



Caderno de peças publicitárias

Identidade Visual

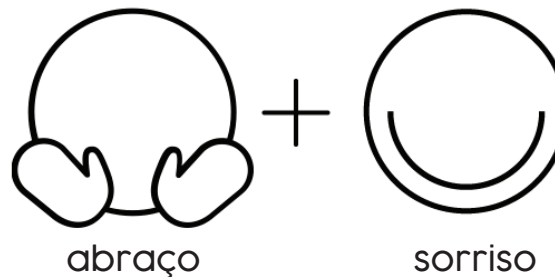
Objetivos

Consolidar a identidade visual da AVOC, através de uma atualização da marca (logo), elementos visuais e composição. Alinhar as características da associação (missão, visão e valores) e seus conceitos com uma linguagem visual compatível.

A metáfora

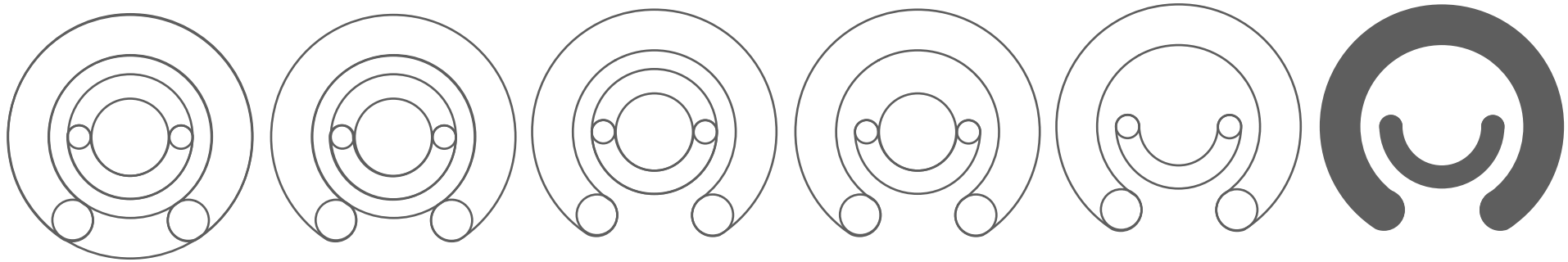
O trabalho de identidade visual foi iniciado com pesquisa profunda de metáforas e atributos da marca. Entre os principais atributos havia: acolhimento, amor, doar, abraçar, carinho, sorriso, receber, abraço, compaixão, união, empatia e gratidão.

Foram escolhidos dois atributos principais: abraço e sorriso. Estes dois representam o doar e receber, o carinho e a alegria, a união e a empatia.



Identidade Visual

Processo criativo



Tipografia

COCOGOOSE REGULAR

a b c d e f g h i j k l m n

o p q r s t u v w x y z

A B C D E F G H I J K L M N

O P Q R S T U V W X Y Z

COCOGOOSE LIGHT

a b c d e f g h i j k l m n

o p q r s t u v w x y z

A B C D E F G H I J K L M N

O P Q R S T U V W X Y Z

HELVETICA REGULAR

a b c d e f g h i j k l m n

o p q r s t u v w x y z

A B C D E F G H I J K L M N

O P Q R S T U V W X Y Z

A fonte Cocogoose mostra uma dinâmica lúdica criada pela angulação que se comportam as letras e suas extremidades arredondadas. O lettering AVOC teve inspiração nessa tipografia, que pode ser utilizada principalmente em títulos. A fonte Helvetica, é uma opção mais neutra para uma utilização que supre uma diversidade maior de veículos. Mantem a característica de uma fonte amigável e simples.

Identidade Visual

Cores



3B4299
R 59 G 66 B 53



07B2DC
R 7 G 178 B 220



EE507A
R 238 G 80 B 122



F5C21A
R 245 G 194 B 26

No ambiente hospitalar, predominam cores sérias e frias. A proposta da nova paleta de cores da AVOC é trazer nas escolhas do colorido e das cores quentes as sensações de alegria e aconchego.



Identidade Visual

Versão horizontal



Versão vertical



Versão sem tagline



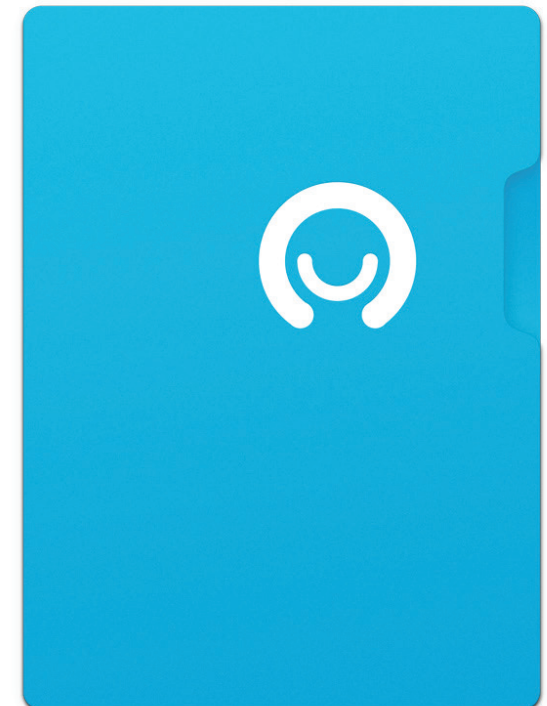
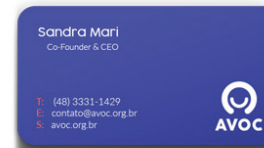
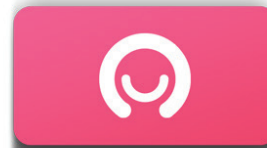
Dimensão mínima



Versão monocromática



Aplicações



Mídia

Estratégia

Para alcançar o objetivo de marketing “estimular doações”, foi escolhido como estratégia o marketing de conteúdo. Significa criar e distribuir conteúdo relevante, sem promover explicitamente a marca. Informar as pessoas para fazer com que futuramente elas não só respeitem a marca e a tenham como referência, mas também se tornem clientes de empresa. No caso da AVOC, doadores ou voluntários

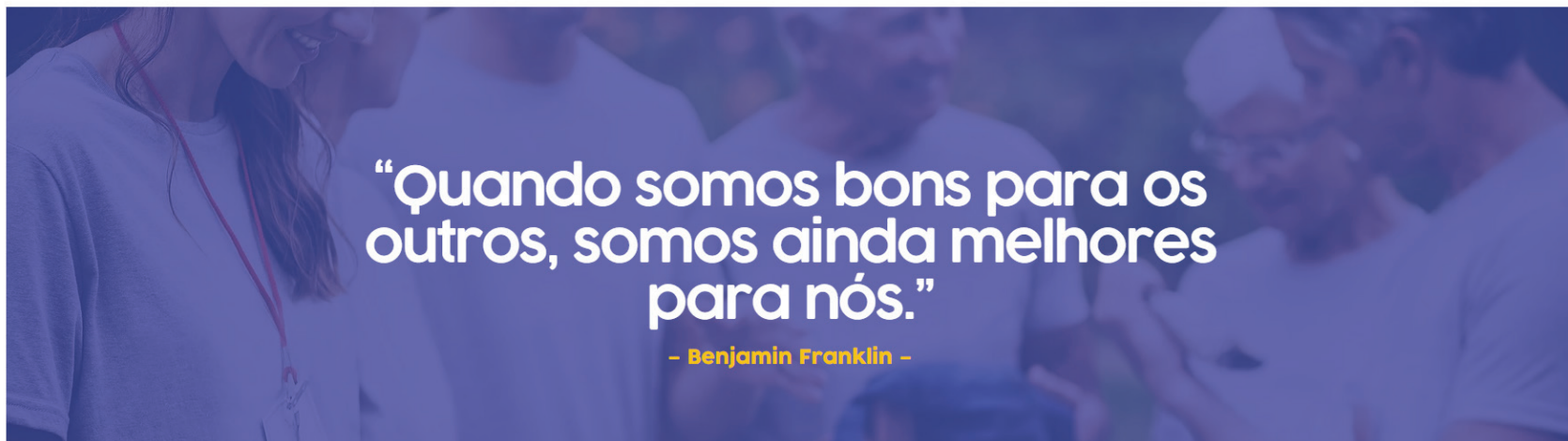
Site

Foi preciso criar e desenvolver um site com a sessão blog, onde serão postados conteúdos de interesse do público-alvo.

Tel. (48) 3331-1429



[Início](#) [Quem somos](#) [Nossos projetos](#) [Seja um voluntário](#) [Doações](#) [Contato](#) [Blog](#)



Acesso ao site:



Mídia

Blog

Definição da cadência nas postagens: periodicidade da empresa nas redes. Regularidade - mesmo que publicando menos - ajuda a ter visitantes no site.

Planejamento de pautas. Escolher temas de acordo com as personas e seus problemas.

Planejamento dos temas que serão abordados. de acordo com as personas. Exemplo: as etapas do tratamento de câncer (cirurgia, quimioterapia, radioterapia entre outros) e direitos do paciente com câncer.

Post 1:



Post 2:



Post 3:



Mídia

Redes Sociais

Adaptação da marca para o Facebook e Instagram. Publicações diárias de estímulo ao trabalho voluntário e relatório das atividades da AVOC.

Facebook



Mídia

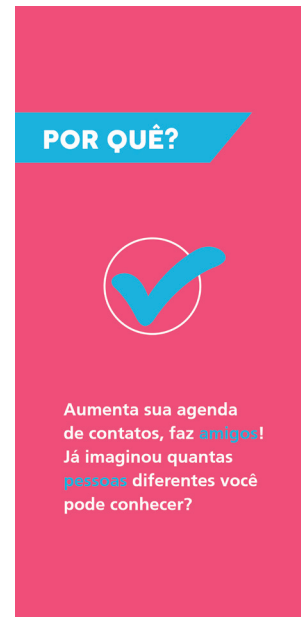
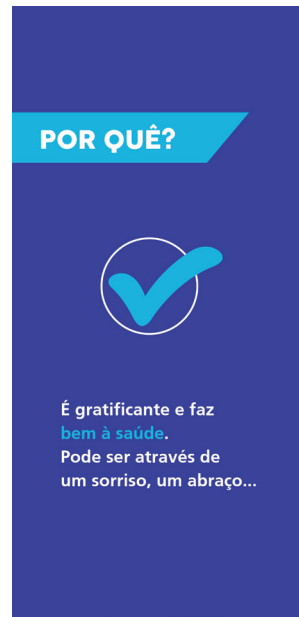
Facebook

Imagens para posts.



Mídia

Instagram



Evento

Estratégia

A sede da AVOC fica nas dependências do CEPON. É preciso ir além dessa localização para abordar novas pessoas. Em parceria com o Food Park Nosso Quintal (continente), foi escolhido um dia para que 5% da renda das vendas seja revertida para a AVOC. O objetivo principal é divulgar a associação e estimular o trabalho voluntário.

Banners

