



PRINCIPAIS TEMAS DO DESIGN

Design gráfico.

Soluções de comunicação visual. Compreende as noções de projeto gráfico, identidade visual, projetos de sinalização, design editorial etc.

Design de Produto

Soluções estéticas formais, de funcionalidade, de tecnologias, de âmbito emocional, de uso, de processos e soluções de produção aplicadas a um produto ou a um sistema ou conjunto de produtos.

Design de Ambientes

Soluções estéticas, técnicas e funcionais voltadas à experiência do usuário, aplicadas em qualquer ambiente.

Design de Serviços

Soluções de experiências de uso, de funcionalidade, de âmbito emocional e soluções de processos aplicadas a um serviço ou sistemas de serviços.

Design Digital

Elementos visuais desenvolvidos para interfaces e plataformas digitais com foco na interação e usabilidade.

Design Estratégico

Aplicação dos princípios do design para apoiar processos de tomada de decisão, a fim de aumentar as qualidades inovadoras e competitivas de uma organização.

Fonte: **ABNT NBR16516.**

SEBRAETEC

O Sebraetec viabiliza aos pequenos negócios o acesso a serviços tecnológicos e de inovação. Visa a melhoria de processos, produtos e serviços, e a introdução de inovações nas empresas e mercados. Uma das áreas atendidas é o Design.

Para saber mais acesse: www.sebrae.com.br/sebraetec.

O sucesso do Cengisa (BA)

#designgrafico #comunicacaovisual

O Cengisa (Centro Médico de Ginecologia de Salvador) foi fundado em 1989, pela médica Margarida Matos. Diante da crescente medicina preventiva, o centro clínico incorporou à sua atuação a medicina ortomolecular e, posteriormente, endocrinologia e mastologia, com o propósito de aumentar o bem-estar de seus clientes.

O desafio, agora, era reposicionar o centro, que antes era somente ginecológico, de forma que homens se sentissem igualmente confortáveis. Além disso, era preciso aumentar a percepção de valor pelos clientes, uma vez que a qualificação técnica do corpo de médicos e o atendimento humanizado iria se traduzir nos valores cobrados nas consultas. Ou seja, era preciso apresentar tais diferenciais aos consumidores, para que estes entendessem exatamente o motivo do preço pago. **Como promover a percepção pelo cliente, agora mulheres e homens, do aumento da qualidade dos serviços prestados pela clínica?**

Com o apoio do Sebrae, a empresária contratou os serviços de um designer, que

trabalhou três pontos de estratégia: criação de uma identidade visual que comunicasse excelência e falasse com os dois públicos e aumento do valor percebido, por meio dos conceitos de sofisticação e atualidade.

A nova marca proposta reuniu em um só símbolo as representações gráficas de uma molécula e uma flor de lótus, traduzindo dualidades como complexo e exuberante, organizado e sensível, ciência e natureza. Os conceitos almejados eram: perfeccionismo, aprofundamento científico, delicadeza e vida.

Os passos seguintes foram o desenvolvimento das aplicações da nova marca, incluindo itens de papeleria, fachada e uniformes. Além da elaboração de um Manual de Marca para que a nova identidade fosse respeitada e consolidada junto aos clientes.

Como resultado, o ar contemporâneo e sofisticado do Centro Clínico permite a divisão clara dos setores por cores, mais receptiva ao público masculino e, assim, apresenta os sinais de que o projeto foi bem-sucedido em suas entregas.



AUTORIA

Carolina Pizzato Girardi
Gisele Raulik Murphy
Guilherme Hobi
Sara Sanchez de Christiano

EQUIPE TÉCNICA

Hyrlla Marianna Silva
Tajla Medeiros

SOBRE A EMPRESA

Cengisa
www.cengisa.com.br
(71) 3351-2074