



Pontos de Contato, Jornada e Estratégia

AUP 2328 - Introdução ao Projeto Visual

Prof. Dr. Gustavo Orlando Fudaba Curcio

Maio de 2020



CONCEITO

Papel Social

“O design não é uma disciplina teórica abstrata – ele produz artefatos tangíveis, expressa prioridades sociais e contém valores culturais. Precisamente as prioridades e valores de quem está no centro do debate.”

“É importante pensar na relação entre designer e cliente e entre cliente e público, bem como na relação entre designer, objeto de design e público.”

Noble, I. Bestley, R. Pesquisa Visual: Introdução às Metodologias de Pesquisa em Design Gráfico, Bookman, 2013.

“Para atuar significativamente [...], os profissionais [do design gráfico] devem preocupar-se não só com a maneira de comunicar, mas também com o conteúdo de suas comunicações.” A responsabilidade social perante à profissão é algo improrrogável, principalmente na América Latina, **“onde é inadiável também a necessidade de ordem e eficiência para um melhor aproveitamento dos recursos disponíveis”**



Dentre as obrigações impostas pela lei antifumo está a obrigatoriedade de ao menos 30% da embalagem coberta com avisos sobre os perigos da substancia. Lei antifumo (2011, Dilma Rouseff)

“O compromisso mais sério desse profissional é o de desenvolver comunicações de importância social.”

VÍTIMA DESTE PRODUTO



O Ministério da Saúde adverte:
Este produto intoxica a mãe e o bebê,
causando parto prematuro e morte.



PARE DE FUMAR
DISQUE SAÚDE
0800 61 1997

PRODUTO TÓXICO



O Ministério da Saúde adverte:
Este produto contém substâncias tóxicas que
levam ao adoecimento e à morte.



PARE DE FUMAR
DISQUE SAÚDE
0800 61 1997

PERIGO



O Ministério da Saúde adverte:
O risco de derrame cerebral é maior com
o uso deste produto.



PARE DE FUMAR
DISQUE SAÚDE
0800 61 1997

MORTE

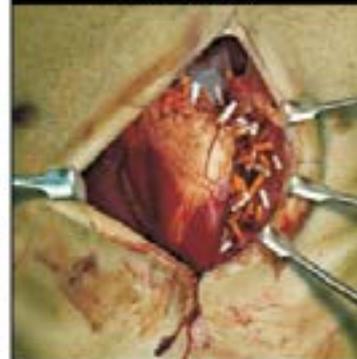


O Ministério da Saúde adverte:
O uso deste produto leva à morte por
câncer de pulmão e enfisema.



PARE DE FUMAR
DISQUE SAÚDE
0800 61 1997

INFARTO



O Ministério da Saúde adverte:
O uso deste produto causa morte por doenças
da circulação.



PARE DE FUMAR
DISQUE SAÚDE
0800 61 1997

GANGRENA

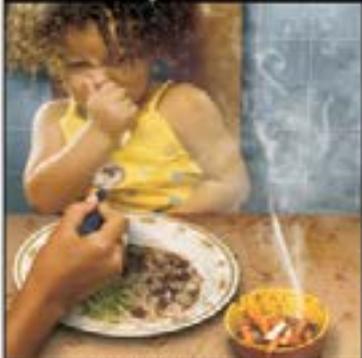


O Ministério da Saúde adverte:
O uso deste produto obstrui as artérias e
dificulta a circulação do sangue.



PARE DE FUMAR
DISQUE SAÚDE
0800 61 1997

FUMAÇA TÓXICA



O Ministério da Saúde adverte:
Respirar a fumaça deste produto causa
pneumonia e bronquite.



PARE DE FUMAR
DISQUE SAÚDE
0800 61 1997

SOFRIMENTO



O Ministério da Saúde adverte:
A dependência da nicotina causa
doença, dor e morte.



PARE DE FUMAR
DISQUE SAÚDE
0800 61 1997

HORROR



O Ministério da Saúde adverte:
Este produto causa envelhecimento
precoce da pele.



PARE DE FUMAR
DISQUE SAÚDE
0800 61 1997

IMPOTÊNCIA



O Ministério da Saúde adverte:
O uso deste produto diminui, dificulta
ou impede a ereção.



PARE DE FUMAR
DISQUE SAÚDE
0800 61 1997

Dentre as obrigações impostas pela lei antifumo está a obrigatoriedade de ao menos 30% da embalagem coberta com avisos sobre os perigos da substância. Lei antifumo (2011, Dilma Rousseff)

Cartazes da campanha “30 Maneiras de Dizer Não à AIDS” da década de 90. Os cartazes foram desenvolvidos por designers gráficos através de uma iniciativa da ADG (Associação dos Designers Gráficos) e do GAPA (Grupo de Apoio à Prevenção à AIDS)

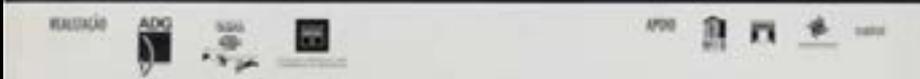


MAS
MUSEU DA IMAGEM E DO SOM
24 DE MARÇO A 11 DE ABRIL DE 1993
3ª A DOMINGO
DAS 14 AS 22 HORAS
AV. EUROPA, 158

**30 MANEIRAS DE
DIZER NÃO À AIDS**

AIDS E ADOLESCÊNCIA · EXPOSIÇÃO DE CARTAZES
ADG · ASSOCIAÇÃO DOS DESIGNERS GRÁFICOS

SENAC SP
CENTRO DE COMUNICAÇÃO E ARTES
S A 21 DE MARÇO DE 1993
DE 2ª A 6ª DAS 9 AS 22 HORAS
RUA DOUTOR VILA NOVA, 228



CONCEITO

Obstáculos

“Muitas vezes o designer é atribuído como **um dos responsáveis por facilitar o cotidiano das pessoas**. De um lado está o **ordenamento do fluxo de informações visuais** na sociedade, seja no espaço de uso coletivo, seja em um **painel informativo** que tem como objetivo **orientar** como um usuário deve proceder para locomoção ou acessar um destino ou uma informação de que necessita de modo **claro, legível e intelegível**. Por outro lado está a consideração da necessidade desse usuário. Por isso utilizamos como um dos critérios a relevância do projeto em relação”.

1



2



3

■ **Design é um luxo?**

■ **Design é ornamental?**

■ **Design é estilo?**

CONCEITO

Design é aplicação

“Vários modelos errôneos devem ser evitados: o do designer de **estilo reconhecido**, que se **anuncia a si mesmo** em lugar de apoiar a mensagem; o profissional irresponsável, que permite que as advertências sobre o **caráter tóxico** de **um produto comercializado sejam ilegíveis**; ou do profissional **formalista**, que prioriza o **estético antes do funcional...**”

FRASCARA, Jorge. “O Papel Social do Design Gráfico”. Em Revista Design & Interiores, São Paulo, Projeto Editores, ano 3, n. 17, p. 125-128, dezembro de 1989.

“... um importante aspecto do papel social do projeto, que é o de configurar identidades através da expressão visual de elementos da cultura local.”

BRAGA, Marcos da Costa (org.). O Papel Social do Design: história, conceitos e Atuação Profissional. São Paulo. Editora Senac. 2011.





“... pensando nos pintores de **letras de barco no Amazonas**, se ninguém valorizar, amanhã chega alguém com uma plotter, começa a pintar tudo em Helvetica e todos os barcos ficam iguais. Alguma coisa vai se perder ali. A **prática do design sem reflexão** pode levar a esses casos de **perda de repertórios**. ”

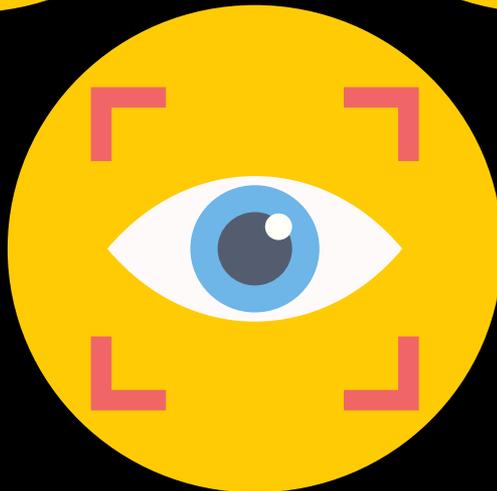
Priscila Lena Farias, em entrevista a Ricardo Yamamoto para Trabalho de Conclusão de Curso, Papel Social do Designer Gráfico: Realidades e Premissas. Orientador: Prof. Dr. Marcos da Costa Braga.

CONCEITO

Design é aplicação

CONCEITO

Design é percepção





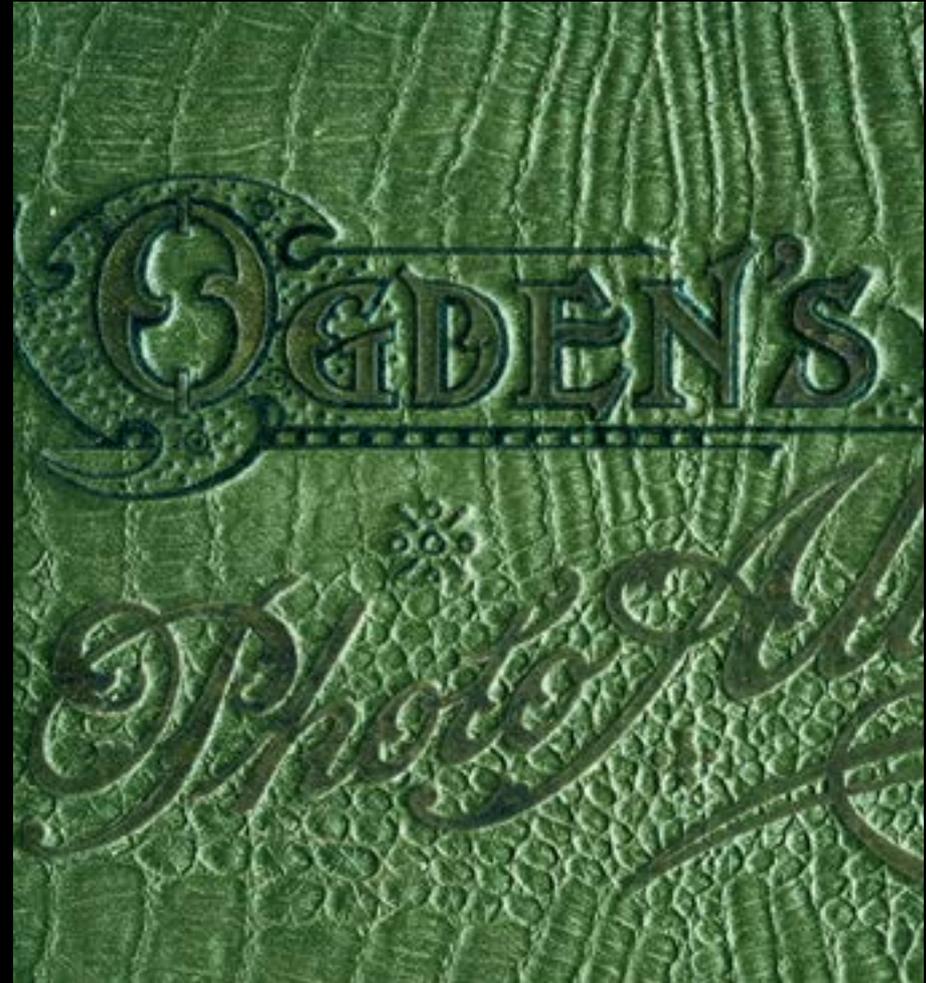
“O designer deve prestar muita atenção aos **materiais usados** para a reprodução de seu trabalho, em especial **quanto o objeto resultante foi criado para ser tocado ou manuseado**. Ao mesmo tempo, o **significado denotativo de uma peça de comunicação visual é geralmente delimitado pelas formas visuais** dispostas em sua superfície: por exemplo, o design de um cartaz criado para ser **visto de longe** será muito mais baseado na **composição visual** dos elementos gráficos do que no material sobre o qual ele é impresso.”

Noble, I. Bestley, R. Pesquisa Visual: Introdução às Metodologias de Pesquisa em Design Gráfico, Bookman, 2013.

CONCEITO

Materialidade

“Diz respeito às **propriedades físicas de um suporte de aplicação**. Em design gráfico, isso pode designar a natureza física de um livro, por exemplo. Uma abordagem de design focada na materialidade envolveria a relação das propriedades físicas do livro com seu público pretendido e a relevância de sua apresentação como um todo.”



Design aplicado: promover contato

■ **Tatilidade**

Algo perceptível ao sentido do tato. Superfícies e objetos podem ser descritos como táteis quando seu design é criado para que sejam sentidas, e não simplesmente vistas ou ouvidas.

■ **Tangibilidade**

Algo que pode ser tocado ou sentido, que possui uma substância material real. Isso também pode ser estendido à percepção ou à aparência externa de possuir tatilidade ou substância.

■ **Textura**

A qualidade visual e especificamente tátil de uma superfície. Textura diz respeito às propriedades da superfície dos objetos e às sensações causadas por essa superfície, a partir do sentido do tato.

CONCEITO

Pontos de contato

Os pontos de contato são todas as formas de interação que o público tem com a marca, seja por meio das redes sociais, pela embalagem do seu produto, site, ou até mesmo devido ao preço.

Todos esses pontos geram uma experiência ao usuário e devem ser examinados com frequência e cuidado.

“Cada **ponto de contato** é uma **oportunidade** para aumentar a consciência de marca e promover a fidelidade do cliente.”

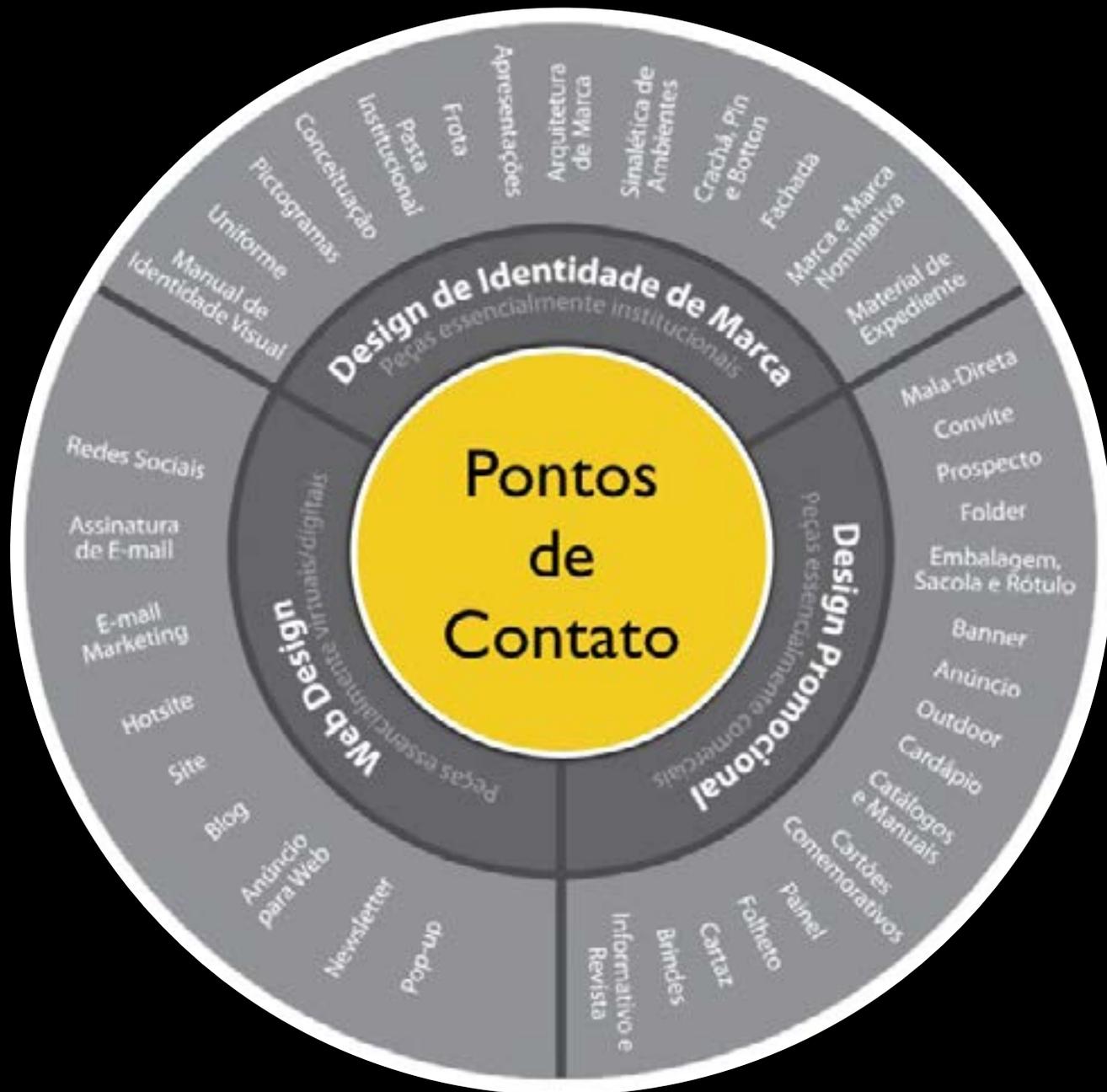


Diagrama de pontos de contato: <https://feninjer.com.br/a-gestao-eficaz-de-uma-marca/>

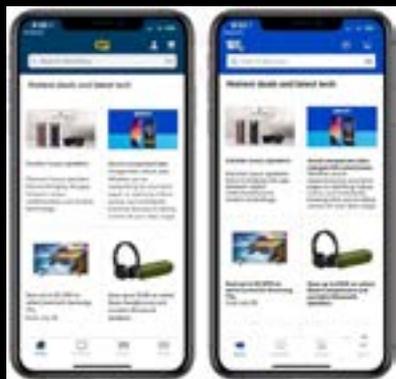
CONCEITO

Pontos de contato

Os *client touchpoints*, ou pontos de contato com o cliente, são as interações que o cliente tem antes, durante ou depois da venda. Ou seja: cada uma das vezes que ele entra em contato com a sua marca. O conjunto dessas interações é o que compõe a experiência do cliente.

TIPOS DE PONTOS DE CONTATO

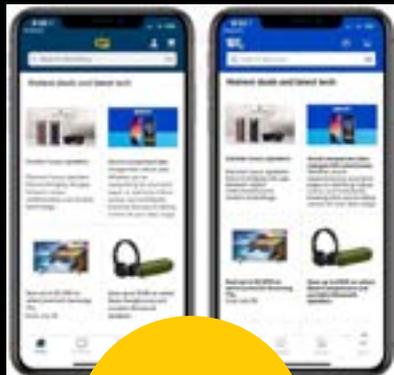
- **Estático:** como um flyer, um outdoor, uma embalagem.
- **Interativo:** o site da empresa, redes sociais ou o estande em um evento.
- **Humano:** um vendedor.





Estático

Humano



Interativo



CONCEITO

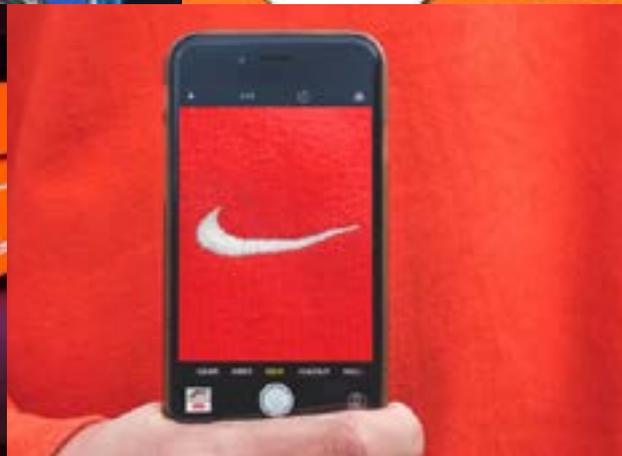
Pontos de contato

Cada uma dessas interações tem o potencial de alterar a forma como o cliente percebe e se sente em relação à marca, produto ou serviço.

Por isso é essencial não só mapear quais são, mas também entender o que o cliente espera com aquela interação e o que ela de fato proporciona.

O PONTO DE CONTATO IDEAL:

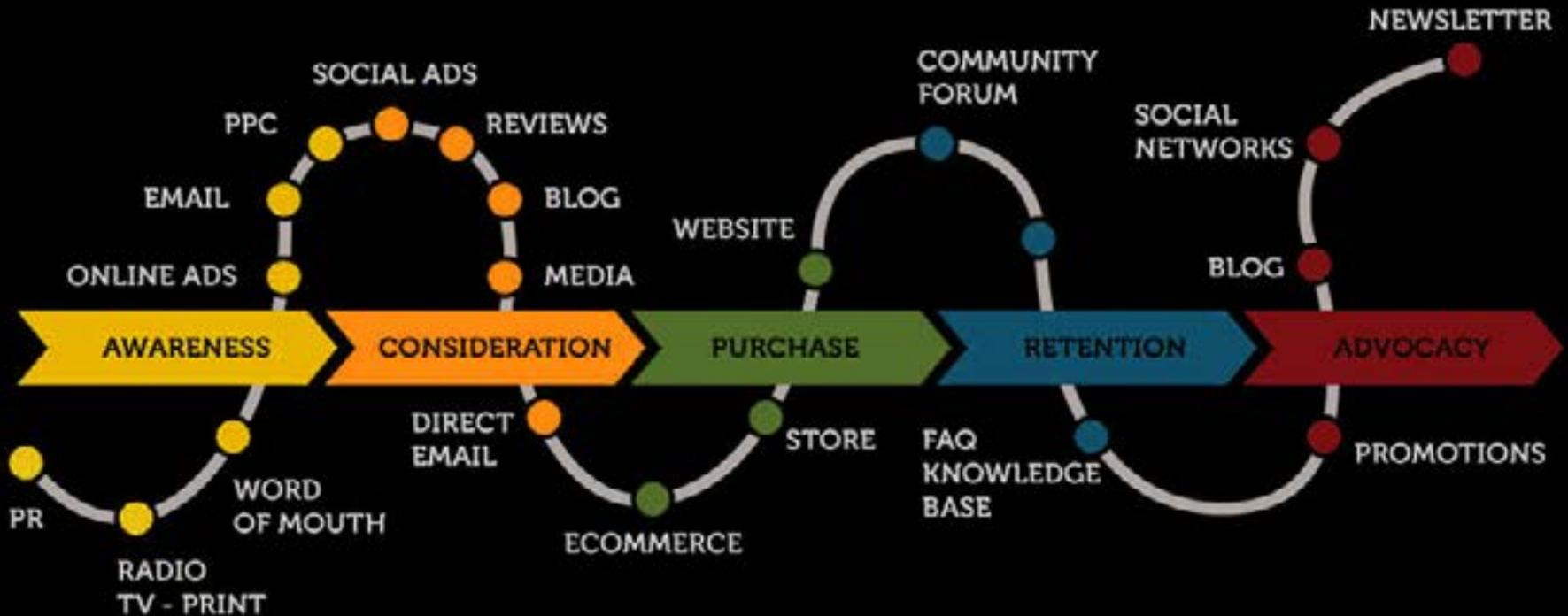
- **Apropriado:** o tom da interação está de acordo com o perfil e necessidades do cliente;
- **Relevante:** é útil e atende às necessidades do cliente;
- **Significativo:** é considerado importante, com um propósito pelo cliente;
- **Cativante:** cria vínculo, gera encantamento no cliente.



COMO IDENTIFICAR OS PONTOS DE CONTATO?

Mapear a jornada

A jornada do cliente é o caminho que o cliente percorre desde a primeira interação com a sua marca, passando pela compra até se tornar um defensor.



COMO IDENTIFICAR OS PONTOS DE CONTATO?

Mapear a jornada

Para entender quais são os client touchpoints, é preciso percorrer esse caminho e ver quais interações ocorrem em cada uma das etapas. Apesar de a representação da jornada do cliente passar a ideia de que esse percurso é linear, na verdade ele não é. A cada estágio, o cliente pode ter diversas interações em canais distintos. Também pode ir e voltar. Por isso, a melhor forma de mapear a jornada do cliente/usuário é perguntando-se:

PERGUNTAS-CHAVE

- O que o cliente faz em cada uma dessas etapas?
.....
- O que pode acontecer em cada etapa (de bom e ruim?)
.....
- Quais são as interações?



STEAK experts

PROUDLY SERVED

rule# 01

TEMOS ORGULHO DA ALTA QUALIDADE DOS CORTES PREPARADOS POR NOSSOS STEAK EXPERTS. A ÚNICA REGRA É FAZER DO SEU JEITO.

chick 'n juicy

O PONTO da carne

MAL PASSADO

Carne bem vermelha e quente. Só.

PONTO PARA MAL PASSADO

Carne de carne vermelha e quente.

AO PONTO

Carne rosada com um toque de vermelha, quente.

PONTO PARA BEM PASSADO

Carne marrom/rosada, de ponto para quente.

BEM PASSADO

Carne quente e marrom.

STEAKcuts

Este corte possui pelo menos um de 12 ingredientes selecionados de car preparadas com técnicas especiais, acompanhadas em pratos abertos.

GRILLADO FILET A FILET MEXICO Filet Mexicano	GRILLADO DE CARNEIRO Carneiro à Brasa
FILET WAGYU Wagyu 5 Star e Herb Seasoned Filet	WAGYU 5 STAR The Japanese Wagyu® 5 Star Wagyu Steaks
FILET RIBEIRO Fusca Grilled Filet	FILET DE CARNEIRO Steak à Brasa
ASSADO DE TAPA Steak à Brasa	GRILLADO FILET New York Strip Steak e Beef Tenderloin Filet
GRILLADO DE PIMENTO Filet de Pimenta e Carvão	FILET DE BASTIÇA Steak



