



Como fazer seu cartão de visitas

Índice

>> **Página 3**

- Introdução

>> **Página 4**

- O que é um cartão de visitas?
- O valor do cartão de visitas para alguns de nossos clientes

>> **Página 7**

- O que é uma marca?
- Construção de uma marca através do cartão de visitas

>> **Página 10**

- Porque devo ter um cartão de visitas?
- Você sabe onde surgiu a ideia de fazer um cartão de visitas?

>> **Página 13**

- Porque devo incluir o logotipo da minha empresa?
- Modelos de logotipos aplicados no cartão de visitas

>> **Página 16**

- Seleção de informações
- Tecnologia QR Code no cartão de visitas

>> **Página 19**

- Modelo ideal para o seu negócio e as principais tendências
- Modelos de cartões de visitas

>> **Página 22**

- Fonte sem Serifa e Reta
- Fonte com serifa
- Fonte Manuscrita e Decorativa
- Modelos de fontes

>> **Página 27**

- Sugestão de formato - Cores e Papéis
- Modelos de Formato - Tamanho e Cores

>> **Página 30**

- Tipos de acabamentos
- Laminação Fosca
- Sobre a Loja Gráfica Eskenazi

Introdução

Qual o propósito deste e-book

O cartão de visitas é a assinatura do seu negócio. Com este material é possível:

1. Apresentar sua empresa
2. Seus serviços
3. Conquistar uma primeira boa impressão.

Levando em consideração estes três critérios, o e-book *Como fazer o seu cartão de visitas* procura mapear as estratégias e os diferentes recursos a fim de contribuir para o planejamento de um cartão de visitas que faça

diferença para você e para sua empresa num mercado cada vez mais competitivo.

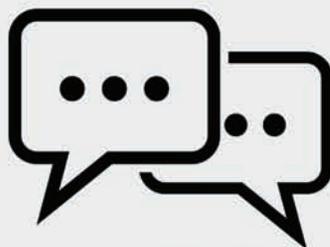
O material foi fundamentado em diversas pesquisas, que inclui sugestões de design, de cores, fontes e os tipos de papéis mais indicados para cada impressão. Você também vai aprender a selecionar as informações úteis ao consumidor ou cliente, antes do processo de finalização.

1. O que é um cartão de visitas?



- O que é um cartão de visitas?

Material de divulgação no formato cartão que leva gravado os principais contatos de um profissional ou de uma empresa. Para não errar no momento de planejar este importante material de divulgação, lembre-se: o cartão de visitas deve transmitir os valores da sua marca. Mas o que é marca?



“Um cartão deve transmitir os valores da sua marca”

O valor do

cartão de visitas para alguns de nossos clientes

“Ter um cartão de visitas é essencial para divulgar o meu trabalho e ampliar a minha rede de contatos”, diz Edrey Caieiro, profissional autônomo do ramo de informática.

2. O que é uma marca ?





- O que é uma marca ?

Uma Marca é essencialmente uma promessa da empresa de fornecer uma série específica de atributos, benefícios e serviços uniformes aos compradores. As melhores marcas trazem uma garantia de qualidade. Mas uma marca é um símbolo ainda mais complexo. Ela pode trazer até seis níveis de significado: atributos, benefícios, valores, cultura, personalidade e usuário. Se a empresa trata a marca como um nome, está totalmente equivocada. O desafio de estabelecer uma marca é desenvolver profundas associações positivas em relação a ela.



“As melhores marcas trazem uma garantia de qualidade”

Philip Kotler, autor de Administração de Marketing



Construção

de uma marca através do cartão de visitas

Vale dizer que o cartão de visita é o representante da minha empresa: quando deixo com um cliente, ele tem em mãos todos os meus dados e eu espero que ele retorne o contato”, explica Nelci Souza, microempresário.

3. Porque devo ter um cartão de visitas?





• **Porque devo ter um cartão de visitas?**

O cartão de visitas faz parte da sua apresentação pessoal e profissional. Apesar do seu tamanho reduzido (9x5 cm), este material carrega um pouco da história da sua empresa, todas as suas informações de contato e ainda convida informalmente o receptor a manter o contato com você ou a sua empresa.



De fácil utilização, os cartões nunca te deixam na mão. Ao manter uma quantidade razoável a disposição, suas chances de fechar futuros negócios e conquistar novos clientes aumentam consideravelmente.

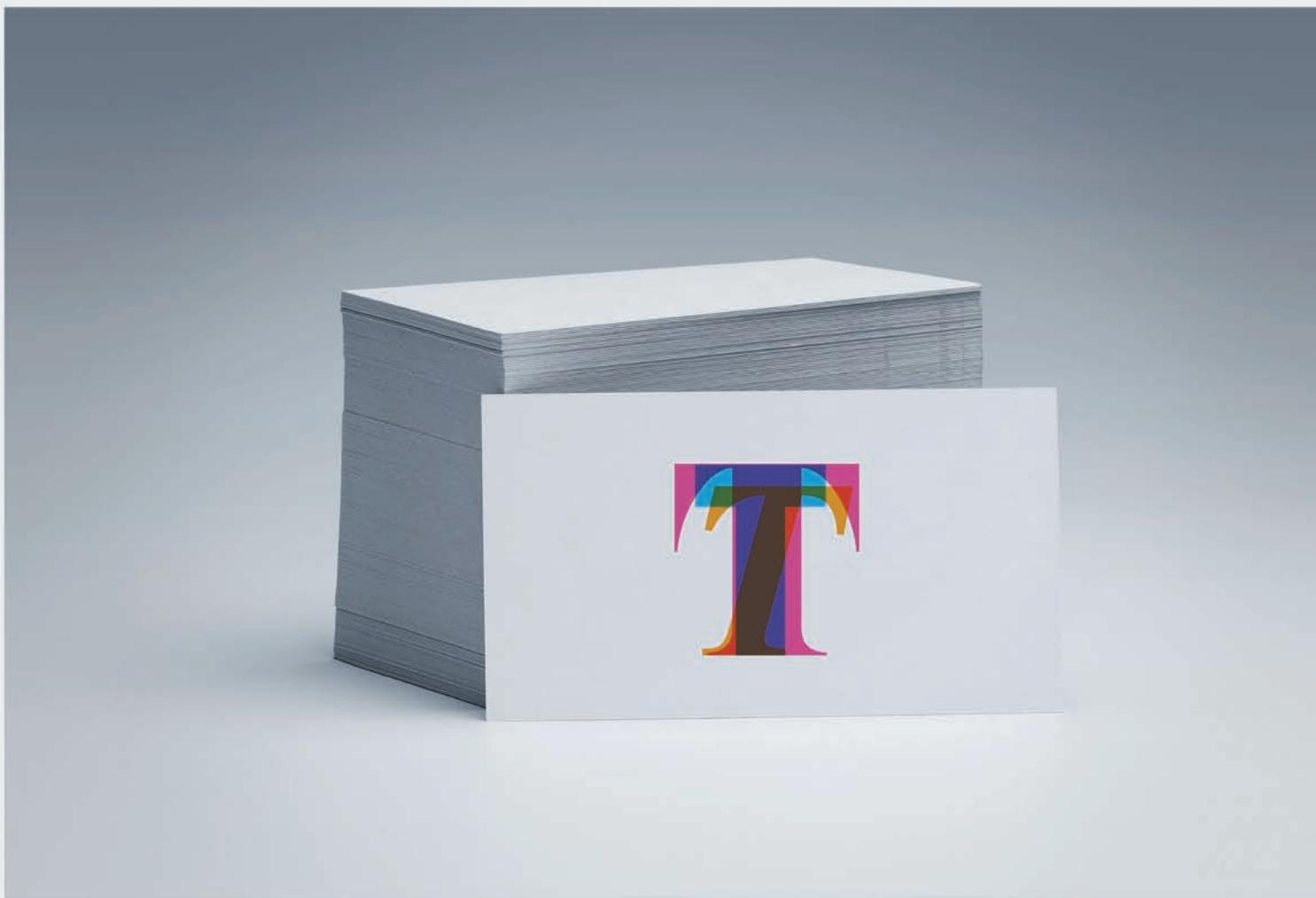
“ Os cartões nunca te deixam na mão ”



Você sabe de onde surgiu a ideia de fazer um cartão de visitas?

Há várias histórias sobre o surgimento do cartão de visitas. A mais popular remete ao reinado de Louis XIV da França, que naquela época era considerado sinônimo de status. Há também outros vestígios que apontam para a primeira metade do século XVII, quando nasceram os *tradecards* ou cartões comerciais. O material era bastante utilizado na composição de peças de publicidade e mapas para facilitar a oferta de produtos e serviços. Mas foi durante o século XIX que os cartões ganharam popularidade. A corte francesa adotou o uso como regra de etiqueta e difundiu para o restante da Europa e EUA, decorando com brasões e tornando indispensáveis para toda a sociedade. Com o tempo, os EUA incorporou o uso dos cartões para a divulgação de empresas e o método foi aos poucos tornando-se essencial no mercado corporativo.

4. A importância de incluir o logotipo da sua empresa

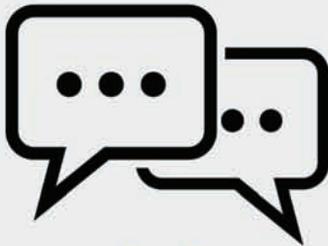




- **Porque devo incluir o logotipo da minha empresa?**

É fundamental que o seu cartão de visitas carregue o logotipo da sua empresa. Isto porque a marca de um negócio representa uma espécie de assinatura na mente do consumidor, além de assegurar a qualidade dos produtos e serviços. Aconselhamos deixar o logotipo em destaque em um dos lados do cartão ou na parte posterior.

Veja alguns exemplos:



“A marca assegura a qualidade do produto e serviço”



Modelos de logotipos aplicados no cartão de visitas

● **Aplicação lateral**



● **Aplicação Central**



5. Seleção de informações



Loja Gráfica Eskenazi, seja nosso parceiro gráfico.



• Seleção de informações

Seja objetivo com suas informações. Sugerimos incluir nome completo, cargo ou profissão, endereço, e-mail, principais telefones de contato e o site da empresa. Certifique-se de que todos os dados estão atualizados e evite acrescentar informações adicionais, como um segundo endereço da empresa, pois o excesso pode causar confusão. Se quiser transmitir criatividade, faça uso do QR Code para despertar a atenção do consumidor.



“ É preciso ficar atento aos erros de português, pois eles são intoleráveis. Rabiscar informações ou escrever novos dados pode demonstrar falta de atenção. A dica é reservar um tempo para revisão e se houver alguma dúvida solicite ajuda de outras pessoas ou mesmo um profissional de design antes da finalização do seu cartão ”



Tecnologia

QR CODE no cartão de visitas

O QR Code é um código que pode ser lido por qualquer aparelho celular ou tablet que disponha de um aplicativo específico para compreensão. Porém, antes, certifique-se de que o seu público alvo é receptivo a esse tipo de tecnologia.

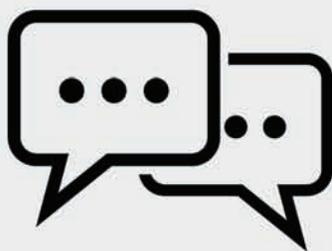
6. Modelo ideal para o seu negócio e as principais tendências



Loja Gráfica Eskenazi, seja nosso parceiro gráfico.

- **Modelo ideal para seu negócio e as principais tendências**

Modelo de cartão inusitado: o design é uma das ferramentas que podem surpreender de forma positiva o seu cliente . Sendo assim, separamos um exemplo de como utilizar a criatividade sem perder a simplicidade.



Tendência: confira também uma forma de deixar seu cartão de visitas mais atraente aproveitando frente e verso.

“O design é uma das ferramentas que podem surpreender”

Modelos de cartões de visitas

● **Design Inusitado**



● **Tendência Abstratas**



7. Sugestões de fontes



Loja Gráfica Eskenazi, seja nosso parceiro gráfico.

• Sugestões de fontes

Sem serifa, com serifa ou manuscrita? Com tantas opções disponíveis, fica difícil escolher a melhor fonte para a criação do seu cartão de visitas. Para auxiliar na decisão, selecionamos alguns formatos e suas principais características.

Confira:

Fonte sem serifa: Arial, Tahoma, Lucida, Folio, Verdana, Calibri e Helvetica são as mais utilizadas por serem de fácil visualização. As opções são indicadas para chamadas e títulos.

Fonte reta: transmite modernidade e combina com fontes de design reto. São elas: Astro, Abtechia, Compacta, Eras e HandelGothic.

Fonte com serifa: ideal para quem precisa transmitir elegância e segurança. É bastante utilizada em layouts clássicos. Os exemplos são: Times New Roman, Palatino e Garamond. Só tome cuidado na escolha do tamanho e prefira os formatos maiores que o número oito para facilitar a compreensão. É importante ficar atento aos elementos em caixa alta e itálico, pois não costumam combinar com este tipo de fonte.



“**Com serifa é ideal para quem precisa transmitir elegância**”

Modelos de Fontes

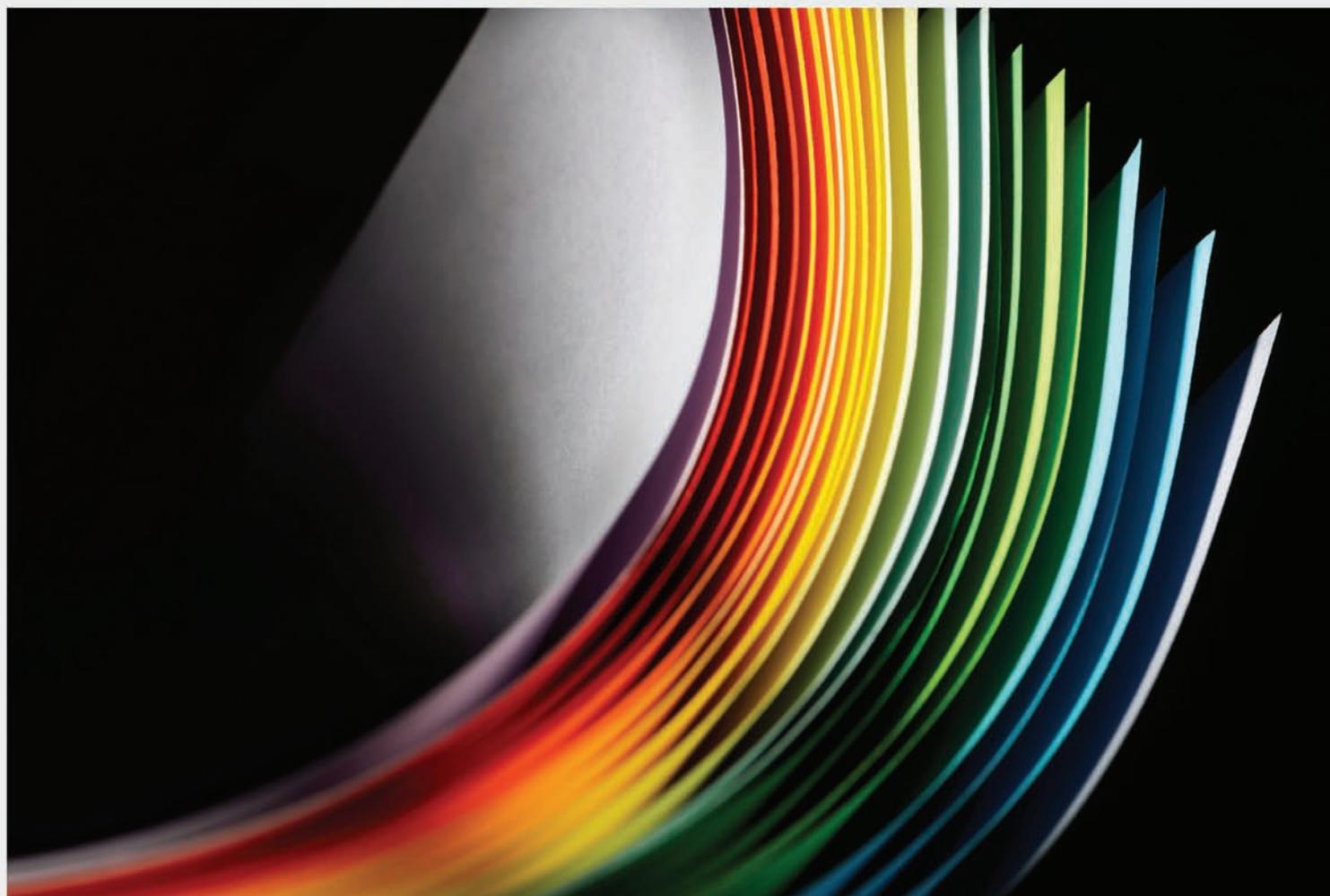
● **Fonte**
Sem serifa

Arial Verdana

● **Fonte**
Com serifa

Times New Roman Palatino

8. Sugestões de formato - Tamanho e Cores



Loja Gráfica Eskenazi, seja nosso parceiro gráfico.



• Sugestão de formato - Cores e Papéis

Cores mais indicadas: exagerar nas cores não é o melhor caminho para chamar atenção. Sugerimos cores claras. Já para as fontes procure usar tons escuros ou preto, pois facilita a leitura. A dica é selecionar no máximo três cores para compor o conteúdo ou recorrer aos tons do logotipo da sua empresa.

Os papéis mais adequados: considere sempre a resistência do material e evite a produção caseira. Cartões finalizados em bons materiais não estragam com facilidade e refletem a solidez do seu negócio. O ideal é usar a partir de 300g/m².



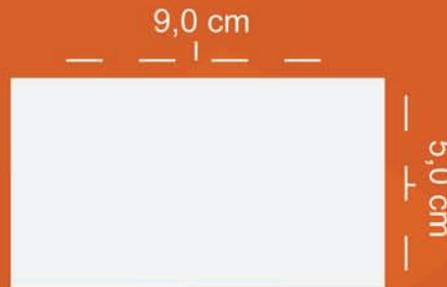
“Exagerar nas cores não é o melhor caminho”



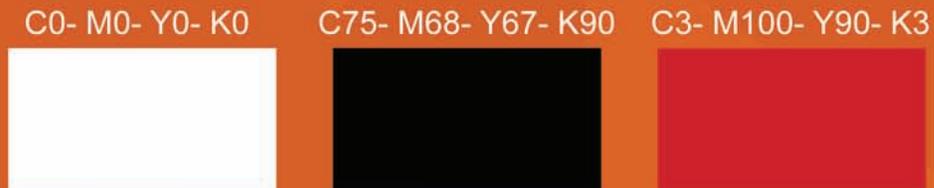
Modelos de formatos

Tamanho e Cores

● **Tamanho Padrão**



● **Cores mais utilizadas**



• Tipos de acabamentos

Uma boa estratégia para destacar o seu material de divulgação dos demais é investir em acabamentos diferenciados. Além de ficar esteticamente mais bonito, o recurso proporciona mais durabilidade. A maioria das gráficas trabalham com três tipos, são eles: verniz localizado, verniz total e laminação fosca. Porém, o localizado não é indicado por ter em sua composição um produto tóxico e agressivo ao meio ambiente.



“Invista em acabamentos diferenciados”



Laminação fosca: a laminação fosca oferece acabamento nobre e duradouro, mesmo com a frequência de uso. Por ser impermeável, o acabamento protege contra os efeitos do sol, sujeira, poeira e líquidos. A técnica também pode ser utilizada em outros tipos de materiais de divulgação.



“O acabamento protege contra efeitos do sol”



Sobre

a Eskenazi

A Loja Gráfica Eskenazi (www.lojagraficaeskenazi.com.br) é uma Gráfica Online ou, se usarmos o termos mais conhecido internacionalmente, uma gráfica Web-to-Print. Isso significa que todo o processo de encomenda de produtos gráficos pode ser feito através de nosso site.

Com uma expertise de mais de 50 anos no mercado de impressão convencional sob demanda, a Loja Gráfica lançou em 2013 o seu e-commerce para produtos gráficos.

Em um mercado onde microempresas (empreendedores) e profissionais técnicos (designers, publicitários e criativos em geral) no Brasil tem pouco acesso a produtos impressos de divulgação em função do alto custo, a Loja Gráfica Eskenazi surgiu com o objetivo de quebrar o paradigma no mercado de serviços gráficos, oferecendo pequenos volumes a preços realmente acessíveis.

Referências

- Cinco Ferramentas de Criação – Parte 1 de 5 – Benchmarking: Disponível em: <http://chocoladesign.com/cinco-ferramentas-de-criacao-benchmarking>
- 10 dicas para um cartão de visitas eficiente: Disponível em: <http://www.administradores.com.br/noticias/carreira/10-dicas-para-um-cartao-de-visitas-eficiente/74197/>
- As 7 fontes mais utilizadas por profissionais no design gráfico: Disponível em: <http://efetividade.net/2008/10/as-7-fontes-mais-utilizadas-por-profissionais-no-design-grafico.html>
- KOTLER, Philip, Administração de Marketing Criando o valor para os clientes. São Paulo. Prentice Hall, W2000



contato@lojagraficaeskenazi.com.br
www.lojagraficaeskenazi.com.br

