

Caderno de peças publicitárias

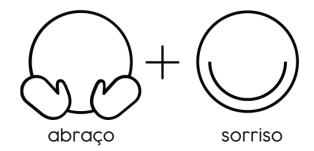
Objetivos

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.

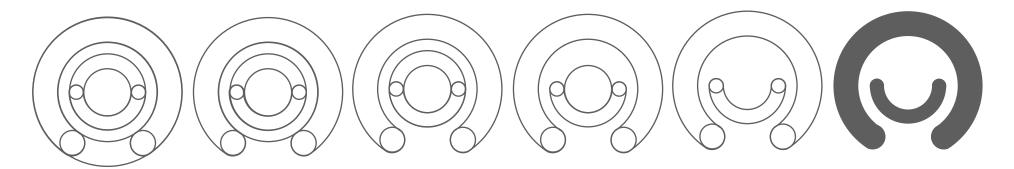
A metáfora

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.



Processo criativo



Tipografia

COCOGOOSE REGULAR
abcdefghijkImn
opqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ

COCOGOOSELIGHT
abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ

HELVETICA REGULAR
abcdefghijkImn
opqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ

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.

Cores



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.



Versão horizontal

Versão vertical





Versão sem tagline

Dimensão mínima





Versão monocromática





Aplicações













Dear Mr. Smith,

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec orci purus, luctus vitae dignissim eu, iaculis sed purus. Vivamus faucibus, ipsum nec aliquet viverra, leo mauris condimentum ligula, sit amet sagittis enim ligula quis arcu. Nam egestas tortor id nisi portititor mattis. In tortor ante, ultricies in suscipit a, tempus non massa. Vivamus et auctor mi. Fusce vel massa nulla. Phasellus nece ora succión, a, cerupos o munasas, vivarinos e acución introdece e maissa unia. Prae-sellus nece eros maurís, et societrísque orci. Donce malesuada orci vitae nulla accumsan porta a id massa. Quisque accumsan iaculis magna sit amet fringilla. Maecenas consequat, magna eget tin-cidunt semper, odio nibh rutrum mi, id feugiat ante nisi eu risus. Vestibulum nunc orci, rhoncus a placerat in, ultricies in mi. Cras mattis varius eros, vel fringilla nisi suscipit eget.

augue vitae urna euismod commodo aliquet a quam. Pellentesque arcu velit, cursus et male-suada ut, consequat et diam. Nullam erat sem, rhoncus id ullamcorper vitae, rhoncus et arcu. In $ultricies \, ultricies \, nulla, \, ut \, rutrum \, nisi \, iaculis \, at. \, Donec \, eu \, magna \, a \, metus \, ornare \, faucibus. \, Fusce$ aliquet faucibus ultricies. Morbi semper, est id tincidunt gravida, sem arcu adipiscing lacus, ac bibendum nulla leo eu purus. Quisque nec diam sed risus consectetur a ccumsan quis quis nibh. Vestibulum id purus lorem.

John Doe

Co-Founder & CEO

John Dol

T: (912) 555-1234 M: john@yourwebsite.com W: yourwebsite.com









Estratégia

Para alcançar o objetivo de marketing "estimular doações", foi escolhido como estratégia o marketing de conteúdo. Significa criare 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.



Acesso ao site:





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:





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.





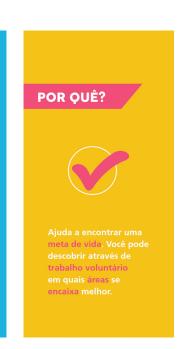
Mídia

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



