se uma cliente é dona de loja a gente é obrigada a entregar? Porque na maioria das vezes ela já vem com uma identidade já pronta. Ai no caso a gente é obrigada a montar outra ou a gente pode seguir aquele caminho que ela já tem e só fazer a questão das cores.

Isso eu deixo... o que eu faria, tá? Se chega uma pessoa com uma identidade mais ou menos. Eu passaria um **briefing** e depois vou compartilhar com vocês ou eu faria uma análise. Você acha que tá legal? Você acha que alguma coisa pode ser mudada? E aí você já fala pra cliente... *oh Janaina, sei lá, né, eu acho que de acordo com o seu nicho e os valores que você me passou no seu briefing, eu acho que a gente poderia mudar isso, isso e isso. O que você acha?*

Porque aí você faz um **estudo completo**, isso gera uma nova identidade.

Mas a logo em si, pode manter, né? Ai qualquer coisa muda as cores, por exemplo?

Pode manter, mas se você ver que sai muito...

É bom sugerir.

Aham, se não, você fala... *oh, vamos manter o logo só que eu vou sugerir uma tipografia nova, novas cores, aí você vai dando essa lapidada.*

E sobre o logo que eu comentei. Eu tenho uma cliente... deixa eu ver se abre aqui.

Se a pessoa te contrata pra fazer só o logo?

Só o logo eu não faço porque o logo é uma vertente das várias que compõem a identidade visual.

Você precisa de um estudo.

Isso! Eu vi alguém falando esses dias mesmo... *Imagine que a identidade visual é o enxoval inteiro do seu bebê, quem não tem filho mas sabe o que é o enxoval, né, ou quando casar. Imagina que o logo é a fronha...*

E aí você compra só a fronha por exemplo.

Eu pessoalmente não faço, mas aí cada um, né, sabe o que é pra oferecer, não tem certo ou errado, ta?

Mas faz sentido. Essa cliente é nossa do pacote, dos textos e as artes.

Por exemplo, isso daqui é só uma identidade do instagram dela, tá. Esse logo não fui eu quem fiz, então eu deixei muito claro... *Le, isso daqui é só pra gente identificar o seu instagram, isso aqui não é uma logo, tá, eu vou deixar, se mais pra frente você quiser fazer uma logo do zero e por enquanto a gente tá trabalhando assim.*

Até porque ela é estudante de nutrição, então ela ainda não é formada, não tem a empresa formada em si, ela tá começando o instagram justamente antes de se formar.

Exatamente. E pra não ficar aquela coisa tão chapada no @ eu falei... vou colocar um símbolo aqui, mas esse não é uma logo oficial, para que isso fique bem claro.

Perfeito. Então o que inclui... **Cores, tipografia, fonte, estilos visuais.** Você vai postar fotos, você vai ter um instagram mais chapado sem muitas imagens. Se decidir pra que lado você quer ir, elementos visuais que são as formas.

Quer colocar no PDF Ba, por favor?

Ai gente, desculpa.

Imagina! Primeira aula é sempre assim. Fica tranquila.

Os **elementos visuais** que são as formas, você vai usar retângulo, você vai usar formas mais retonas, formas mais arredondadas, tá, cada uma tem o seu significado. Não vou entrar em cada significado, de cada cor, de cada estilo, se não vai ficar muito extenso, mas depois eu mando o material pra vocês. Eu mando pra Ca e ela envia pra vocês, tá?

Eu coloco na aula.

Então, como eu desenvolvo a identidade visual do cliente? A partir do preenchimento do briefing. Gente a verdade é que eu não inicio nenhum projeto sem o briefing preenchido, tá, então a primeira coisa que eu acho que vocês já devem passar. **Não faça nada sem briefing preenchido**, porque é literalmente você tentar fazer algo e a sorte cair sobre você.

E quem prestar o serviço dos dois, pega o briefing da linha editorial, é um briefing. Esse briefing da Bárbara é outro briefing, tá, então se você vai fazer as duas partes tem que mandar os dois, tá?

São dois diferentes.

Primeira coisa que eu peço no briefing, **ao mesmo tempo que eu gosto de usar a parte estratégica na identidade visual eu também gosto de ter um pouquinho do gosto pessoal das pessoas**, porque eu acho muito chato a gente só pensar na estratégia e não pensar no que a pessoa gosta, né?

Que é o caso do significado, né Ba, se você pega uma cor só pelo significado você acaba sendo igual a todas nutricionistas né, sei lá, o verde vai significar saúde e aí acaba não tendo sua personalidade.

E **tem que ter um pouco de você**. Tenho até um post completinho de como eu uso as referências, por exemplo, o cliente me da quantas referências ela quiser. Eu olho todos esses perfis. E o que eu analiso? Acho que eu tenho aqui fácil.

Você pede para ela te mandar perfis que ela gosta?

Isso, perfeito. Então ela me manda. O que eu analiso em todos esses perfis? Eu literalmente anoto. Eu analiso a **paleta de cores**. Que tipo de cores são? São cores quentes? São cores frias? É uma paleta colorida? É uma paleta mais neutra? Eu coloco isso no papel.

Elementos visuais. A pessoa usa textura ou é um fundo liso? Ela usa imagem? Usa gradiente? Ela tem fotos recortadas? Ou ela usa mais ilustrações tipo essas do canva, sabe? São elementos delicados? São elementos mais invertidos? Eu faço essa análise, tá?

A fonte também, **tipografia**. Eu analiso se ela é uma fonte serifada ou se é uma fonte mais delicada, se é uma fonte mais forte, se ela é grossa, se é fina, tá, isso tudo eu vou dando uma olhadinha. Isso tudo quando você bate o olho, você consegue ver, né, se é fininha você já deixa, né. Essas duas minhas aqui são uma fonte mais delicada, ela não é tão reta, então é mais assim divertidinha.

E as **sensações**. O que esse perfil te transmite? Um perfil que transmite leveza? É um perfil que tem uma pontinha de algo divertido? É algo mais maduro? Então faz isso com todas as suas referências, tá, pega esses 4 pontos e anota mesmo.

E você mudou a sua também, né Ba? Desde quando você começou. Você começou no lilás, né, se não me engano.

Sim era um lilás e roxinho, né, que era algo mais divertido, só que eu quis algo mais sério, mais mulher, mas não tão madura assim, porque eu também não sou tão velha, né. Se o posicionamento da sua marca muda, eu vejo que não tem nada demais você também adaptar isso.

Só não pode ser toda semana, né, gente?

Eu tenho esse perfil há um ano, eu mudei só uma vez.

Porque acontece também, né, você começa assim do jeito que dá né e aí você vai sendo melhor, pegando mais referência, mais experiência, vai evoluindo.

Porque às vezes você realmente muda. Eu quero atingir outro público. Essas coisas acontecem.

Tudo isso gente que eu tô passando pra vocês é de acordo com o briefing, tá, depois eu vou abrir o briefing para vocês darem uma olhada.

Segundo passo, **paleta de cores**. É a primeira coisa que eu defino. Dentro do briefing tem uma pergunta que é quais valores que a sua marca quer transmitir. Como que eu faço? São muitos valores. Eu pego 3 que a pessoa se identifica mais ou 4 e vou fazendo a conexão com a psicologia das cores realmente, tá? Tem um site que eu gosto muito que é o infográfico do viver de blog da psicologia das cores, tá?

Por exemplo, **imagina que os valores de uma marca foram, a pessoa quer transmitir seriedade, feminilidade e poder**. A gente usa geralmente um vermelho mais fechado. Aqui óh, esse aqui explica os tons diferentes, tá. Feminilidade geralmente a gente puxa pra um vermelho com um rosa mais escuro, tá, não muito claro porque aí fica muito infantil, mas por exemplo, se a pessoa quer uma feminilidade mais elegante, a gente pode escolher um vermelho escuro, refinado, maturidade.

Se a pessoa quer algo mais... a gente pode escolher o tom neutro. Aqui tem vários valores que você pode ir olhando e pode fazer como se fosse um joguinho mesmo. Vai vendo os valores e anotando as cores.

É porque vai da combinação né? Por exemplo, do rosa ser infantil, depende que cor que você combina, né?

É só você saber balancear pra ter uma ideia.

Essas coisas dos tons é muito legal, porque não é só a cor, né, não é só vermelho é o tom do vermelho.

Se o vermelho mais aberto é uma coisa, tá vendo? Vermelho claro já é mais sexy, né? Se você vê nos perfis, você vê uma pegada mais sexy. Esse mais escuro eu já vejo algo como mais maduro, mais forte. Então vou fazendo essa conexão de cores.

Um site que eu uso bastante... o **Pinterest** também uso, tá. Vejo as inspirações para ver se faz sentido. Imagina que você decidiu como o seu cliente queria uma cor madura, feminina. Imagina que você colocou vermelho escuro como principal, porque ela quer tocar nesse valor. Então dá uma olhada no que você acha aqui... *Paleta de cores com vermelho escuro*, tá? Dá uma olhada geral. Vê o que você acha que conecta com os outros valores.

Se a gente fosse escolher uma paleta mais madura, eu acho que isso daqui seria uma boa opção, porque tem o vermelho escuro e os tons mais nudes. Eu acho que ficaria bem clássico.

É e bom gosto assim, né, combinação é treinar o olhar. Então é bom você fazer essa pesquisa pra você ir praticar né.

Às vezes, sei lá, você pegou 5 valores, só que cada cor não deu nada a ver com nada. Então vai adaptando... *ah eu não descobri esse tom, mas o que será que eu posso colocar aqui pra puxar um pouquinho sabe?* Então **pesquisem**, tirem prints. A gente nunca vai escolher uma paleta e ficar com aquela, né. A gente vai vendo e adaptando.

Terceiro passo, **tipografia**. Nós temos vários tipos de tipografia dentro desses 3, mas esses são os principais, tá? Temos as fontes serifadas, que são as mais tradicionais e mais clássicas. São as fontes que tem esse pezinho. Essa minha aqui, apesar de ser serifada, ela não é tão tradicional, eu acho ela até mais assim, informalizinha, porque ela é mais grossinha.

Mais redonda, né?

Mas as fontes serifadas, geralmente são mais formais, ai óh... *Passam a sensação de formalidade, confiança, educação e experiência*. Então geralmente são bem legíveis, né é legal de entender e elas são muito usadas na literatura. Eu pessoalmente, se vejo que a pegada da marca é pra esse lado, eu gosto de usar a fonte serifada para títulos, ta? Eu nunca uso para textos.

Se não fica meio pesado de ler, né?

Uma fonte que eu gosto bastante é a **DM Serif Display**, eu acho ela muito linda e ela tem a opção também de itálico. Fica bem bonito, tá? Essa aqui eu uso bastante também serifada. Eu falo dentro do canva, tá, mas quem tem o canva ou photoshop que seja, o pago, tem um site bem legal de fontes, que você pode baixar várias opções.

Então depois passa o link que eu deixo na descrição.

A **serifada**, se combina com a marca eu **gosto de usar em títulos**, não para o texto em geral.

Fontes não serifadas são aquelas **fontes mais informais**, mais corriqueiras que a gente usa, nós temos a the bold que a maioria que usa o canva, photoshop conhece, né?

É a minha.

Tem essa pegada mais informal e também é mais descontraído e eu gosto de usar para os textos mais extensos, tá.

E a **terceira opção é a fonte cursiva**, que é aquela como se fosse manuscrita. Gente essa daqui, muito cuidado, tá? Nunca, nunca, nunca utilize fonte cursiva para escrever um texto desse tamanho, tá? Eu sugiro fontes cursivas para quando... Dependendo da fonte cursiva fica muito pesado pra ler, tá? Então a **fonte cursiva nunca deve ser usada para escrever textos de uma, duas linhas**.

É legal pra por o nome né? Igual você mostrou. Como se fosse uma assinatura.

Ou se você tem um título e quer colocar uma palavra em evidência. Mas nunca use numa frase inteira ou assim pra fazer um carrossel, que aí fica muito pesado.

E o quarto que eu tento dar uma olhada no estilo visual. Por exemplo, o que vai ser o seu estilo visual? Você quer usar mais as suas imagens ou você quer coisas mais lisas, né, que cliente quer. Se for algo mais básico, mais informal e de acordo com as referências, você vai entender o que mais ele prefere.

A Maria Eduarda trabalha bastante com textura, com títulos em dourado, com a foto dela nos próprios designs, então aqui numa pegada que eu diria mais divertida. Já a Rafa eu acho que ela é uma pegada mais leve, mas... acho que mais leve mesmo. As imagens quando eu uso foto dela é só um texto, o fundo que ela usa é sem brilho, não usa textura.

Parece uma coisa bem casual né, como se ela mesma tivesse lá feito.

Exato! Você imagina ela fazendo. A partir das referências que eu comentei que é a primeira coisa, você vai ver se o estilo do seu cliente é mais pra um lado ou mais para o outro. A partir daí você pode sugerir o que você acha legal do que você entendeu daquela análise.

Tem gente que adora enfeitar quanto mais coisa na arte melhor e tem gente que é só o fundo, texto, acabou, né?

É, então, **você precisa entender o que o seu cliente gosta**, porque não adianta nada você querer forçar algo que ele não vai estar satisfeito. Tem gente que fala... *oh não quero nada, eu quero um texto grifado e acabou.*

Por mais que você queria mostrar suas habilidades de design, né e colocar muita coisa se ele não quiser.

As vezes eu como designer fico triste, eu quero super elaborado, quero recortar foto...

Eu fui uma das que fiz isso com a Bárbara. Ela colocava umas coisas eu falava... *Bárbara esse eu não quero.*

Ca você quer isso? Não! E adicionar isso? Também não. Pra gente é muito triste, mas o cliente está satisfeito.

Já eu, sou do mais, eu quero tudo.

Quinto passo são os **elementos** mesmo. Você quer incluir linhas? Tem alguns perfis que usam linhas assim, sabe como se fosse um cabeçalho. Eu acho que é algo mais delicado, já não é meu estilo.

O Paulo Cuenca usa uns elementos bem específicos, então é isso que a gente vai definir, né. Ele é bem informal mesmo, tá vendo, bem descontraído. Eu tinha lembrado de trazer um negócio pra vocês mas eu esqueci. Deixa eu ver se eu lembro aqui.

E são tons de azul, né? Você vê que não tem um azul específico.

Exatamente. Você vê que ele não tem literalmente uma paleta com x cores, mas quando você bate o olho você identifica, porque ele usa muito esse elemento de recorte. A fonte é sempre a mesma. Eu não sei qual é, mas é sempre essa fonte. Essa daqui, né, em caixa alta.

Sobre as **fontes**, eu **geralmente indico dois tipos**, tá, uma para título e uma para texto. Geralmente eu gosto de usar duas combinações. Eu nunca uso 3, eu não sugiro usar 3, mas você pode às vezes escolher uma terceira para destacar uma palavra ou outra, tá?

Escolhe uma cursiva, por exemplo, né?

Isso. E paleta de cores eu geralmente trabalho com uma principal, duas secundárias e uma mais neutra.

Toda paleta tem que ter preto e branco?

Não! Por exemplo, a da Rafa mesmo, ela faz o contraste com fundo claro e a fonte de uma cor mais escura, então não necessariamente tem que ter preto e branco. Por exemplo, aqui ela usa um fundo claro mais puxado pro nude e a fonte dela é um vermelho escuro, tá? Não necessariamente precisa usar preto e branco para fazer o contraste de texto, não é necessário, tá?

Mas é importante ter esse contraste, né, pra poder ler.

Tem um cliente que ele deu como referência o perfil do Paulo Cuenca que ele adorava tudo e ele me deu como referência o perfil que ele odiava tudo. O que eu percebi, as artes eram literalmente as mesmas... *ai gente é que eu não vou lembrar*. É o cara que fala alguma coisa sobre restaurante. Só que o que eu percebi. Eu abri o perfil do Paulo Cuenca, né, abri o perfil desse outro cara e olhei, os templates, as artes eram as mesmas, os elementos eram os mesmos. Só que o que acontecia, o perfil do Paulo é puxado para um tom frio e azul, igual a Ca falou, né, só que esse outro cara ele usava umas cores tipo laranja forte, amarelo forte, vermelho forte.

Então era mais o tom, né?

Exatamente. Você vê como as cores influenciam. Ele falou.. *gente do Paulo Cuenca eu adora e desse outro cara eu odeio.* Eu expliquei pra ele né, então a gente vê que diferenciando as cores isso muda bastante, não é besteira.

E a saturação né, você vê que no da Rafa é laranja, mas não é um laranja neon.

Uma vez que eu defino tudo isso como que eu entrego para o cliente? **Se ele só fechou a identidade visual eu entrego o manual da marca** que eu faço igual esse daqui que eu vou abrir pra vocês. Eu faço no canva. Aqui eu geralmente sempre coloco... o manual já vai bonitinho com a identidade, tá, pra pessoa já ver na prática como que ficaria.

Aqui vai o @ da pessoa já com a carinha dela, se a gente fechou alguma textura, algum fundo, já coloco em prática também, mas a cliente aqui queria gradiente, eu sugeri, ela gostou.

É um manual de verdade?

Isso é um manual de verdade, tá, então eu mandei a ideia pra ela, ela aceitou, então o manual já vai com a carinha do que seria a marca, tá? Esses fundos aqui que eu fiz o gradiente eu mandei pra ela depois eu vou abrir aqui pra vocês verem. Então eu sempre coloco o conceito da marca com os valores aqui embaixo, que ela me passou, né? Aqui eu coloco o moodboard de acordo com as referências que ela me passou, anotei tudo e coloquei aqui. Vocês podem também fazer um moodboard, que dá uma ideia legal para vocês extraírem as cores também.

Aqui eu coloquei as paletas de cores, um vermelho mais laranjadinho, um laranja mesmo e um rosa mais frio pra dar um contraste nos tons quentes daqui. Aqui eu explico geralmente o porquê da escolha, tá?

Sobre a aplicação das cores, coloco o que funciona e não, tá vendo? Se ela quiser um post com fundo rosa, ela consegue usar essas três opções de texto, nesse laranja aqui já não casa muito usar essa cor de vermelho no fundo, eu sugiro essas duas, então eu sempre mostro pra pessoa.

Tipografia. Essa daqui é uma fonte mais divertidinha que é a carinha da marca dela e a Montserrat que é uma fonte mais casual mesmo, não tem muito mistério. E aqui os elementos visuais. Eu coloquei esses tipos de elementos que são mais differentinhos. Aqui, se ela usar o canva, eu também coloco geralmente a pesquisa, eu jogo lá pra ela encontrar e aqui eu mandei pra ela os fundos prontos, vou compartilhar com vocês.

Ela pode salvar e usar nos stories dela, nas artes, que seja.

Esse foi você que fez?

Esse eu que faço. Tá, então eu sempre mando. Se encaixar na identidade visual. Se é uma pessoa básica, não quer textura, não quer gradiente, não quer nada, ai, né, não tem muito o que enviar.

Mas uma coisa que você fez pra mim Ba, um dos meus templates, ele tem um padrão de repetição do meu logo, então você também pode criar um plano de fundo, né? Não só gradiente.

Não sei se vocês conhecem a Bruna, ela tem uma aula nos 100 passos. A gente fez... uma Pattern que a gente chama, né, é um fundo que contém a logo a gente chama de patterne, que foi esse fundo de porquinho porque ela fala sobre finanças.

Ai que legal!

Eu vou ver se eu abro aqui pra vocês. Então pra Bruna a gente montou esse de porquinho, então em todas as caixinhas ela usa. No ebook a gente usou como a capa do ebook dela, então é uma característica dela, né. Isso vai de você ter a ideia e passar para o cliente. Se ele gosta, perfeito. Se ele não gosta, sugere outra coisa ou realmente é só não usar né.

Eu vi que nessa da Bruna tem 32 templates, né isso? Você manda assim editável ou você manda já em PNG?

Os pacotes que eu faço de artes para a Ca é meu secundário. Então o meu foco realmente é personalização no canva, eu sei que a maioria das pessoas que criam conteúdo é no canva. Então o que eu faço? **Pacote personalizado**, onde primeiro eu crio a identidade e depois eu crio do zero esses templates personalizados. Eu crio do zero mesmo. Não é que eu pego pronto e jogo. Eu vou criando de um em um.

Por isso o pacote é um pouco mais caro, mas ele vale muito a pena, porque a pessoa vai ter um template que ninguém vai ter igual, entendeu? E ela já recebe.

E é editável né Ba?

Cartão de crédito é uma forma de pagamento, esses temas é você que faz ou a cliente já te passa?

Se a cliente tiver temas, por exemplo, eu cheguei a fechar com alguns clientes da Carol, se a pessoa tem um tema pendente, ela me manda e eu já mando com o tema bonitinho. Se ela fala... *oh não tenho nada de tema*, eu só mando assim algo realmente pra preencher.

Ah entendi, não precisa ser necessariamente alguma coisa. Não necessariamente o que ela vai postar.

Não. Você pode escrever o seu texto aqui, né.

Isso, exatamente, aqui por exemplo, não tinha nada pra escrever.

Mas a questão de template ou arte, né Ba, me corrige se eu estiver errada, depende do pacote que a cliente contratar, né, então não necessariamente ela vai receber o template, ela precisa pagar pelo template, né?

Isso o template é realmente um pacote de templates. A pessoa recebe pronto e a salva em PNG.

Esse template aí você tira da sua cabecinha mesmo ou você procura algum... tudo da sua cabeça, né?

Tudo que a gente faz na vida a gente procura referência e quem trabalha com design não tem como sentar e tirar coisa da cabeça. Então eu procura referência e vou criando do jeito que vou adaptando.

O designer tem que consumir muito conteúdo, né? Para treinar o olhar, né?

Eu ofereço as artes. Eu faço artes para clientes. No caso tô começando agora. Já fechei um pacote e a minha dúvida era essa, tipo assim, eu sempre tive essa dúvida. Templates e artes, qual a diferença?

O template eu vejo ele tem um valor maior agregado quando a gente vai falar de custo benefício. Cliente fecha 20 artes com você pronta. São as 20 artes, acabou. Se ela quiser mais 20 mês que vem, ela tem que pagar, né, assim vai até o dia que ela quiser, vai acabando, vai renovando.

Os templates ela paga uma vez e ela faz a partir desse template quando artes nesse estilo que ela quiser. Óbvio, se ela se cansar desses 30 templates ela pode comprar mais 30 templates com você.

Então as pessoas geralmente são muito contra vender artes editáveis por causa disso, porque fala que você tá vendendo a sua inteligência, *como que fala...criativa.*

Só que assim, uma vez que a pessoa paga por isso mais caro que uma arte, meu objetivo com esse pacote é isso, entendeu? Então eu acho assim que é só alinhar realmente um bom preço que vale a pena para os dois, alinhar o seu objetivo.

Com certeza tem que adaptar, né, pra sua necessidade, para necessidade do cliente, né, não existe isso de .., ah não pode. Não!

Exatamente, assim...

Não pode vender coisa dos outros, mas se foi você que fez.

O meu pacote por exemplo que eu comprei com a Bárbara é de template. Toda segunda por exemplo tem aquele quadro aí eu uso o template. Ai toda terça tem outro ai eu uso o template, então é uma coisa muito prática pra quem trabalha com instagram.

O canva tem esses templates prontos que já existem aqui, mas uma vez que você cria os seus próprios para as suas clientes, muita coisa eu crio fora no figma ou photoshop e trago pra cá. Então assim, a cliente vai ter algo exclusivo. Eu pessoalmente, Bárbara não vejo problema nenhum nisso, tá, igual o pessoal condena, faz um escândalo.

Ba, e quanto você começou cobrando por template e por arte só pra elas terem uma ideia.

Meu primeiro pacote de template eu acho que era... nossa eu não lembro, eu acho que era... acho que eram 20 templates R\$ 5,50. Só que esse preço não tem... esquece, isso não existe, ta?

É muito baixo.

Qual é a média de mercado de uma arte pronta? De R\$ 30,00 a R\$ 50,00, ta? **Se você tá começando**, não domina tanto o photoshop, geralmente entre **R\$ 30,00**, ta? Tá num **nível maior** entre **R\$ 30,00 e R\$ 50,00**. **O template tem que custar um pouco mais**, tá? Porque igual eu falei, a pessoa vai comprar uma vez e daquilo ela vai tirar várias coisas.

E aqueles que o pessoal vende, tipo assim, não sei quantas por R\$ 9,90, R\$19,90.

É porque é difícil quantificar, porque você tem que ter uma ideia de quantas pessoas será que vão comprar o meu produto.

Ah sim! Por exemplo, a Stella Saderio que vendia um pack para todo mundo.

Eu acho, pra quem tá começando, mas assim, uma vez que você quer atender seus clientes na parte de design, eu não sugiro você pegar um template e usar pra todos. Porque a pessoa quer ter algo diferente. Você não precisa criar tudo do zero, porque eu sei que dá trabalho. A maioria das pessoas não é designer.

Pode ser uma boa, o que você pode fazer? Você vende as artes prontas, né, por exemplo, criar do zero uns 10 templates, capa de live, caixinha, essas coisas e esses 10 você dá de bônus. Você não precisa fazer um do zero para cada cliente. Quando a pessoa fechar com você... *olha fulaninha, obrigada por fechar as artes comigo. Eu sei que tem alguns conteúdos que são mais normais, mas corriqueiros, esses templates aqui de live, de caixinha.* Aí você pode mandar com todos.

Isso é uma ótima ideia de **bônus**.

Então você vai aqui **compartilhar sempre como template**, tá e envia pra todas elas o mesmo link. Se você fizer identidade para elas fala... *oh fulaninha esse template aí nas suas cores você adapta de acordo com as cores que a gente escolheu pra você, as fontes também*, tá, você tem que fazer essa mudança.

E é importante compartilhar como template porque se não, tudo que a pessoa mudar vai mudar pra todos.

Nunca compartilhe como edição, tá, porque edição, todo mundo que tiver acesso a esse link e mexer vê a modificação de todo mundo. Sempre como template.

Outra coisa assim legal... esses packs de template seria interessante também já fazer captação de lead, né, tipo vender a um precinho barato pra captar o email.

Ou até de graça né. Sim! Deixa na sua bio.

Cara é uma boa idéia deixar de graça.

É por exemplo, você sabe que vem, sei lá, eu sei que muita gente disponibiliza esses templates gratuitos de acordo com os eventos, por exemplo... ah dia dos namorados, pra soltar sabe, alguns templates diferentes... *Gente dia dos namorados tá aí eu soltei dois templates pra vocês, o link ta na bio*, né? A pessoa se cadastrá e recebe.

Exato. Você faz um formulário num site gratuito mesmo né.

Dá pra fazer sim, o Wix ou aquela klickpages, faz uma página bonitinha, joga o formulário, conecta em algum email automático.

Porque se você colocar só o link para o canva já não é tão interessante que aí você não vai ter a informação da pessoa.

Ou até assim, se você tiver uma audiência pequena faz manual também, o pessoal já fala... *caramba ela mesmo tá me mandando*. Se você tem a condição, óbvio, se não, faz tudo automaticamente. Faz uma landing page.

Eu tenho até um grupinho pequeno de meninas no whatsapp de algumas meninas que já fizeram algumas coisas pequenas comigo. De vez em quando eu sempre libero conteúdo exclusivo pra elas lá.

Deixa na bio o link do grupo aí você coloca ali uma setinha... *ah pessoal template, sei lá, dia dos namorados, carnaval*.

E eu posso deixar até o link no grupo, quando a pessoa entra já fica lá na descrição do grupo o link para o template. Caramba, boa ideia.

Tem muita coisa assim que é possível fazer, sabe, sempre fiquem de olho em outras coisas, eu sempre pego muita ideia com muita gente.

Ca, mais alguma coisinha?

Não. Você falou que ia liberar o que então que você vai mandar? Só pra eu falar pra elas.

Vou mandar depois uma listinha com sites úteis, né. Esse daqui que eu mostrei. Um site onde vocês conseguem baixar fontes.

O briefing né?

Isso, o briefing.

Perfeito! E o PDF que já tá pronto.

Queria mostrar para vocês aquele caso, mas depois qualquer coisa...

Se você lembrar depois você coloca.

Lá vai eu pedir demais. Dá pra liberar também aquele manual pra gente poder passar pra cliente.

Briefing, vou mandar também, pode deixar.

Eu anexo ela na aula, ta? Quem tiver vendo gravado se tiver qualquer dúvida deixe nos comentários por favor e ai se eu não souber responder eu peço socorro para a Bárbara.

Qualquer coisa, a Ca acho que sempre tá me marcando por aí, se alguém tiver alguma dúvida ...

Vou deixar também na descrição do seu @ pra pessoa qualquer coisa entrar em contato com você.

Obrigada pela aula. Então é assim que funciona a parte de identidade visual, de artes do pacote, né, de social media.

Exato. E gente, não tentem se cobrar demais na parte visual, né. Se alguém for designer, perfeito, mas se não for também isso é algo que com o tempo vocês vão pegando o jeito. Então se precisarem de alguma coisa, vocês tem o meu instagram, a Ca sempre está lá me mencionando e me escrevem e a gente conversa.

E se vocês verem que vocês gostam realmente dessa parte, vocês podem fazer uma parceria assim como eu e a Ba. Eu não sou boa em Canva, não sei nada, tanto que não sou eu que estou dando a aula. Então a gente faz essa parceria. Então se você ver você quer ir pra essa parte de design, tenta fazer parceria com alguém do texto ou vice e versa, se você fala... *ah não, não gosto, não entendi*, então faz o contrário, faz parceira com alguém de design.

Exato, porque às vezes a gente realmente não gosta, não tem o dom, né, fica se matando pra ter que entregar tudo para o cliente, né.

Exatamente. Se não a gente acaba não conseguindo escalar, né, só consegue atender um cliente de tanto que demora, não é viável.

Então, muito obrigada.

Imagina! Fico feliz de tá conversando aqui com todo mundo e qualquer coisa que precisarem, falem comigo.

Pode deixar. Obrigada.