

# APRESENTAÇÃO DA IDENTIDADE VISUAL

JOÃO ORTEGA CONSULTORIA E TREINAMENTO

[@vanessaalmeidadesign](#)

# OLÁ JOÃO!

Nesta apresentação, te mostrarei todo o processo envolvido na criação da sua identidade visual.

O resultado é uma combinação de todo meu esforço e pesquisa com as informações que você me enviou. Fiz esse projeto com muito cuidado e carinho para que você goste dele assim como amei desenvolvê-lo.

SOBRE A MARCA



# ATRIBUTOS DA MARCA

Os atributos são aspectos que fazem uma marca ser quem ela é. É um conjunto de conceitos e sensações que ela deseja transmitir para o seu público. É sua personalidade que a faz ser única e especial.

SOBRE A MARCA



# JOÃO ORTEGA CONSULTORIA E TREINAMENTO É

Moderna

Acessível

Tranquila

Profissional

Elegante

Exclusiva

Intuitiva

Respeitadora

Discreta

Ousada

Confiável

Arrojada

Madura

Grande

Persistente

Líder

Determinada

Disciplinada

## PERSONALIDADE DA MARCA



Assim como as pessoas, as marcas precisam de personalidade. Isso ajuda a criar identificação por parte do público alvo.

Utilizei 2 arquétipos para traçar essa personalidade:

**Criativo e Prestativo.**

# PERSONALIDADE DA MARCA



## CRIATIVO

O maior desejo do criativo é criar algo de valor duradouro. Seu maior medo é ter ideias medíocres ou cair no senso comum. O criativo inova e renova, pensa diferente, é ousado e não tem medo de se arriscar.

## PRESTATIVO

É um altruísta, movido pela generosidade e pelo desejo de ajudar os outros. Dentro da marca, esse arquétipo simboliza a preocupação constante em manter um bom relacionamento com o cliente e a excelência no atendimento, resultando em um serviço impecável do começo ao fim.

DESIGN



# OBJETIVO

Criar uma marca que transmitisse os valores da marca,  
tendo como tripé os seguintes atributos:

**Criatividade, Profissional e Modernidade**

DESIGN



# CORES PRINCIPAIS

## Tons de preto e branco

Os tons de preto fornecem uma atmosfera sóbria, é uma combinação que dá um ar de elegância, arte e até neutralidade. Uber, Ralph Lauren emitem uma sensação de poder, elegância e sofisticação. O icônico cartaz preto-sobre-branco do New York Times, escrito em tipografia, produz uma impressão de autoridade

DESIGN



# COR DE APOIO

## Amarelo Neon

Que significa honestidade e calor, ligado a auto-expressão, com tom ousado e se tornando o chamado direto à ação. Representa criatividade, inteligência, motivação e comunicação. No sentido psicológico remete ao sentido de entendimento, clareza e inteligência. Quando se trata de branding, o amarelo é uma cor eficaz, porque é facilmente notado, também pode ser um bom truque para atrair os olhos. Ao criar sites e aplicativos, as cores neon podem criar o efeito de impelir à ação e gerar clicks.

DESIGN



# TIPOGRAFIA

Com um desenho levemente geométrico, a tipografia escolhida é neutra, séria, ultra moderna e robusta, a fonte casa perfeitamente com a proposta da marca.

DESIGN



# TIPOGRAFIA DE APOIO

Para tornar a marca ainda mais apaixonante, escolhi duas fontes para dar apoio à marca: PT Sans para títulos e Lato Sans para texto.

Desenvolvida pela ParaType e publicada em 1998, a PT Sans é uma fonte moderna e amigável.

Já a Lato é uma sans serif clássica legível e extremamente confortável para leitura. Desenhada por Łukasz Dziedzic e lançada em 2010.

DESIGN



# SÍMBOLO

Formas retas inspiram segurança e ordem. Sendo a forma padrão para papéis e projetos, os retângulos representam conformidade, igualdade e estrutura. Além disso, uma vez que essas formas se parecem com bases, elas dão um ar de solidez e estabilidade a sua empresa.



RESULTADO



JOÃO ORTEGA

CONSULTORIA E TREINAMENTO



JOÃO ORTEGA

CONSULTORIA E TREINAMENTO



JOÃO ORTEGA

CONSULTORIA E TREINAMENTO



JOÃO ORTEGA

CONSULTORIA E TREINAMENTO



APLICAÇÕES



# JUÃO ORTEGA

CONSULTORIA E TREINAMENTO

WWW.JOAOORTEGA.COM.BR



+055119999-7777

contato@joaoortega.com.br

Av. Primavera, 123











**ESTE PROJETO FOI FEITO COM MUITO CARINHO!**

Espero que você goste dele assim como eu adorei desenvolvê-lo.

[@vanessaalmeidadesign](#)