

Marcas para supermercados

Para mais informações e o acesso às edições anteriores:
<http://markesalq.com.br/boletim-markesalq/>
Contate-nos pelo e-mail: grupo@markesalq.com.br



Um novo logotipo atrai mais vendas.

Emílio Moretti



Os supermercados precisam de uma identidade visual eficaz e difundida porque geralmente aplicam seu conceito a inúmeras lojas de diferentes locais e tamanhos. Isso significa que os supermercados e todas as suas subdivisões devem ser organizados com uma identidade única. Apresento aqui a transformação dos supermercados União, de Piracicaba, projeto de identidade realizado pelo Moretti Design.

O que é identidade visual?

Diferentemente do que a maioria das pessoas acredita, a identidade visual não é apenas a definição do logo da empresa. Tudo o que representa a marca visualmente está ligado à identidade visual e como a empresa deseja ser vista no mercado.

A identidade envolve todo o conjunto de elementos e como eles interage para que haja uma padronização do conceito da marca. O detalhamento e planejamento desses **conceitos** garantem que a marca ganhe destaque entre a concorrência.

Como a identidade visual atinge os clientes?

Além dos serviços prestados aos consumidores, a identidade visual também servirá de plataforma para que a empresa seja apresentada aos clientes de forma sólida e profissional. A definição dos clientes que vão adquirir os produtos/serviços prestados é muito importante. A comunicação deve ser feita de forma clara e objetiva.

Para cada tipo de consumidor a empresa precisa fazer uso de uma linguagem e comportamento diferentes. Muitas pessoas escolhem um novo ponto de venda pelo atrativo visual – que é o primeiro impacto que o consumidor tem com a empresa. Esse contato, se for positivo, fará com que o cliente se lembre da marca e, possivelmente, volte a comprar.

Normalmente, em um supermercado é possível encontrar uma variedade de produtos – diferentemente de um comércio específico de um produto/serviço. Mas, isso não define o sucesso e muito menos o lucro. É preciso saber explorar as possibilidades de venda e **divulgação**, atingindo os consumidores no momento exato.

Quais são os elementos da identidade visual?

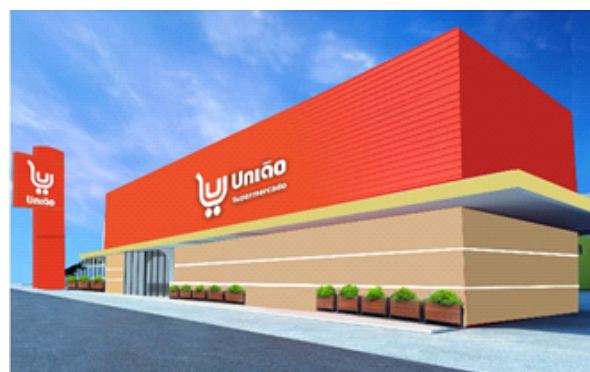
Os elementos que compõem a identidade visual garantem que a empresa tenha reconhecimento no mercado – além de fidelizar os clientes.

As cores utilizadas são um dos itens mais importantes para a construção da marca. Além de transmitir uma mensagem, as cores vão atingir também o emocional do consumidor. Diversos estudos já foram realizados e a conclusão é que cada cor tem um **efeito sobre nossa mente** e, sem percebermos, somos influenciados por elas. Isso ajuda na formação de opinião.

Seja coerente com a marca

A comunicação visual no supermercado também precisa ser coerente com a marca e é aí que entra a relevância da criação de uma identidade. Existe uma ciência, por exemplo, chamada de psicologia das cores.

Os estudos dessa área comprovam que o nosso cérebro reage de diferentes formas quando enxerga diferentes cores. O vermelho, por exemplo, pode representar o calor e a paixão, quanto o branco lembra a pureza e a inocência.



Ofereça um layout atrativo

O layout do seu supermercado precisa ser atrativo, com os setores e **gôndolas** muito bem organizados, para que as pessoas possam se localizar. É fundamental que sejam criadas placas que mostrem os setores, como alimentos, produtos de limpeza, açougue, padaria etc.

Os detalhes relacionados a identidade visual também devem ser trabalhados dentro do supermercado. Para isso, as cores do logotipo devem ser usadas nas placas e sinalizações internas, uniformes dos funcionários, entre outros locais.

Lembre-se que tudo que está no supermercado comunica e precisa ser agradável visualmente, para que os consumidores tenham experiências positivas ao fazer as suas compras. O layout atrativo, junto com outras estratégias, como a **rádio indoor**, ajudam muito a fazer com que as pessoas tenham despertado o desejo de consumir.

Ambiente Interno

Como explicamos, a comunicação visual engloba todos os elementos visuais de uma empresa. É comum que alguns supermercadistas, por desconhecimento, pensem que ela está relacionada apenas com a parte externa, como a fachada do estabelecimento.

Ter uma fachada chamativa e que atraia consumidores para o mercado é importante. No entanto, se ao chegar no local tudo estiver desorganizado, o cliente tende a ir embora. Por isso, compreenda que a parte interna também precisa de muitos cuidados, para que o aspecto visual seja positivo.

Priorize a iluminação

A iluminação também é muito relevante para a comunicação visual no supermercado. Pouco adianta você ter uma identidade bem desenvolvida, usar as cores adequadas, manter o layout organizado e tudo limpo, se o ambiente estiver escuro.

Por isso, mantenha tudo sempre muito bem iluminado, fazendo com que os clientes tenham conforto no supermercado. É fundamental que a luz seja adequada para que se possa observar os corredores, ler os rótulos dos produtos etc.



Construção do logotipo do Supermercado União

Projeto Moretti Design



i Emilio Moretti Diretor da Moretti Design