



**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 subsidiar 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 da Vinícola Kranz (SC)

#designgrafico

A Vinícola Kranz iniciou suas atividades em 2010, com o lançamento da sua primeira safra de vinhos de altitude, representada por um Merlot 2008. O empresário Walter Kranz, que, antes de empreender foi executivo de grandes multinacionais, sabia que para a empresa ser reconhecida, precisava de uma marca forte. **Como elaborar uma marca que simbolize a excelência e exclusividade dos produtos da vinícola?**

Sediada em Treze Tílias (SC), a vinícola é pioneira na produção de vinhos finos de altitude, graças à alta tecnologia implantada no negócio. A empresa também comercializa espumantes, sucos 100% naturais, geleias e *schmiers* – doce semelhante às geleias, de tradição alemã, típica da região.

Para formular uma marca para a vinícola, Walter contratou um escritório de design. Durante a pesquisa de design, o escritório imergiu na história do empresário e realizou diversas visitas à vinícola para melhor entender o processo de fabricação dos

produtos.

A marca desenvolvida simboliza excelência. Seu formato é por conta do nome "Kranz", que significa "coroa de louros" em alemão. Já para a quantidade de folhas, o número 7 foi escolhido, uma vez que é referido historicamente como o número da perfeição. A nova marca não se limitou apenas à Vinícola. O escritório propôs uma solução de cores, criando também uma marca para o "Grupo Kranz" e para as possíveis empresas que venham a ser fundadas. Por enquanto, a Vinícola é representada pela cor bordô, enquanto a Kranz Alimentos apresenta-se em verde e a Kranz Transportes em alaranjado. A ideia é que, no futuro, cada uma das sete folhas de louro da coroa represente uma empresa do grupo.

O projeto desenvolvido possibilitou um novo posicionamento da marca. A percepção dos consumidores sobre o negócio foi moldada e a linha de produtos atinge hoje os públicos A e B.



KRANZ
VINÍCOLA



AUTORIA

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

EQUIPE TÉCNICA

Hyrlla Marianna Silva
Tajla Medeiros

SOBRE A EMPRESA

Vinícola Kranz
www.vinicolakranz.com.br/site/