



1. Briefing

- 1.1. -
- 1.2. Análise do material
- 1.3. Tira dúvidas

2. Variáveis Importantes

quarta-feira, 10 de fevereiro de 2021, 19:16h
Lucas Toledo disse

Variáveis que importantes que eu acho que vocês devem se preocupar

2.1. Elementos de Emoção

2.1.1. Imagem Principal do Produto

2.1.1.1. Imagem sempre em destaque, atenção a qualidade e o posicionamento dela na arte

2.1.1.1.1. -

2.1.1.1.1.1. Evite

2.1.1.1.1.1.1. Evite

2.1.1.1.2. +

2.1.1.1.2.1. Explore

2.1.1.1.2.1.1. Explore

2.1.1.1.2.1.1.1. Explore

2.1.1.1.3. Importante

2.1.1.1.3.1. A imagem do produto real tem mais poder

2.1.1.1.3.1.1. Passa uma verdade - Imagina você pedir um delivery e vem um produto totalmente diferente

2.1.1.1.3.1.2. Cria uma associação na cabeça do consumidor, porque ele se identifica com alguma referência de alguma experiência que ele teve, passado em frente, propaganda e etc...

2.1.1.1.3.1.3. Não vai ser vista em nenhum outro lugar, você não vai ver o mesmo lanche em outra telinha, isso fortalece o branding e a comunicação da marca e do produto em si

2.1.1.1.3.2. A imagem tem que ser bem produzida

2.1.1.1.3.2.1. Não adianta ser a imagem do produto se foi feita de qualquer forma, sem iluminação, lanche desmontando, mesa suja, não precisa ser feita em uma câmera profissional, pode ser com o celular, desde que tenha qualidade e esteja com uma boa iluminação, uma mesa limpa, lanche bem apresentável

2.1.2. Elementos de Composição

2.1.2.1. Direcionar o olhar de forma estratégica

2.1.2.1.1. Tipos

2.1.2.1.1.1. Emojis

2.1.2.1.1.1.1. Quebra formalidade, tom divertido, amigável

2.1.2.1.1.2. Ingredientes do Produto

2.1.2.1.1.2.1. Ex: Bacon, tomate... movimento e dinâmica controle direção do olhar por associação

2.1.2.1.1.3. Shapes/Formas

2.1.2.1.1.3.1. Movimento, entusiasmo, direcionamento

2.1.2.1.1.4. Efeitos Naturais

2.1.2.1.1.4.1. Humanização

2.1.2.1.1.4.2. Tipos

2.1.2.1.1.4.2.1. Fogo

2.1.2.1.1.4.2.2. Partículas

2.1.2.1.2. +

2.1.2.1.2.1. Explore

2.1.2.1.2.1.1. Explore

2.2. Cores

2.2.1. Harmonia e Emoção

2.2.2. Instigar a Fome, desejo e tomada de ação

2.2.2.1. Cores Quentes / Vibrantes

2.2.2.1.1. Vermelho

2.2.2.1.2. Amarelo

2.2.2.1.3. Laranja

2.2.2.2. Cores Neutras

2.2.2.2.1. Marrom

2.2.2.2.2. Preto

2.2.2.2.2.1. Explore

2.2.3. -

2.2.3.1. Evite

2.2.3.1.1. Evite

2.2.4. +

2.2.4.1. Explore

2.2.4.1.1. Explore

2.3. Fontes

2.3.1. Tipos

2.3.1.1. Display

2.3.1.1.1. Variedade

2.3.1.1.1.1. Corroídas / Texturas

2.3.1.1.1.1.1. Rústicas

2.3.1.1.1.1.2. Explore

2.3.1.2. Sem Serifa (Sans Serif)

2.3.1.2.1. Clareza / Impacto

2.3.1.3. Manuscrita

2.3.1.3.1. Tradicional, clássico

2.3.1.3.1.1. Explore

2.3.2. Adicional

2.3.2.1. Elementos em destaque compõe os textos

2.3.2.1.1. Destaque e Descontração

2.3.2.1.1.1. Explore

2.3.2.2. Camada de contorno, estilo sombra

2.3.2.2.1. Profundidade, destaque

2.3.2.2.1.1. Explore

2.3.3. -

2.3.3.1. Evite

2.3.4. +

2.3.4.1. Explore

2.3.4.1.1. Explore

2.3.4.1.1.1. Explore

2.3.5. Hacks

2.3.5.1. Fontes: <https://www.instagram.com/p/CjwhEDMBIWg/>

2.3.5.2. Significado dos tipos <https://www.instagram.com/p/CHJVzYSB9zh/>

2.4. Ambienteção

2.4.1. Composição bem iluminada e ambientada todos elementos físicos devem reagir a luz

2.4.2. -

2.4.2.1. Evite

2.4.3. +

2.4.3.1. Explore

2.5. Fundo

2.5.1. Harmônico com a composição, comunicar com o que vier acima

2.5.2. Realçar o produto

2.6. Logotipo do Cliente

2.6.1. Limpo

2.6.2. Bem Visível

2.6.2.1. Tamanho razoável para ler e identificar

2.6.2.2. Sem efeitos exagerados

2.6.3. Não distorcer

3. Planejamento

3.1. Moodboard

3.1.1. -

3.2. Rascunho

3.2.1. -

3.3. Mão na Massa!