

*BARSÍ, Camilo Fernandes .
*COSTA, Silana Nunes .
*GARCIA, Regiane Barbosa
*SANTOS, Marluce Moreira .
**GRASSI, José Augusto.

camilo.barsi@mgsul.ind.br
Silana_snc@hotmail.com
Regiane.garcia@mgsul.ind.br
malu.moreiras@gmail.com
jose.grassi@gmail.com

*Acadêmico Curso de Tec. Em Processos Gerenciais
**Docente Curso de Tec. Em Processos Gerenciais

INTRODUÇÃO

Para desenvolvimento de nome, slogan e logo deve observar mais de uma opção de escolha, sempre utilizando nomes de fácil recordação, sua escolha deverá impactar clientes e a concorrência, sendo todas as escolhas objetivas e ligadas sempre para seu público alvo.

Os nomes a de fazer uma distinção geral em relação aos outros instrumentos de identificação, para que não se confundam, e que serão aprofundados mais afrente.

A imagem de uma logo inspira confiança nos consumidores, independente do produto, pois sabe que a empresa cria produtos de qualidade, com a implementação de um logo, a empresa poderá verificar um intenso aumento na venda de seus produtos.

Os slogans podem ser escritos, cantados ou simplesmente ditos, o ideal é utilizar rimas, palavras compostas, precisa acima de tudo fazer a diferença.

Para Sucupira, “uma marca é na realidade um signo de apelo visual e de atributos psicológicos” (SUCUPIRA, 2003: art.18).

Para criação do logo da sua empresa primeiramente deverá entender seu mercado, destacando seu público-alvo em potencial, sendo diferenciado mais tendo um grande posicionamento na vida dos seus clientes. Logos simples são mais marcados, utilize cores que deverão estar ligados a sua atividade desenvolvida, os significados das cores já deixarão para seus clientes, qual público sua empresa estará querendo ser atingindo.

GUIA EMOCIONAL DAS CORES

OTIMISMO	clareza calor
AMIGÁVEL	alegria confiança
EXCITAÇÃO	juventude coragem
CRIATIVO	imaginativo sabedoria
CONFIANÇA	seguro força
PACÍFICO	crescimento saúde
EQUILÍBRIO	neutro calmo

A primeira impressão é a que fica	Axe
Quem pede um, pede bis	Bis
Tem 1001 utilidades	Bombril
Uma boa ideia	Caninha 51
É impossível comer um só	Cheetos
Dê férias para seus pés	Chinelos Rider
Abra a felicidade	Coca-Cola
Sorriso saudável. Sorriso Colgate	Colgate
Tomou Doril, a dor sumiu	Doril
A diferença é que o Estádio funciona	O Estado de São Paulo
Da nossa casa pra sua casa	Pernambucanas
A verdadeira Maionese	Helmann's
Energia que dá gosto	Nescau
Faz do leite uma alegria	Quick
Legítimas só Havaianas	Sandálias Havaianas
Desperte o tigre em você	Sucrilhos
Você conhece, você confia	Volkswagen

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A importância para o desenvolvimento de uma empresa começará a partir do nome, logo e slogan, que tem como objetivo esclarecer os motivos pelos quais é necessária uma boa e cuidadosa escolha.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

SUCUPIRA, Luís. A anatomia de uma marca. SP: 2003. Disponível em: <<http://www.aberje.com.br/aberje.asp>> art.18. Acesso em: 23 jun. 2004.

PEDRO RENAN. Logovia. **Como criar um slogan para empresa.** 2013. Disponível em: <http://www.logovia.com.br/blog/design-tutoriais/como-criar-um-slogan-para-empresa/>. Acesso em: 20 jul. 2014.

PARANÁ. Junta Comercial do Paraná. **Orientações para a formação do Nome Empresarial.** Disponível em: <<http://www.sebraesp.com.br/index.php/166-produtos-online/legislacao/publicacoes/artigos/6201-nome-empresarial>>. Acesso em: 23 ago. 2014.

DESENVOLVIMENTO

Para escolha de nome empresarial primeiramente tenha mais de uma opção de escolha, podendo utilizar um brainstorm para aumentar a oportunidade de nomes, sendo feitos por sócios, colaboradores e próprios familiares. O Slogan da empresa tem que ser utilizada para que a empresa seja lembrada, impactando os cliente e os concorrentes, não será um conjunto de palavras que será escolhida somente por existir mais sim para divulgar sua marca, sendo elas palavras fortes e possa causar boas influencias e confiança. Sua escolha deverá ser curta em uma frase objetiva, proporcionando para seus clientes a satisfação e o prazer em ouvir ou falar seu slogan, trazendo assim sua marca para o destaque, nunca se esquecendo de ser honesto com que deseja passar para as pessoas.