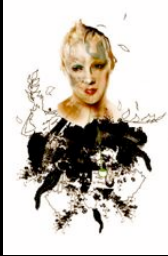


## 2. Identidade corporativa



---

---

---

---

---

---

---

---



### Hoje

- identidade
- imagem
- reputação
- método GIC®
- cases

www.ligjafascioni.com.br

---

---

---

---

---

---

---

---



www.ligjafascioni.com.br

---

---

---

---

---

---

---

---



[www.ligjafascioni.com.br](http://www.ligjafascioni.com.br)

---

---

---

---

---

---

---

---



[www.ligjafascioni.com.br](http://www.ligjafascioni.com.br)

---

---

---

---

---

---

---

---



[www.ligjafascioni.com.br](http://www.ligjafascioni.com.br)

---

---

---

---

---

---

---

---



---

---

---

---

---

---

---

---



---

---

---

---

---

---

---

---



---

---

---

---

---

---

---

---



www.ligjafascioni.com.br

---

---

---

---

---

---

---

---



www.ligjafascioni.com.br

---

---

---

---

---

---

---

---

### Identidade corporativa

- atributos que definem a empresa
- características que a tornam única
- o que a empresa é

www.ligjafascioni.com.br

---

---

---

---

---

---

---

---

identidade corporativa  
≠  
identidade visual



[www.liglafascioni.com.br](http://www.liglafascioni.com.br)

---

---

---

---

---

---

---

---



**Atenção**

Identidade é o que a empresa é, não o que gostaria de ser

[www.liglafascioni.com.br](http://www.liglafascioni.com.br)

---

---

---

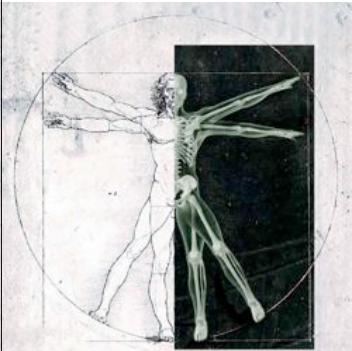
---

---

---

---

---



**Tipos de atributos**

- essenciais
- acidentais

[www.liglafascioni.com.br](http://www.liglafascioni.com.br)

---

---

---

---

---

---

---

---



## Imagem corporativa

- abstração mental
- aparência

[www.ligjafascioni.com.br](http://www.ligjafascioni.com.br)

---

---

---

---

---

---

---



## Reputação corporativa

- juízo de valor
- comparação entre a imagem e o ideal

[www.ligjafascioni.com.br](http://www.ligjafascioni.com.br)

---

---

---

---

---

---

---



## Pergunta

Será que o mercado e os executivos vêem a empresa como ela realmente é?

[www.ligjafascioni.com.br](http://www.ligjafascioni.com.br)

---

---

---

---

---

---

---



## Identities distorted

- interviews with executives
- strategic planning

[www.ligjafascioni.com.br](http://www.ligjafascioni.com.br)

---

---

---

---

---

---

---

---



*"Há poucas tarefas mais árduas para uma empresa do que definir sua identidade"*

**Joan Costa**  
*Imagem corporativa do século XXI, 2003*

[www.ligjafascioni.com.br](http://www.ligjafascioni.com.br)

---

---

---

---

---

---

---

---



## Uma solução

- participação de todos os colaboradores (Método GILC®)
- exercícios em grupo
- consenso nas respostas
- detecção de contradições e ênfases

[www.ligjafascioni.com.br](http://www.ligjafascioni.com.br)

---

---

---

---

---

---

---

---




---

---

---

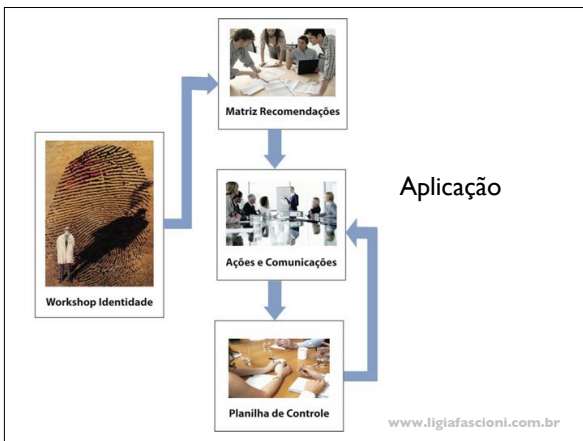
---

---

---

---

---




---

---

---

---

---

---

---

---

### Matriz de Recomendações

[Exemplo Módulo Visual]

Critério	Identidade	Recomendações
<b>Formas</b> 	Séria e formal, perfeccionista, flexível, jovem, discreta, comedida e forte ligação com a área tecnológica	<ul style="list-style-type: none"> <li>• claras e retas, mostrando seriedade formalidade</li> <li>• adequação a diferentes aplicações</li> <li>• exatas, simétricas, alinhadas</li> <li>• alta pregnância</li> </ul>
<b>Cores</b> 		<ul style="list-style-type: none"> <li>• discretas e frias</li> <li>• tom não muito escuro (excesso de seriedade) nem muito chamativo</li> </ul>
<b>Tipografia</b> 		<ul style="list-style-type: none"> <li>• fontes tipográficas limpas e sem serifas.</li> <li>• não utilizar tipos manuscritos</li> </ul>

www.ligjafascioni.com.br

---

---

---

---

---

---

---

---

## Módulo Visual

### Identidade visual



- Critérios de recomendação
  - formas
  - cores
  - tipografia
  - alinhamentos
  - assinaturas

www.ligjafascioni.com.br

---

---

---

---

---

---

---

---

## Módulo Comunicação

### Comunicação



- Interna
- Relações Públicas
- Imprensa
- Propaganda

www.ligjafascioni.com.br

---

---

---

---

---

---

---

---

## Módulo Pessoas

### Pessoas



- Critérios de recomendação
  - política
  - recrutamento, seleção
  - remuneração
  - treinamento e capacitação
  - ambiência
  - contratos de trabalho
  - planos de carreira
  - benefícios
  - ambiente de trabalho

www.ligjafascioni.com.br

---

---

---

---

---

---

---

---

## Módulo Ambiente



- Critérios de recomendação
  - móveis
  - cores
  - iluminação
  - ruído
  - áreas de integração
  - cinco sentidos
  - decoração
  - objetos pessoais

www.ligjafascioni.com.br

---

---

---

---

---

---

---

---

## Módulo Apresentações



- Critérios de recomendação
  - template
  - conteúdo
  - imagens
  - atitude do apresentador
  - vestimenta
  - administração do tempo
  - habilidade política/articulação

www.ligjafascioni.com.br

---

---

---

---

---

---

---

---

## Módulo Atendimento/Atitude



- Critérios de recomendação
  - recepção
  - telefone
  - e-mails
  - ruído
  - visitas
  - cartões
  - produtos
  - negociação
  - organização
  - relacionamentos
  - hábitos
  - vestimentas
  - brindes
  - comportamento

www.ligjafascioni.com.br

---

---

---

---

---

---

---

---

## Módulo Impressos



- Critérios de recomendação
- conteúdo
- estrutura
- fundo/marca d'água
- tipografia
- cores
- fotos
- papel
- identificação
- encadernação
- cartões de visita

www.ligjafascioni.com.br

---

---

---

---

---

---

---

---

## Módulo Web



- Critérios de recomendação
- conteúdo
- multimídia
- compatibilidade
- diagramação/design
- anexos
- cores/tipografia
- organização
- usabilidade
- links
- notícias
- relacionamento
- manutenção evolutiva

www.ligjafascioni.com.br

---

---

---

---

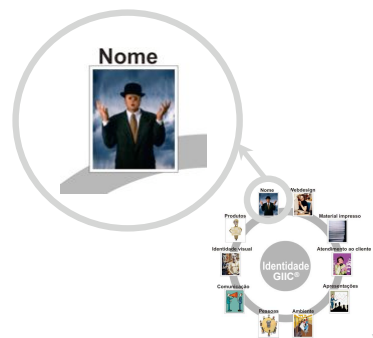
---

---

---

---

## Módulo Nome



- Critérios de recomendação
- significados e associações
- ortografia
- idioma
- siglas/números
- comprimento das palavras
- composição
- eufonia

www.ligjafascioni.com.br

---

---

---

---

---

---

---

---

## Módulo Produtos



- Critérios de recomendação
  - conceito
  - forma
  - apresentação/embalagem
  - suporte técnico
  - distribuição
  - materiais/insumos
  - funcionalidades
  - desenvolvimento

www.ligjafascioni.com.br

---

---

---

---

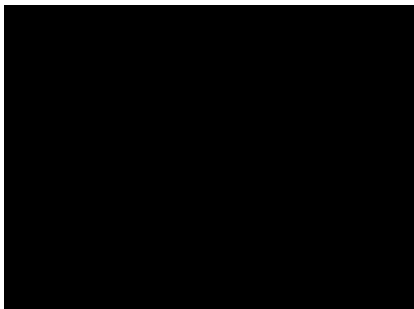
---

---

---

---

## Identidade na embalagem



www.ligjafascioni.com.br

---

---

---

---

---

---

---

---

## Caso I: Pixeon [Techlab]



Pixeon

- Jovem, responsável, discreta, confiável, corajosa.

nov/2003

www.ligjafascioni.com.br

---

---

---

---

---

---

---

---

## Caso 2: Agriness [Anitec]

anitec

**agriness**  
gerenciamento para agroempresas

- Jovem, comunicativa, curiosa, democrática, avessa a riscos, confiável.

dez/2004

[www.ligjafascioni.com.br](http://www.ligjafascioni.com.br)

---

---

---

---

---

---

---

---

## Caso 3: Extersoft

**extersoft**  
TECNOLOGIA

- Jovem, cautelosa, comedida, bem-humorada, confiável, criativa.

abr/2005

[www.ligjafascioni.com.br](http://www.ligjafascioni.com.br)

---

---

---

---

---

---

---

---

## Caso 4: AQX

**AQX** INSTRUMENTAÇÃO

**AQX**  
INSTRUMENTAÇÃO

- Versátil, ágil, curiosa, simples, despojada, ambiciosa, clássica.

fev/2006

[www.ligjafascioni.com.br](http://www.ligjafascioni.com.br)

---

---

---

---

---

---

---

---

[Exemplo 1]

Natura Chronos  
Flavonoides de Passiflora

Inovação mundial contra  
a ação dos microbios





**natura**

•Ética,  
transparente,  
sustentável

www.liglafascioni.com.br

---

---

---

---

---

---

---

---

[Exemplo 2]



**Apple®**



Bonita,  
inovadora,  
funcional



www.liglafascioni.com.br

---

---

---

---

---

---

---

---

*“Somente as empresas  
com identidade definida  
sobreviverão”*

Joan Costa  
Forum Europeo de madrid



www.liglafascioni.com.br

---

---

---

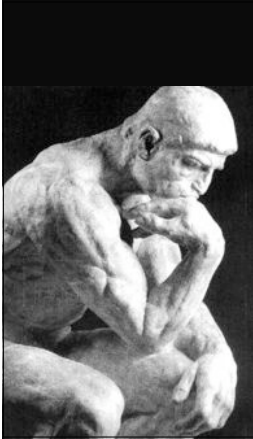
---

---

---

---

---



## Referências

- CARPISOTTI, Paul e outros. **Gestión de la marca corporativa**. Buenos Aires: La Crujía Ediciones, 2007.
- COSTA, Joan. **Imagen corporativa en el siglo XXI**. Buenos Aires: La Crujía Ediciones, 2003.
- CARPISOTTI, Paul. **Planificación estratégica de la imagen corporativa**. Barcelona: Ariel Comunicación, 2005.
- CHAVES, Norberto e BELLUCA, Raúl. **La marca corporativa: Gestión y diseño de símbolos corporativos**. Buenos Aires: Paidós, 2003.
- CHAVES, Norberto. **La Imagen corporativa**. Espanha: Ediciones G. Gilli, 1999.
- ALBERT, S. e WHETTEN, D. **Organizational identity**. In Cummings, C.C. and Staw, B. M. (Eds), *Research in Organizational Behaviour*, Vol. 7, JAI Press, Greenwich, CT, pp. 63-76.
- CHAU, Mariana. **Convite à filosofia**. São Paulo: Atica, 13ª edição, 2005.
- CHESTON, Allison. **What's next in corporate and brand identity design**. Design Management Journal. Boston: The Design Management Institute Press, Winter 2001.
- HATCH, Mary Jo and SCHILTZ, Majken. **Relations between organizational culture, identity and image**. European Journal of marketing, Volume 31, 5/6, 1997. MCB University Press. pp. 356-365.
- KISAKIDOU, Olivia and MILLWARD, Lynne F. **Corporate identity: external reality or internal fit?** Corporate Communications: An International Journal. MCB University Press. Volume 5, Number 1, 2000. pps. 49-58.
- FASCIONI, Liga. **Quem sua empresa pensa que é?** Rio de Janeiro: Círculo Moderna, 2006.

[www.ligjafascioni.com.br](http://www.ligjafascioni.com.br)

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



## Imagens/artistas

- [www.sxc.hu](http://www.sxc.hu)
- [www.natura.com](http://www.natura.com)
- [www.alliaison.com](http://www.alliaison.com)
- [www.computerarts.co.uk](http://www.computerarts.co.uk)
- [www.worth1000.com](http://www.worth1000.com)
- [www.gettyimages.com](http://www.gettyimages.com)
- [www.havaianas.com.br](http://www.havaianas.com.br)
- [www.arts.com](http://www.arts.com)
- [www.apple.com](http://www.apple.com)
- Paulo Holland
- Gina Adams
- Fernando Botero
- Peter Frendick
- Auguste Rodin
- Neil Durden

[www.ligjafascioni.com.br](http://www.ligjafascioni.com.br)

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---