

COMUNICAÇÃO VISUAL - CRIE SUA MARCA

1. Tema:

Design

2. Subtema:

Design de Comunicação

3. Categoria de Serviço

Acesso a Serviços de Terceiros

4. Tipo de serviço / Instrumento

Consultoria tecnológica

5. Modalidade

A distância

6. Público Alvo:

ME, MEI, EPP, Produtor Rural, Artesão

7. Setor indicado

Agronegócios, Comércio, Indústria, Serviços

8. Macrosssegmento

-

9. Descrição

ETAPA 01 | ALINHAMENTO DA PROPOSTA/DEMANDA
Reunião com o cliente, para nivelamento do escopo do trabalho, contendo necessidades, requisitos e restrições; e validação do planejamento de execução dos serviços; composto de cronograma resumido com agendas de reuniões e definição dos responsáveis pelo acompanhamento dos serviços por parte do cliente e da

prestadora de serviço tecnológico.

ENTREGA ETAPA 01: Documento contendo os responsáveis pela prestação do serviço, o escopo do serviço, o plano de ação com o cronograma das atividades e outros aspectos acordados entre as partes, assinado pela Empresa Demandante.

ETAPA 02 | ESCOPO DE ATENDIMENTO

Esse combo será de escopo fechado devendo contratar todos os itens abaixo descritos:

Ideia de nome de empresa (sem arte)

Logomarca

Ideia de slogan (sem arte)

A identidade visual da sua empresa pode ser um diferencial competitivo. Afinal, design tem valor para o cliente. Invista na marca (logotipo/logomarca), papelaria e apresentação do seu produto ou serviço. Entende-se que a identidade visual é o conjunto de elementos visuais (nome, marca, símbolo, cores, tipografia, cartões, timbrado, pastas, slogan, uniformes, adesivo de frota, flyers etc.) que representam e definem a personalidade de uma empresa. Entendemos que esse combo atende melhor empresas que ainda não têm marca e nem identidade visual definida.

ENTREGA DA ETAPA 02: Projeto Gráfico aprovado em Mídia digital, contendo o(s) arquivo(s) vetorial e imagem, bem como, documento de aceite de finalização pelo cliente, atestando o recebimento da(s) entrega(s)

10. Benefícios e Resultados Esperados

Uma boa comunicação visual é responsável por unir elementos visuais que expressam todas as qualidades do seu negócio.

Quando uma empresa investe em comunicação visual, ela passa a ter acesso a vários elementos que vão caracterizar a marca e consolidá-la como única no mercado. Projeto alinhado ao posicionamento, propósito e valores da marca.

11. Estrutura e materiais necessários

-

12. Responsabilidade da empresa demandante

1. Fornecimento, produção ou tratamento de textos, fotos ou vídeos e demais itens a serem utilizados durante o processo;
2. Todos os custos para a confecção dos produtos resultantes da aplicação do projeto;

3. Aprovar a proposta do Sebrae, valores e condições de pagamento;
4. Conhecer e validar a proposta de trabalho, o escopo das etapas e as entregas do prestador de serviço;
5. Disponibilizar agenda prévia para visitas, reuniões e atividades propostas pelo prestador de serviço.
6. Fornecer informações técnicas sobre os processos, produtos ou serviços ao prestador de serviço para o desenvolvimento do trabalho;
7. Acompanhar o prestador de serviço em visita(s) técnica(s) aos espaços físicos, se previsto no escopo do trabalho;
8. Avaliar o serviço prestado.

13. Responsabilidade da prestadora de serviços

1. Realizar reunião para alinhamento e apresentação das atividades previstas;
2. Analisar a demanda e as informações fornecidas pela empresa;
3. Elaborar proposta, escopo de trabalho, cronograma das etapas do projeto, agenda de reuniões e atividades, sendo necessário validar com a Empresa Demandante;
4. Fornecer as entregas previstas, validadas pela empresa demandante, ao Sebrae.
5. Cumprir com as obrigações previstas no Regulamento do Sebraetec e Edital Estadual.
6. Pesquisa prévia no INPI para verificar se o naming já é utilizado por outra empresa o que pode inviabilizar o investimento com o projeto gráfico, caso seja solicitado pelo cliente.

14. Perfil desejado da empresa de serviço

Corpo Técnico formado por profissionais com experiência e conhecimento sobre técnicas e ferramentas de design gráfico e sua aplicabilidade.

15. Pré-Diagnóstico

1. A Empresa/Produto tem nome fantasia?
2. A marca deverá ser criada ou já existe e deve ser modernizada?
3. A marca é registrada?
4. A marca é para uma empresa ou para um produto?
5. Qual é o setor do negócio?
6. Qual o diferencial do seu produto ou serviço?
7. Verificar se o nome do produto está de acordo com a estratégia empresarial.
8. Verificar se o nome do produto é sugestivo e de fácil leitura.
9. Informar produto e/ou Linha de Produtos comercializado.
10. Qual o mercado de atuação, público alvo e concorrência.
11. Preço do Produto e/ou linha de produtos.

12. Quais Canais de distribuição, estoques e entrepostos.
13. Como é o Sistema de venda e pontos de venda / Como é o processo de venda?
14. Quais atributos (Ex.: regionalismo, qualidade, sofisticação, preço baixo, etc.) devem ser refletidos pela marca?
15. Forneça um pequeno resumo sobre a empresa e seus produtos.

16. Observações

1. Na impossibilidade desta ficha técnica ser aplicada presencialmente, ela poderá ser aplicada de forma remota (ferramentas de videoconferência, ligações telefônicas, aplicativos de mensagens e/ou e-mails). No momento da contratação a empresa demandante deverá ser comunicada que parte do serviço ou a integralidade dele, quando aplicável, acontecerá de forma remota. Além disso, o alinhamento do formato do atendimento deve ser feito na Etapa 01 entre a empresa demandante e a prestadora de serviço tecnológico;
2. Na impossibilidade de as entregas serem assinadas fisicamente pela empresa demandante, elas poderão ser validadas via assinatura digital, aceite eletrônico ou e-mail, em que a empresa demandante deverá manifestar o aceite e encaminhar para a prestadora de serviço tecnológico, e esta deverá incluir o comprovante de validação da empresa demandante nas entregas para o registro do atendimento;
3. O trabalho de Comunicação Visual pode ou não vir acompanhado do serviço de Naming respeitando o valor máximo permitido para esta ficha.
4. O projeto de criação ou redesign da marca, deve contemplar, a critério da UF, a Imagem digital da marca (para registro junto ao INPI) contida, obrigatoriamente, em uma moldura de 8.0 cm x 8.0 cm, no formato.jpg conforme orientações contidas no site;
5. É fundamental que o projeto de comunicação visual esteja alinhado ao posicionamento, propósito e valores da marca;
6. Os valores dos honorários apresentados devem incluir todas as despesas com impostos e encargos sociais, conforme legislação tributária em vigor, que possa incidir sobre o objeto da proposta;
7. Despesas adicionais com terceiros (direitos autorais, fotografias, hospedagem, imagens, registro de domínio, revisões, textos, conteúdo dinâmico, entre outros) ficam a cargo exclusivo do cliente e devem ser previamente autorizadas por ele durante a validação da proposta de trabalho;
8. É de responsabilidade do prestador de serviço todo o projeto, da concepção à aprovação do cliente;
9. O prestador de serviço não pode ser responsabilizado por erros de terceiros contratados pelo cliente.

10. É VEDADO produção de conteúdo (textos, fotos e vídeos) para os canais digitais.