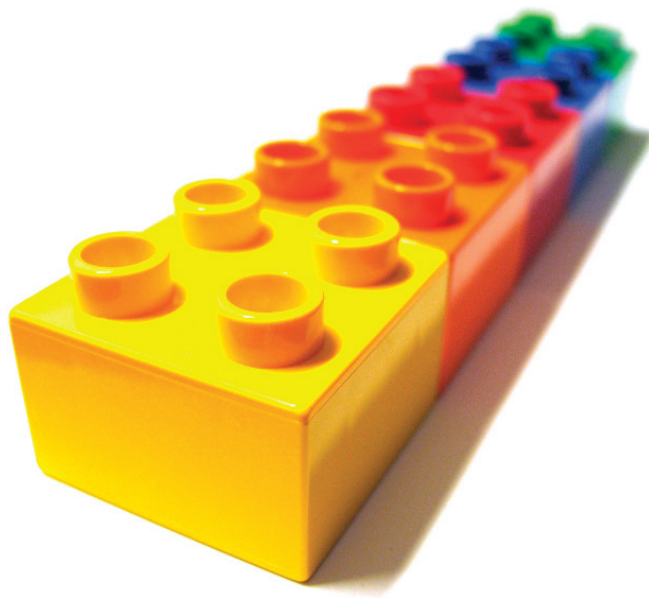


# COMO PARECER O QUE SE É?

O método GIIC® – Gestão Integrada da Identidade Corporativa – foi concebido para **alinhar a imagem à identidade** de maneira clara e estruturada. Para tanto, o método é organizado em **dez módulos independentes**, que podem ser **aplicados em qualquer ordem**, conforme as prioridades e necessidades da empresa. Cada módulo trata de um aspecto diferente e é operacionalizado por meio de uma **Matriz de Recomendações**. A Matriz traduz os critérios relacionados a cada assunto à luz dos atributos essenciais da empresa e serve como referência para todas as ações e comunicações referentes ao aspecto em questão. O pré-requisito para a aplicação dos módulos é a definição da identidade da empresa, obtida com o **Workshop de Identidade Corporativa**. Os escopos dos módulos são descritos a seguir.



## 1. MÓDULO NOME

Este módulo analisa a adequação da atual denominação da empresa (e a dos seus produtos, departamentos, etc) à sua identidade corporativa. A Matriz de Recomendações aponta os aspectos a serem considerados para um melhor alinhamento aos atributos essenciais e considera os seguintes critérios: significados e associações, gramática, idioma, uso de siglas e números, comprimento da palavra e composição.

## 2. MÓDULO IDENTIDADE VISUAL

Este módulo analisa a atual marca gráfica institucional e dos produtos (se houver) e descreve, na Matriz de Recomendações, a tradução dos atributos essenciais em termos de formas, cores e tipografia. O módulo prevê também o **acompanhamento** do desenvolvimento ou redesenho da atual marca gráfica, bem como seu Manual de Aplicações.

## 3. MÓDULO IMPRESSOS

Este módulo descreve, na Matriz de Recomendações, a tradução dos atributos essenciais em termos de fundo, conteúdo/linguagem, tipografia, cores, uso de imagens, papel, identificação de autoria e encadernação. O módulo prevê também o **acompanhamento** do desenvolvimento padrões para documentos.

## 4. MÓDULO WEBDESIGN

Este módulo analisa o atual website (se houver) e descreve, na Matriz de Recomendações, a tradução dos atributos essenciais em termos de domínio, conteúdo/organização das informações, uso de imagens, cores, tipografia, usabilidade, relacionamentos, parcerias, compatibilidades, notícias e equipe. O módulo prevê também o **acompanhamento** do desenvolvimento ou redesign do atual website.

## 5. MÓDULO APRESENTAÇÕES

Este módulo analisa as atuais apresentações institucionais e comerciais da empresa (se houver) e descreve, na Matriz de Recomendações, a tradução dos atributos essenciais em termos de padrão gráfico, estrutura e linguagem do conteúdo, uso de imagens, atitudes e vestimenta do apresentador, administração do tempo e habilidade política e relacionamento com a platéia. O módulo prevê também o **acompanhamento** do desenvolvimento de um padrão para as apresentações.

## 6. MÓDULO AMBIENTE

Este módulo analisa os ambientes atuais e descreve, na Matriz de Recomendações, a tradução dos atributos essenciais em termos de móveis, cores, iluminação, ruídos, áreas de integração, senso de utilização, senso de organização, senso de limpeza, senso de saúde e senso de segurança. O módulo prevê também o **acompanhamento** da adaptação do ambiente atual ou projetos de interiores.

## 7. MÓDULO COMUNICAÇÕES

Este módulo analisa a comunicação interna e externa e descreve, na **Matriz de Recomendações para Comunicação Interna**, a tradução dos atributos essenciais em termos de linguagem, mensagem, prazos (antecedência), feedbacks/expectativas, posicionamento, compartilhamento de idéias, transparência, além da organização, armazenamento e compartilhamento das informações. A **Matriz de Recomendações para Comunicação Externa** contempla as áreas específicas de **Relações Públicas**, **Relações com a Imprensa** e **Propaganda**. Os atributos essenciais são traduzidos em termos de confidencialidade, uso da imagem/marca, parcerias, atendimento à imprensa, mensagem, prazos (antecedência e validade da informação), posicionamento em relação aos veículos, comunicação da assessoria com o público interno, organização da informação, responsabilidades, alinhamento ao marketing, parcerias e relações institucionais, objetivos da propaganda, públicos, abordagem, mídia/canais, abrangência, recursos, participação e patrocínio de eventos.

## 8. MÓDULO ATENDIMENTO AO CLIENTE E ATITUDE PROFISSIONAL

Este módulo analisa as práticas atuais de atendimento ao cliente bem como as atitudes profissionais predominantes e descreve, na Matriz de Recomendações, a tradução dos atributos essenciais em termos de recepção, telefone, uso de e-mails e ferramentas eletrônicas de comunicação, visitas (fazer e receber), cartões de visita, conhecimento de produtos, negociação, organização, relacionamentos, hábitos no local de trabalho, vestimenta, brindes e aspectos éticos.

## 9. MÓDULO GESTÃO DE PESSOAS

Este módulo analisa as práticas atuais de gestão de pessoas e descreve, na Matriz de Recomendações, a tradução dos atributos essenciais em termos de política de gestão de pessoas, recrutamento e seleção, critérios de remuneração, treinamento e capacitação, ambiência (integração do colaborador ao ambiente de trabalho), ambiente físico (ergonomia, prevenção de riscos, saúde ocupacional, limpeza), tipos de contrato e benefícios.

## 10. MÓDULO PRODUTOS

Este módulo analisa os produtos/serviços e descreve, na Matriz de Recomendações, a tradução dos atributos essenciais em termos de conceito, materiais, embalagem, documentação, assistência técnica e suporte, logística e distribuição, treinamento, parcerias e ciclo de vida.