

TEORIA E PRÁTICA

Projeto integrado cria personalidade para o negócio

Dona de café criou sua própria logomarca e comandou reforma; loja de e-commerce reformou todo o visual

SEBRAE SP **►** Sócia de padaria por mais de 12 anos, a publicitária paulista Elisete Queijo sonhava em ter o seu próprio café — meta que concretizou há pouco mais de 11 meses, quando abriu o São Paulo-São Bento Café Bistrô, no centro velho da cidade. Para dar personalidade própria ao lugar, caprichou no visual interno, investindo numa reforma que ela mesma comandou, além de desenvolver o logotipo da casa.

Numa área pequena, em torno de 70 metros quadrados, divididos em dois andares por um mezanino, a empresária distribuiu móveis em estilo rústico, montou uma parede com estrutura de ferro aparente e, no chão, aplicou o chamado cimento queimado.

"Ficou um visual bonito, integrado, que chama a atenção de quem passa em frente da loja. Acho que isso é fundamental para me diferenciar em relação à concorrência e na memória dos consumidores", analisa Elisete. Ela conta que chegou a contratar um arquiteto para fazer o projeto, mas o profissional não concluiu o trabalho de acordo com o que desejava. "Acabei fazendo eu mesma todo o plano de reforma, escolhendo o mobiliário, as cores das paredes, dos móveis. Deu

trabalho. Mas certamente valeu a pena", garante. "Atendo hoje entre 300 e 400 pessoas por dia. O comentário dos clientes, em geral, é de que o espaço é bonito, limpo, organizado".

Para criar o logotipo do Café Bistrô, Elisete diz que a inspiração foi a São Paulo dos anos 50. "Essa idéia, na verdade, inspirou toda a identidade visual que eu quis dar ao espaço, embora eu não tenha conseguido caracterizar a casa como um espaço dos anos 50, o que ficaria bem mais caro", diz. Imaginando o logotipo, Elisete encomendou o desenho a um designer gráfico. Ela criou também o sanduíche próprio da casa, batizado de Santa Calábria, e registrou como marca no Inpi. "As pessoas estão gostando. Se a marca for bem aceita, talvez troque até o nome do café por ela", explica, animada.

Identidade

Ter uma identidade visual clara também foi importante para o negócio do empresário Ivan Mudri Júnior, que há três anos criou a empresa de comércio eletrônico Artbrazil — hoje com oito funcionários diretos e mais de 30 indiretos.

Ele conta que a empresa, que começou comercializando, via internet, biquínis da marca no Exterior, teve de mudar de foco há um ano e meio.

"Para ter mercado, tivemos de nos diversificar, trabalhar com outras linhas, de calcaques a produtos ligados a esportes e lazer. Como também passamos a nos voltar para o consumidor final — antes vendíamos para lojas — decidimos modificar radicalmente o visual da nossa página na WEB, assim como tivemos de buscar formas mais atraentes de apresentar nossos produtos", destaca Ivan.

Ele explica que procurou uma empresa especializada em comunicação visual, que orientou tecnicamente todas as mudanças — desde a modificação na forma e cores do logotipo até a montagem de um manual que ensina como trabalhar a marca da empresa na tela do computador: A nova identidade visual passou a ser aplicada não apenas no site, mas nos brindes da empresa, nos produtos — como uma chopeira lançada para a Copa — e nas embalagens.

"O trabalho todo valeu o esforço. Somos ainda uma empresa pequena, que recebe entre 60 mil e 80 mil visitantes/mês. Mas já percebemos que a marca está sendo melhor fixada. É mais um passo para atingir nossa meta. Em um ano, pretendemos passar de uma base de 5 mil para 50 mil clientes ativos", diz o empresário, que também se prepara para fazer propaganda da marca na TV. A

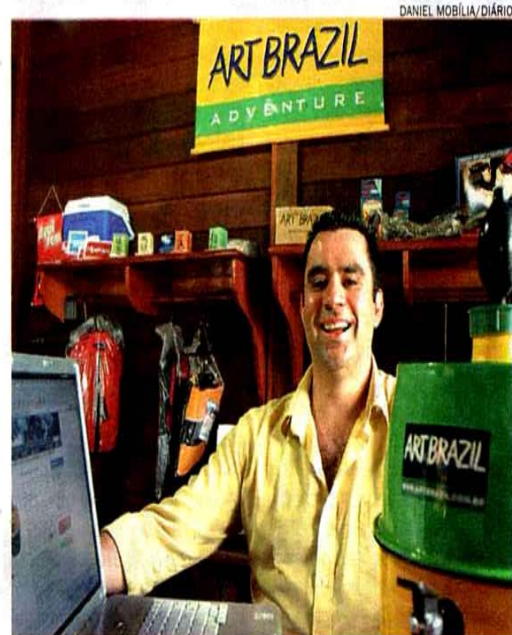


ELISETE, dona de café na região central, apostou em espaço com mezanino e móveis rústicos

ajuda da agência, explica Ivan, foi importante ainda para saber como mostrar os produtos ao cliente, usando as imagens, cores, formas e sons mais adequados. "Poderíamos ter desenvolvido isso sozinhos. Mas o processo é bem mais rápido e simples quando se conta com a orientação de profissionais da área de comunicação visual", completa. (SM)

serviço

► Mais informações podem ser obtidas no portal do Sebrae-SP (www.sebraesp.com.br) ou pelo 0800 780202; para saber de cursos do Senac-SP ligue (11) 3662-2152



IVAN mudou cores da logomarca e a cara do site na internet