



10 Dicas para projetar a comunicação visual da sua loja

Description

Um letreiro na vitrine é um componente essencial de marketing para qualquer loja de varejo. É uma forma para você se comunicar visualmente e orientar clientes potenciais para seus negócios. A maioria dos letreiros de varejo contém detalhes como o nome da loja, os produtos ou serviços oferecidos, o horário de funcionamento e até mesmo ofertas com desconto. Ainda assim, adquirir uma comunicação visual bem projetada e persuasiva para que sua loja atraia transeuntes pode ser um desafio. Este artigo destacará algumas dicas e diretrizes úteis para obter uma sinalização convincente:

1. Elementos gráficos de sinalização

Ter um ícone ou símbolo em sua sinalização é mais apelativo do que o uso apenas de palavras. Você precisa escolher os melhores elementos gráficos, que devem conter o contexto correto de seu negócio para transmitir a mensagem necessária. Você pode usar uma exibição de seu produto, como o logotipo de sua empresa ou um símbolo de seus produtos. Por exemplo, você pode usar as palavras loja automotiva e um sinal de pneu e chave inglesa. Se você não tiver certeza dos elementos gráficos a serem usados para sinalização de sua loja, o melhor que você pode fazer é buscar a assistência de um especialista em letreiros e comunicação visual de lojas. Os especialistas em letreiros e comunicação visual têm a experiência necessária para elaborar projetos atraentes para diferentes frentes de lojas.

2. O tamanho do letreiro

Ao escolher o tamanho de sua sinalização, você precisa considerar a capacidade de atenção e visibilidade das pessoas. O letreiro deve ser curto e claro para captar a atenção de seus clientes-alvo e oferecer uma experiência de leitura simples. Além disso, o letreiro precisa ser perceptível à distância para ajudar os clientes que procuram seus produtos. A sinalização não precisa ser extremamente grande, apenas um tamanho que seja visível do outro lado da rua.



3 â?? Deve apelar para os clientes

O apelo da sinalizaÃ§Ã£o Ã© um dos aspectos vitais para atrair clientes. Seria melhor se vocÃª tivesse uma placa com a mensagem certa para captar a atenÃ§Ã£o do cliente potencial. Pode ser tÃ£o simples quanto um design chique para compradores do sexo feminino ou detalhes coloridos para crianÃ§as. VocÃª tambÃ©m pode incluir palavras de isca como â??negÃ³cioâ??, â??vendaâ?? ou â??grÃ¡tisâ?? em seu letreiro e sua comunicaÃ§Ã£o visual. Caso vocÃª use uma palavra â??iscaâ?•, certifique-se de que a oferta seja real para evitar estragar a reputaÃ§Ã£o de sua loja.

4 â?? Use as fontes e sinais corretos

O objetivo geral de uma sinalizaÃ§Ã£o Ã© atrair mais clientes. Para que isso aconteÃ§a, Ã© preciso ter em mente a preferÃªncia do cliente ao projetar o letreiro ou a comunicaÃ§Ã£o visual da vitrine. Alguns sÃmbolos e fontes podem ser atraentes para vocÃª, mas aparecem como estranhos ou ofensivos para os compradores. Portanto, Ã© aconselhÃvel usar uma fonte legÃvel e sÃmbolos

relevantes em sua sinalização de varejo.

5 â?? Teste a comunicação visual antes

Quando você monta uma vitrine, é crucial monitorar sua eficácia verificando as pistas que ela gera. Você pode pedir a um de seus funcionários para avaliar a reação dos transeuntes quando lerem a sinalização, como reagem as imagens e textos. Se mais pessoas parecerem desinteressadas e se afastarem, então você pode precisar mudar a sinalização. Por outro lado, se mais transeuntes entrarem em sua loja, então você pode manter sua comunicação visual de varejo.

Uma das maneiras de impulsionar as vendas é fazer com que os clientes passem mais tempo na loja. Como resultado, eles estão mais conectados à oferta e a oportunidade de compra aumenta. Portanto, é importante garantir que seu local seja agradável, cause uma boa impressão e atenda às expectativas dos consumidores que buscam qualidade.

A seguir, destacaremos alguns pontos que você deve estar sempre atento para manter o visual do espaço interno do seu negócio.

É muito importante e atrair a atenção do seu público de forma positiva. Algum deles ainda está fora do seu radar e merece mais atenção? Leia para ver!

1 â?? Organize o Espaço Livre

O primeiro passo para conseguir um visual interessante para sua loja é considerar o espaço disponível e dividir mentalmente o ambiente.

Defina onde você pretende colocar cada item antes de atribuir elementos. A composição pode parecer simples, mas muitos comerciantes preenchem o espaço da loja com itens disponíveis sem nenhum planejamento. Como resultado, prateleiras e expositores podem ficar superlotados â?? o que pode criar uma sensação de desordem â?? ou â??vaziosâ?• â?? fazendo com que os itens exibidos pareçam â??sobrasâ?•.

2 â?? Preste atenção à conveniência

Por exemplo, em uma loja de roupas, os consumidores costumam ser acompanhados por alguém que não vai às compras, mas passar algum tempo lá. Pense no conforto e comodidade dessas pessoas e, se possível, planeje um espaço para elas. Com isso, os consumidores podem olhar e experimentar os produtos com maior facilidade â?? o que é muito importante para eles realizarem uma compra.

3 â?? Escolha sua cor

A decoração da sua loja precisa estar alinhada com o público que você deseja alcançar. A escolha da cor é uma parte importante do processo, pois interfere muito no tipo de ambiente que se deseja criar. Por exemplo, se seus produtos e serviços são voltados para crianças, cores mais vivas são as melhores. No entanto, se você está oferecendo um produto conhecido por ser

sofisticado, o ideal é ir em uma cor mais modesta, como tons de terra, preto ou algumas aplicações de ouro e prata.

Outra forma de conseguir um visual mais equilibrado é definir cores para compor a comunicação visual da sua marca. Para fazer essa escolha, é divertido contar com o apoio de designers que o ajudarão a identificar as cores que dominam suas comunicações e formam a base da linguagem visual da sua empresa.

4 - Promover a circulação

Na primeira dica, dissemos que é importante considerar o espaço disponível antes de preenchê-lo com prateleiras, balcões, gôndolas, etc.

Nesse ponto, era importante projetar a distribuição dos elementos para que o público pudesse circular com facilidade pela loja e evitar acidentes.

Use móveis não protegidos sempre que possível. Isso também permite maior flexibilidade quando mudanças de [layout](#) precisam ser feitas.



5 â?? Exiba os produtos estrategicamente

Quais produtos vocÃa gostaria de receber mais atenÃ§Ã£o? Estes devem ser sempre expostos na prateleira ao nÃvel dos olhos. Coloque o mais pesado na prateleira de baixo e o mais leve na prateleira de cima â?? outra forma de evitar acidentes.

As prateleiras e vitrines da sua loja tÃam tamanhos diferentes? Toma-se o cuidado de escolher o produto mais adequado para cada mÃ³vel para proporcionar um visual agradÃvel e organizado. Lembre-se: sua decoraÃ§Ã£o deve ser divertida, mas Ã© o produto que chama mais atenÃ§Ã£o.

Gostou desse artigo? Deixe seu comentÃrio e compartilhe. Leia tambÃ©m ð???

[Por que todos nÃs deverÃamos estar investindo em Design](#)

Category

1. Design GrÃfico
2. NegÃcios

Tags

1. cartaz
2. comunicaÃ£o visual
3. layout
4. letreiro
5. loja
6. sinalizaÃ£o
7. visual
8. vitrine

Date Created

2022/01/16

Author

webmaster

default watermark