



LOGOTIPO

Disciplina: **Oficina de Direção de Arte**

Professor: **WANDERLEI PARÉ**

Avaliação de Logotipos

- Para avaliar um logotipo podemos nos basear em conceitos técnicos, mercadológicos e estéticos. Com o objetivo de simplificar nosso estudo, vamos deixar de lado os conceitos estéticos, que são muito subjetivos e, portanto dão margem a muitas opiniões. Afinal o que é belo para uma pessoa, pode ser algo indiferente para outra. E, já diz o ditado, "gosto não se discute".



Logotipos

Características Técnicas

Ao analisarmos os logotipos de empresas de sucesso, podemos observar algumas características comuns, tais como:



Logotipos

Uso de cores

Normalmente reduzido, com a combinação de duas ou três cores. Em alguns casos, uma única cor.

Logotipos em duas cores ou logotipos que além de duas cores usem também a cor preta normalmente produzem desenhos agradáveis e são bastante econômicos na hora da impressão gráfica. Há ainda casos de logotipos que adaptam-se com facilidade e podem ter suas cores reduzidas, sem perder a identidade.



Logotipos

Legibilidade

É a capacidade que o logotipo tem de ser lido com facilidade. Pode parecer incrível, mas por uma questão de estilo, alguns logotipos têm caracteres entortados, girados, combinados, etc. que fazem com que a sua leitura torne-se difícil.

Aposte na simplicidade e procure observar se o logotipo é bem legível à distância. Se você tiver dúvida, compare a legibilidade do logotipo da sua empresa com um de outra empresa do mesmo tamanho à mesma distância.



Logotipos

Reprodutibilidade

É a capacidade que o logotipo tem de ser facilmente reproduzido. Significa que, quanto mais simples for o desenho do logotipo, mais fácil será sua reprodução.

Vale evitar um número excessivo de linhas ou elementos. Mais uma vez, aposte na simplicidade.



Logotipos

Adaptabilidade

É a capacidade que o logotipo tem de ser adaptado em situações diversas. Quando um logotipo é criado, não há como prever com exatidão a totalidade de peças em vai ser aplicado. Por isso, é tão importante a capacidade de adaptar-se. Não é em todas as peças gráfica que os logotipos podem ser aplicados em fundo branco; nem podem ser aplicados na horizontal e nem podem ser usados em cores.



Logotipos

Características Mercadológicas

Um logotipo é sempre criado em função de uma empresa, que vende determinado produto ou serviço.

Esta empresa, por sua vez tem (ou deverá ter) um grupo de consumidores.

Lembre-se: o foco deve estar no cliente.

É o cliente quem determina o sucesso de uma empresa.



Logotipos

Características Mercadológicas

Atender clientes é a razão e a finalidade da empresa existir.

Portanto, o logotipo deve ser criado pensando neste grupo de consumidores, que pode ser dividido em características como sexo, idade, classe social, hábitos cotidianos, etc.



Logotipos

Características Mercadológicas

Há empresas que têm públicos mais genéricos.
Por exemplo: as empresas de telefonia, que têm consumidores jovens, adultos, idosos, homens, mulheres, etc.

Neste caso, o logotipo deve alcançar esta generalidade.



Logotipos

Características Mercadológicas

Em outras empresas, o público tem algumas características restritas.

Por exemplo: fabricantes de roupas de grifes femininas. Neste outro caso, as características do público são restritas.



Logotipos

Características Mercadológicas

Um bom logotipo deve "tocar na sensibilidade" do mercado consumidor;

deve despertar sua atenção;

deve criar empatia;

deve, enfim, simbolizar os conceitos que a empresa deseja transmitir ao mercado e deve traduzir o que o mercado pode esperar da empresa.



Logotipos

Características Mercadológicas

Faça um check-list para verificar se o seu logotipo atende (ou traz referência) aos pré-requisitos mercadológicos:

Missão: Qual é a missão da empresa?

Produtos/Serviços: Quais serão os produtos ou serviços oferecidos?



Logotipos

Características Mercadológicas

Posicionamento: Qual o posicionamento da empresa?

Concorrência: Como seus concorrentes tratam a logotipia?

Diferencial: existe um diferencial oferecido pela sua empresa? Qual é este diferencial?



Logotipos

Características Mercadológicas

Conceitos: Quais serão os conceitos passados para os clientes da empresa?

Clientes: Quem são os seus clientes? O logotipo sensibiliza seus clientes



Aplicação em Veículo

