

5 DICAS

Para ter uma boa
comunicação visual



Sumário do conteúdo

1. Introdução -----	3
2. Comunicação e Empresas -----	4
3. Alguns Meios -----	5
4. Processo de Aplicação -----	6
5. dicas de comunicação visual-----	7

1. Introdução

A comunicação visual é toda expressão feita através de imagens, signos, cores, vídeos, fotografias e desenhos gráficos que transmitem para o receptor uma mensagem, que é captada através do processo psicológico da percepção. Você já deve ter ouvido a expressão “Uma imagem vale mais que mil palavras”, e isso é o que se trata a comunicação visual. Para ficar mais fácil, vamos resumir na seguinte frase: A comunicação visual é apresentar uma mensagem através de imagens, de forma implícita e subentendida.



Como a explicação já sugere, a comunicação visual apresenta mensagens rápidas e de fácil captação, diferente de textos/artigos que dependem de um processo de percepção bem mais complexo. Este fator contribui para o uso desta linguagem no meio empresarial, onde na maioria dos momentos, devemos apresentar informações rápidas e eficazes aos clientes. Mas, mesmo sabendo sua função, você sabe a real importância da comunicação visual para o seu negócio? Se ainda não, acompanhe atentamente este artigo até o fim.

2. Comunicação e Empresas

Existem vários motivos para utilizar técnicas de comunicação visual em empresas, porém, neste artigo abordaremos os dois principais:

#1 motivo: Identificação da marca – Possuir uma imagem que representa a sua empresa é essencial para sua marca ser registrada, principalmente no processo de identificação psicológica do seu cliente. Quando uma imagem é chamativa e está associada a sua empresa, automaticamente é identificada como sua marca, ou identidade visual. Este processo facilita com que seu público reconheça e identifique a sua empresa facilmente.

#2 motivo: Propaganda de produto/serviço – Imagens também podem ser utilizadas para representar o seu produto ou serviço. Por fazer parte de um processo de identificação prático, esta linguagem é capaz de estimular emoções em seu público após sua captação.

3. Alguns Meios

Agora que você já sabe os dois principais motivos para utilizar a linguagem de comunicação visual, resta saber onde ela deve ser aplicada. ***Existem diversos meios utilizados para propagar sua marca, produto ou serviço. Segue abaixo os principais:***

#Outdoor: É um anúncio em forma de cartaz, painel múltiplo ou luminoso, geralmente de grande dimensão e exposto à margem de vias urbanas.

#Fachada: É a face da frente de um estabelecimento, onde podem ser apresentadas informações como o nome ou logo da empresa.

#Adesivação de veículo: É aplicada uma película sobre a carroceria do veículo com a opção de customização, neste meio é possível realizar a impressão do logo de sua empresa ou até mesmo anúncios do seu produto/serviço.

#Folder: É um impresso em folha de papel que normalmente contém conteúdo publicitário.

4. Processo de Aplicação

Para iniciar a aplicação da comunicação visual em sua empresa, é necessário definir os meios que serão utilizados e, a partir desta etapa, selecionar uma empresa especialista na área. A empresa especialista terá um papel fundamental, tanto confirmando se o meio selecionado pode mesmo trazer resultado ao seu negócio, quanto durante a criação da arte gráfica utilizada no anúncio.

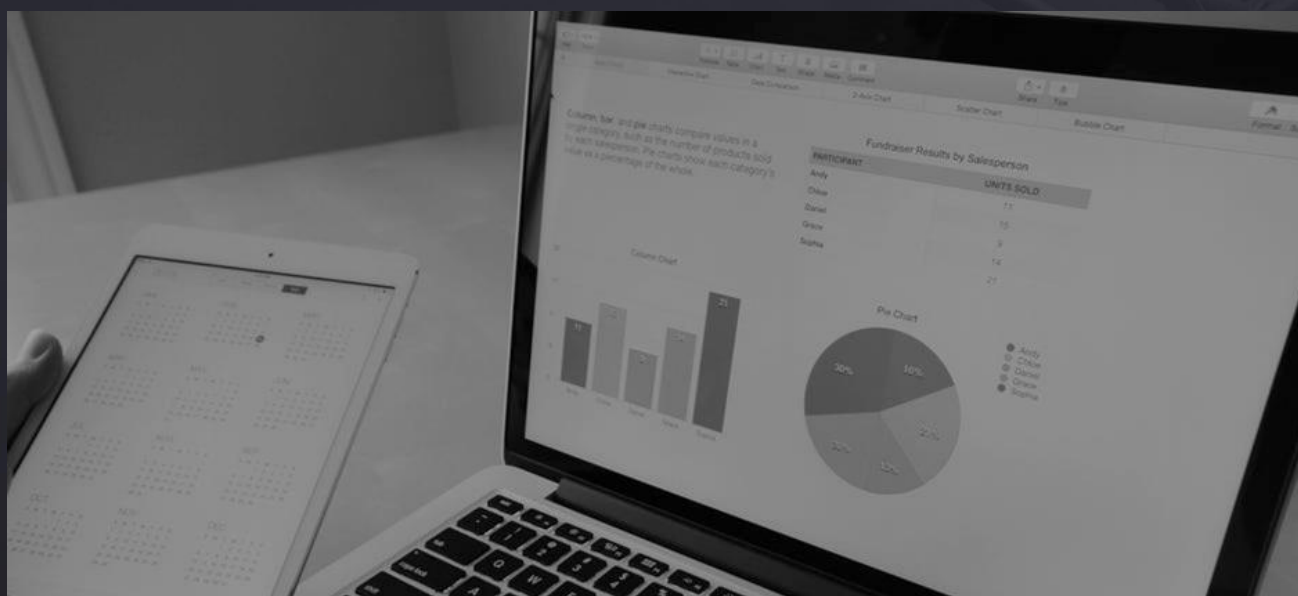
As dicas estão na próxima página



5. dicas de comunicação visual

DICA 1: Defina o melhor meio de comunicação

Como apresentado na introdução, existem diversos meios de comunicação visual, e obviamente, nem todos se enquadram em seu negócio. Realize uma análise com o auxílio de um especialista para saber qual meio realmente trará resultados e irá atingir o objetivo desejado, tendo ciência de que o uso do meio inadequado, gera gastos para ser aplicado e não traz nenhum retorno. Comece procurando dados que comprovem que o meio de comunicação selecionado realmente traz resultados, já descartando os meios que não se enquadram em seu objetivo.



DICA 2: Defina o que será apresentado

Dependendo do meio selecionado, a informação apresentada através da comunicação visual deve ser ainda mais rápida do que o normal. Procure sempre estabelecer uma comunicação clara e concisa através das imagens, sempre se colocando no lugar de quem vai ser o receptor da mensagem. É sempre ideal definir apenas um produto/serviço ou empresa que será apresentada através da comunicação, evitando um número elevado de informações que possam confundir o receptor.



DICA 3: Saiba quem é o seu público

Se você falar em português com uma pessoa que só fala em japonês, acredita que ela vai compreender o que você está dizendo? O princípio de identificar o seu público e para quem a mensagem visual será apresentada é baseado neste conceito. Você deve entender a linguagem que o receptor fala e também saber seus sentimentos perante a determinadas informações. Considere o exemplo de uma clínica odontológica, que utiliza como imagem de anúncio um grupo de pessoas sorrindo, com dentes brancos e bem alinhados. Para o público que busca um tratamento odontológico, esta imagem traz a sensação de resultado e qualidade para a clínica. Com este exemplo é possível perceber que quanto mais informações possuir sobre seu público, mais assertiva será a comunicação visual.



DICA 4: Crie uma boa arte gráfica

Além de identificar o público e o meio de comunicação mais eficaz para o seu negócio, a arte gráfica será um dos pontos cruciais para uma boa comunicação com os receptores. A empresa selecionada entra em ação no momento de aplicar conceitos de design que se enquadram com o produto, meio de comunicação e público selecionado. Se existir mais de uma informação, a diagramação será necessária e essencial para uma boa distribuição do conteúdo. Procure sempre conciliar o conteúdo apresentado com a identidade visual da sua marca/empresa, podendo utilizar, por exemplo, as mesmas cores apresentadas em sua logomarca.



DICA 5: Defina uma boa estratégia

A estratégia utilizada na comunicação visual é essencial para obter resultados. Defina o objetivo do meio de comunicação aplicado em sua empresa e o resultado esperado. Para mensurar os resultados da estratégia aplicada, consulte em seus atendimentos por qual meio estes clientes encontraram a sua empresa/serviço ou produto.