

Identidade visual: Como criar uma aparência excepcional para a sua marca.

Crie uma linguagem visual ousada de marca para
o seu negócio, sem precisar sair da iStock

Sumário

Introdução

O que é linguagem visual?

Conheça a sua marca
Defina seus valores
Crie uma visão

Selecione o seu estilo

Aparência + sensação
Fotografia
Ilustração

Decida os detalhes

Logotipos
Fontes
Iconografia

Escolhendo uma paleta

Qual é o significado das cores
Quais você deve escolher
Como usá-las

Destaque-se usando...

Padrões + texturas
Vídeos + GIFs
Vetores

Resumo

Identidade visual: Lista

Introdução

Uma linguagem visual poderosa cria reconhecimento e lembrança da marca, e pode também aumentar os resultados dos negócios. De acordo com a Forbes, uma “apresentação consistente de marca em todas as plataformas **umenta a renda em até 23%.**” Isso significa que é hora de começar a se preocupar com o design e com a apresentação visual, não apenas em seu site, mas também quando se trata de redes sociais, anúncios, posts em blogs e qualquer outra forma de conteúdo com a qual seu público interage.

No mercado concorrido de hoje, pode ser difícil chamar a atenção de alguém. A mensagem visual de uma empresa é a primeira coisa com a qual entramos em contato e, para o reconhecimento ideal da marca, ela precisa ser consistente e exclusiva para a sua marca.

Você está aproveitando ao máximo os seus recursos visuais em todos os pontos de comunicação da sua marca?

Leia como fazer isso com **as ferramentas e os recursos fáceis de usar da iStock.**



1271945736, graphixel

O que é linguagem visual?

A sua linguagem visual é como todos os elementos de design da sua marca se unem. Isso inclui todas as imagens, uso de cores, texto e tipografia, elementos gráficos como logotipos e ícones, e quando aplicável, até embalagens.





1182872102, NataliaDeriabina

Conheça a sua marca

Quando falamos com os nossos amigos, a nossa personalidade se infunde em nossa linguagem e na maneira que nos comunicamos. Marcas também têm personalidade. Se a sua marca fosse uma pessoa, como você poderia descrevê-la? **Ousada** e inteligente ou charmosa e **sofisticada**? Confiável e íntegra ou **jovem e diferente**?

Qualquer que seja a combinação que você escolher, faça um brainstorming para ser específico e ter uma visão para o futuro.

Defina seus valores

Entender a missão e os valores da sua marca é outro ótimo ponto de partida para descobrir sua linguagem visual. Eles influenciam a personalidade de sua marca e podem fornecer uma inspiração valiosa ao determinar a "aparência" de sua mensagem ([veja Selecionando o Seu Estilo](#)).

Então decida: você está comprometido a cuidar do meio ambiente? Tornar o mundo um lugar melhor? Ajudar as pessoas a se sentirem melhor ou algo completamente diferente? Seja o que for, seus visuais devem refletir as suas escolhas.



Uma família diversa e feliz deixa a impressão de que sua marca valoriza a inclusão, a família e a união.

1154945459, monkeybusinessimages



Uma mulher olhando para uma cidade movimentada contribui para uma visão ambiciosa de emoção e aventura.

1132442986, Nattakorn Maneerat

Crie uma visão

Depois de determinar os valores e personalidade da sua marca, é hora de começar a visualizá-la. **Crie um painel** e salve fragmentos de inspiração para desenvolver uma estética que seja só sua. Veja o que os seus concorrentes diretos e marcas favoritas estão fazendo. Como eles se apresentam para o mundo e para o seu público? Como o design, a cor e as opções visuais oferecem suporte ao serviço ou oferta, participação de mercado e atividades de marketing?

O que há na aparência que eles cultivaram que os diferencia? E como você pode fazer o mesmo?

Coloque as suas ideias em prática

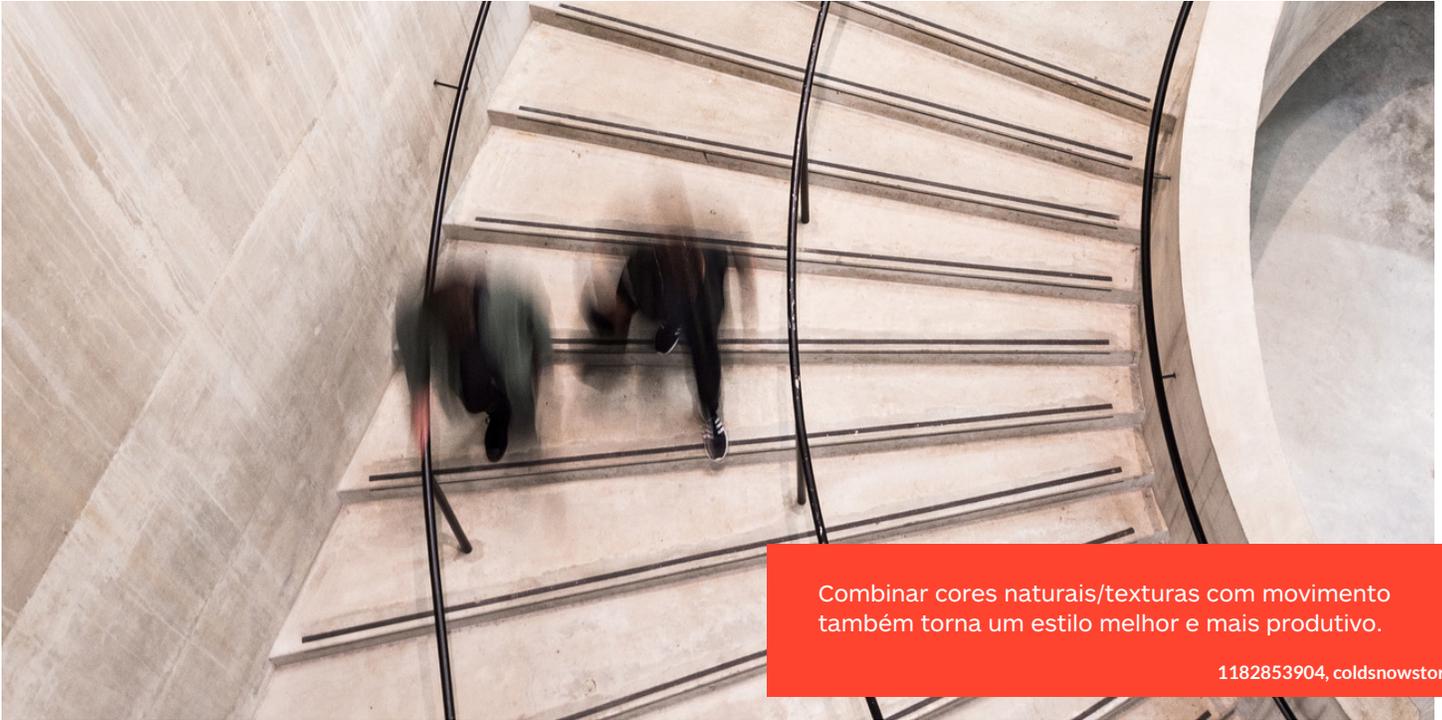
Sente e faça a sua lição de casa antes de se comprometer com um determinado visual. Você pode ter amado, mas e o seu público, como eles se sentem? Pesquisas de usuário e testes A/B são maneiras inteligentes de descobrir isso.

Depois que você decidir a personalidade e valores da sua marca, coloque esses termos na caixa de pesquisa da iStock para ver quais tipos de imagem serão exibidas. Você pode gostar do termo “s sofisticado”, mas isso realmente representa a sua marca? Talvez “**tendência**” ou “**luxo**” seriam termos melhores? Pense grande e veja tudo que você pode encontrar.

Os painéis físicos podem inspirar, mas os digitais também são úteis. Na iStock, os usuários **podem criar vários Painéis** para colecionar selecionar e colaborar em decisões visuais.

94502198, Thomas Northcut

Selecione o seu estilo



Combinar cores naturais/texturas com movimento também torna um estilo melhor e mais produtivo.

1182853904, coldsnowstorm



1204482432, m-imagephotography

Aparência + sentimento

Você já pode ter visto o termo “look and feel” quando se trata de branding e marketing. Ele se refere ao impacto visual geral feito pelas suas decisões de design como um todo. Como vamos ver mais tarde em [Decida os Detalhes](#) e [Escolhendo uma Paleta](#), tudo, desde as cores que você escolhe até as fontes que você emprega, influencia isso, mas vai além do visual sozinho.

A “sensação (feel)” geralmente se refere a como botões e menus funcionam em seu site, mas também é construída pelo texto e tom, tanto quanto a sua estética.

Fotografia

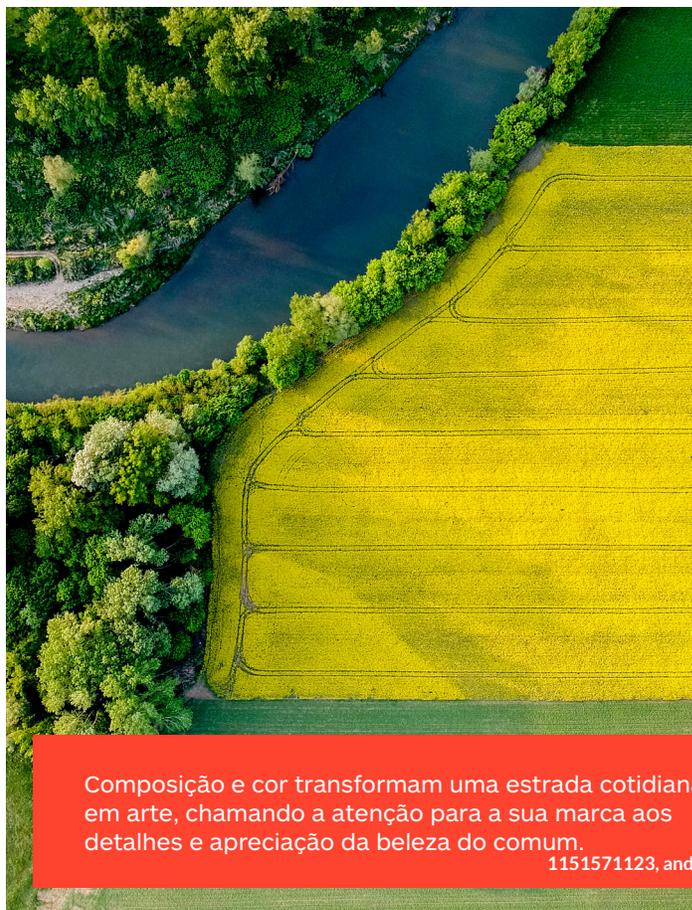
Uma seleção de imagens pode apresentar uma variedade de retratos, paisagens, interiores, exteriores, natureza e muito mais. Mas, independentemente do assunto, sua aparência específica contará uma narrativa única.

Isso pode ser alcançado prestando atenção especial a elementos como iluminação, composição e cor, e garantindo que cada cena escolhida siga um determinado conjunto de diretrizes visuais que reflitam sua marca.



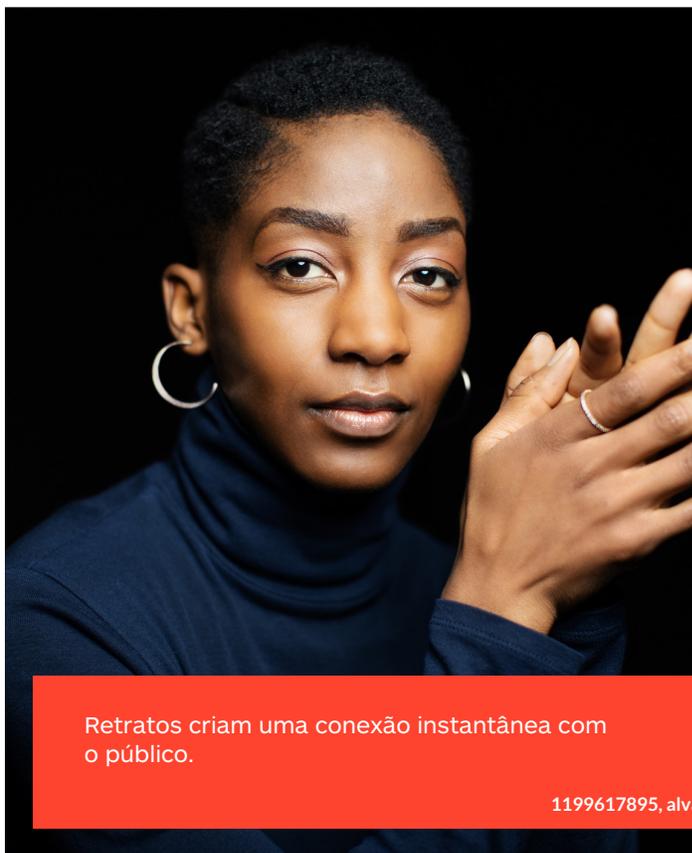
Esta sala clara e casual transmite uma mensagem que é muito diferente da sala mal iluminada vista na página 14. Qual faz mais sentido para a sua marca?

1194948894, zoombull



Composição e cor transformam uma estrada cotidiana em arte, chamando a atenção para a sua marca aos detalhes e apreciação da beleza do comum.

1151571123, anderm



Retratos criam uma conexão instantânea com o público.

1199617895, alvarez



Ilustração

Integrar **ilustrações** em sua oferta visual é uma ótima maneira de se destacar e desenvolver um visual único e inesquecível. Depois de definir seu estilo ideal de fotografia, coloque seu olhar editorial em ação e navegue pela **extensa coleção de arte gráfica da iStock**, disponível para licenciamento.

Quais estilos podem complementar o seu conteúdo atual? Toques de cores podem funcionar com fotografia mais minimalista, enquanto desenhos de linha simples podem acentuar fotos mais complicadas.

Adicionar ilustrações em seu conteúdo é uma ótima maneira de destacar paletas de cor e a estética de marca.

1202344480, Lyubov Ivanova

Coloque as suas ideias em prática

Quando encontrar a aparência que gosta, seja consistente. Se comprometa com as diretrizes do seu visual e veja onde isso possa te levar. Depois, se não estiver conseguindo os resultados que deseja, ajuste como for necessário.

A iluminação tem um papel importante em transmitir a sensação de uma fotografia. **Luz natural** x **flash** cria uma sensação muito diferente; decida o que funciona para você e siga isso para um visual mais coerente.

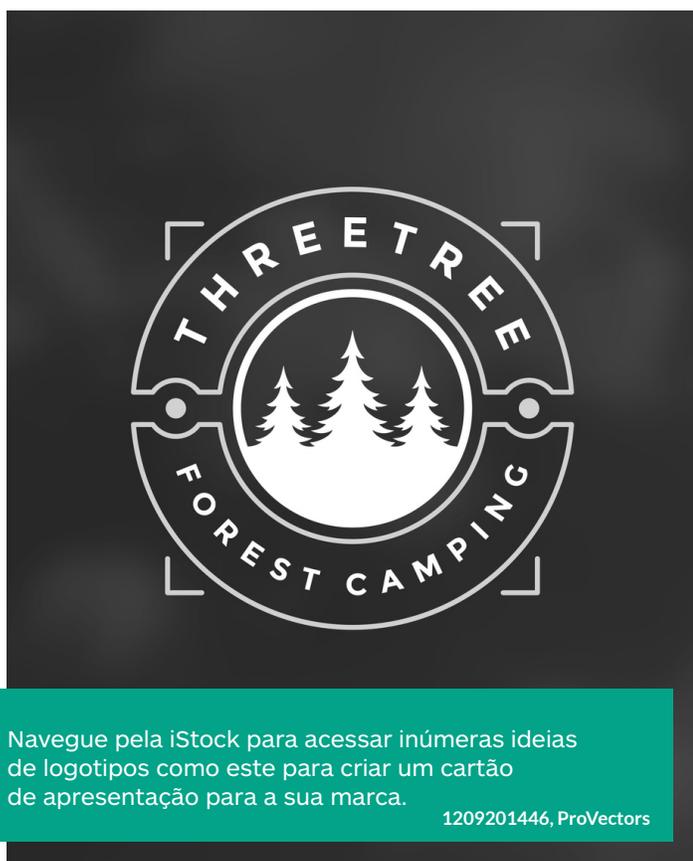
Ao adicionar ilustrações ao seu visual, não espere encontrar a combinação perfeita imediatamente. Assim como a maioria de todos os projetos criativos, experimentar um pouco faz parte do processo.

1190200592, Iana Kotova

Decida os Pequenos Detalhes



1163132207, undefined



Navegue pela iStock para acessar inúmeras ideias de logotipos como este para criar um cartão de apresentação para a sua marca.

1209201446, ProVectors

Logotipos

Você não precisa contratar um designer gráfico para criar um logotipo perfeito para a sua marca. Com os vetores, ilustrações e clip art da iStock, é fácil [encontrar inspiração para criar o símbolo perfeito para representar a sua empresa.](#)

Fontes

Navegue pelas [opções de tipografia da iStock](#) para procurar por fontes que personalizam a experiência da sua marca. Elas podem ser usadas juntas para formar palavras inteiras ou separadas para enfatizar as iniciais. Fontes também podem criar excelentes elementos gráficos e sobreposições para imagens que você compartilha nas redes sociais e localmente.



1164931970, iarti



1201089459, Алёна Коваль

Letras em bloco e escritas à mão (veja acima e à esquerda) fazem uma declaração ousada quando usadas no marketing da marca, assim como todos os tipos de elementos tipográficos exclusivos (veja abaixo).



1185797197, teddyandmia



Iconografia

A iStock tem uma **grande variedade de iconografias** disponíveis para serem licenciadas que permite que você adicione outro toque da sua marca em várias páginas e posts em seu site e em outras plataformas. Essas pequenas imagens podem ser usadas para melhorar a aparência e comunicar rapidamente uma ideia ou tema de uma maneira que é facilmente reconhecível para o seu leitor.

Ícones práticos como esse oferecem opções fáceis de leitura para o seu público.

1206786449, Nadiiinko

Coloque as suas ideias em prática

Logotipos devem ser simples e fáceis de reconhecer em qualquer tamanho. Pegue um pedaço de papel e veja onde a caneta pode te levar. Quando terminar o brainstorming, veja se consegue reproduzir a sua versão digitalmente.

Muitas fontes causam distrações e cansam os olhos. Se limite a usar duas ou três no máximo e use com moderação a que mais chamar a atenção.

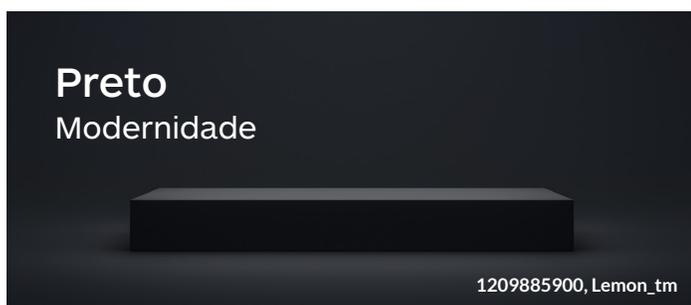
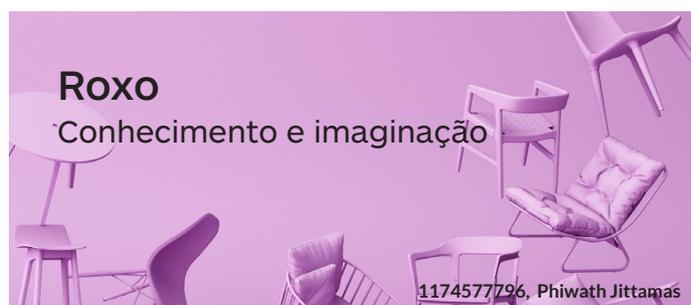
Seja intencional ao usar a iconografia e sempre use um visual mais amplo, quando possível. Os ícones dão um toque relevante que pode facilitar a leitura, mas não podem substituir uma imagem poderosa.

1208767689, AnnaStills

Escolhendo uma palheta de cor

Qual é o significado das cores

Quando se trata de negócios e marketing, é importante [revisar a psicologia das cores](#) (o infográfico da Hubspot te ajuda rapidamente a entender isso). Aqui está o significado das cores mais usadas:



Qual você deve escolher

A seleção de tonalidades ou um esquema geral de cores depende da personalidade da sua marca. Não escolha um certo tom só porque ele é o seu favorito. Consulte um guia prático como o Hubspot para se garantir que você está no caminho certo e que suas cores estão comunicando a mensagem que você realmente deseja.



Neutros mais escuros e tons de pedras preciosas comunicam uma sensação de luxo quando usados em branding.

1248298343, alvarez



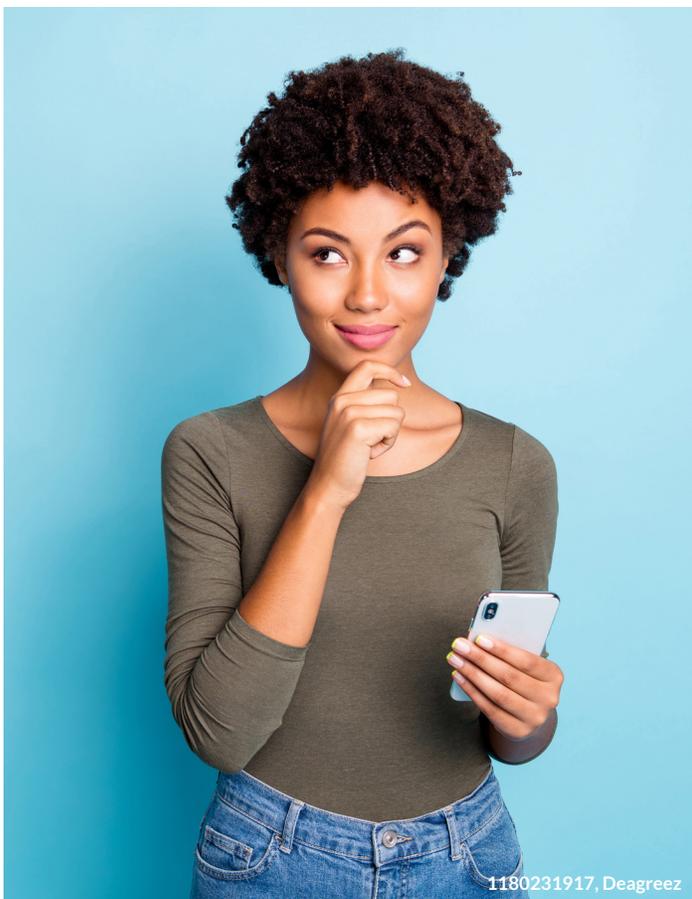
Cores simples, mas poderosas - ou a falta delas - podem dar a uma marca uma sensação elevada de sofisticação.

1160744745, Jose Juan Garcia



Uma paleta monocromática em tons pastéis indica uma marca moderna e inovadora com um toque de peculiaridade.

1186911135, Artjafara



Como usá-las

Existem muitas oportunidades para ter um tema de cor consistente em todo o site e nas comunicações da marca. De e-mail marketing ao design de blog, posts sociais e landing pages, imagine a sua mensagem como uma tela que conecta a linguagem visual da sua marca em tudo que você toca. Ícones, tipografia, imagens, bordas e muito mais podem se tornar as ferramentas com as quais você cria a personalidade da sua marca.

Coloque as suas ideias em prática

Marque uma fonte relevante para referência rápida ao pensar sobre a melhor forma de infundir cor em sua marca - e não se esqueça de verificar o que está dando certo para a sua concorrência.

Use a sua pesquisa em suas escolhas e veja como o seu público responde. Se ainda não estiver alcançando os seus objetivos, continue pesquisando até encontrar o que dá certo.

Tons e filtros são uma maneira rápida e fácil de marcar qualquer imagem. Com o [Editor da iStock](#) você nem precisa sair do site para editar as suas imagens.

As cores da sua marca também podem servir como bordas ou molduras atraentes para vários tipos de conteúdo.

1166684037, cookelma

Destaque-se usando...



Quando usada com moderação, a arte gráfica abstrata pode oferecer uma pausa bem-vinda em sua coleção padrão de recursos visuais.

1182437599, pressureUA

Texturas e padrões

A vasta coleção de fotografias e ilustrações da iStock tem uma seção [dedicada a texturas e padrões disponíveis para licenciamento](#). Essas imagens podem fazer maravilhas como planos de fundo, molduras e outros detalhes decorativos. De [florais](#) e tecidos a [metais](#), [abstratos](#), [estampas de animais](#) e muito mais, você com certeza encontrará algo que fala a linguagem de sua marca.

Vídeos + GIFs

Uma imagem em movimento captura instantaneamente a atenção das pessoas. Licencie um elemento de [GIFs e vídeos da iStock](#) para melhorar o seu website, mídias sociais e esforços de marketing, mas não sobrecarregue o seu público. E lembre-se: só porque elas não são imagens estáticas, isso não significa que elas não tenham que se ajustar ao seu visual. Com tanto material para escolher, não há desculpa para uma estética que não seja coerente.





Desenhos de vetores

Uma imagem vetorial simples garante flexibilidade criativa e pode ser um ótimo complemento para qualquer página ou conteúdo. Diferente de outras ilustrações, os vetores são compostos de pontos, linhas e curvas que permitem que eles sejam tão pequenos ou grandes quanto você quiser, sem perder a qualidade. **Tente usar um como uma alternativa criativa** para qualquer coisa.

Tudo é possível na ilustração; uma imagem vetorial pode comunicar uma ideia de uma forma que algumas fotos não podem.

1207202567, Ponomariova_Maria

Coloque as suas ideias em prática

Quando se trata de padrões e texturas, menos é mais. Use-os com moderação e não misture e combine muito - a menos que faça sentido para a estética de sua marca.

Vídeos e GIFs são ótimos para adicionar a e-mails, cabeçalhos, planos de fundo ou artigos. Eles fazem as pessoas pararem e olharem fixamente e podem ilustrar um ponto de uma forma inesperada.

A arte vetorial pode transmitir ideias abstratas de uma maneira que a fotografia às vezes não consegue. Temas complicados como tecnologia e finanças, por exemplo, podem se beneficiar da simplificação que esse tipo de imagem pode proporcionar.

1214287845, smartboy10

Resumindo

Hoje em dia, o público espera se maravilhar. Sua aparência visual deixa uma impressão duradoura. Para fazer com que as pessoas sempre voltem querendo mais, a linguagem visual e a identidade são fundamentais. Mantenha-se consistente e ajuste-se aos valores específicos da sua empresa e o seu público começará a conectar sua estética com o que você tem a oferecer.

Depois de definir suas diretrizes, conte uma história unificada entre as plataformas, para que seu público saiba que é você, não importa onde eles te encontrem. Acima de tudo, lembre-se de manter o seu objetivo em foco e para todas as suas outras necessidades, você tem a iStock.

[Visite a iStock](#) para explorar tudo o que temos a oferecer e guarde a checklist de Identidade Visual no final deste e-book.

Identidade Visual: Checklist

Uma linguagem visual poderosa cria reconhecimento e lembrança da marca, e pode também aumentar os resultados dos negócios. Na verdade, a **Forbes**¹ reportou que uma “apresentação consistente de marca em todas as plataformas aumenta a renda em até 23%.” Use esse guia para garantir que você está usufruindo dos seus visuais e visite a **iStock** para todas as suas necessidades de fotos, ilustrações e imagens.

Básico

- Escolha três palavras para descrever a personalidade da sua marca. A sua identidade visual reflete essas palavras/ideias/conceitos?
- Os visuais da sua marca refletem essas palavras/ideias/conceitos?
- Esses visuais se comunicam bem com o seu público/clientes?

Paleta

- Você revisou as **definições das cores conhecidas na psicologia do marketing**?²
- As suas escolhas de cores refletem a personalidade da sua marca?
- Existe uma hierarquia ou estrutura organizacional em como você usa as cores escolhidas em seu site?
- Você tem um esquema de cor consistente em seu site, contas em redes sociais e colaterais de marketing?

Pop

Você está incorporando...

- Molduras e bordas?
- Cores ou filtros?
- Vídeos ou gifs?
- Ilustrações e vetores?
- Padrões ou texturas?

Detalhes

- O seu logo é simples, diferente e fácil de reconhecer?
- A sua escolha de fonte reflete a visão e sensação geral da sua marca?
- Você está limitando as suas escolhas tipográficas em mais ou menos 2 a 3 fontes?
- Você está usando iconografia para comunicar ideias e organizar informações?
- Você está usando ícones ou emojis excessivamente? Use com moderação, onde for significativo e relevante.

Estilo

- Você está desenvolvendo uma visão e sensação que é única para a sua marca?
- A maioria das imagens do seu site e as suas redes sociais aderem a sua paleta de cor escolhida?
- Quando reunida, a sua seleção de imagens conta uma narrativa coerente?
- A iluminação é semelhante na maioria das suas fotografias selecionadas?
- As suas ilustrações seguem um estilo visual consistente?

iStock
by Getty Images™

¹<https://www.forbes.com/sites/gabrielshao/2018/08/10/10-marketing-web-design-branding-statistics-to-help-you-prioritize-business-growth-initiatives/#54643593d708>

² <https://blog.hubspot.com/marketing/psychology-of-color>