

ID ESSENTIAL

VISUAL CONCEPT

NOME DO CLIENTE

**Bem-vindo ao
nosso novo
capítulo**

Quem é a **Nome** **do cliente?**

Resumo sobre o cliente
Resumo sobre o cliente
Resumo sobre o cliente
Resumo sobre o cliente
Resumo sobre o cliente

Atributo importante 01
Atributo importante 02
Atributo importante 03

Aqui você vai escrever um overview sobre quem é o cliente. Aqui você vai escrever um overview sobre quem é o cliente. Aqui você vai escrever um overview sobre quem é o cliente. Aqui você vai escrever um overview sobre quem é o cliente. Aqui você vai escrever um overview sobre quem é o cliente. Aqui você vai escrever um overview sobre quem é o cliente.

Aqui você vai escrever um overview sobre quem é o cliente. Aqui você vai escrever um overview sobre quem é o cliente. Aqui você vai escrever um overview sobre quem é o cliente.

Aqui você vai escrever um overview sobre quem é o cliente. Aqui você vai escrever um overview sobre quem é o cliente.

Direcionamento do projeto

Missão

Digite a missão
Digite a missão
Digite a missão
Digite a missão
Digite a missão
Digite a missão

Visão

Digite a visão
Digite a visão
Digite a visão
Digite a visão
Digite a visão
Digite a visão

Valores

Digite valores
Digite valores
Digite valores
Digite valores
Digite valores

Golden
circle

O que fazemos

Digite o que a empresa faz
Digite o que a empresa faz
Digite o que a empresa faz
Digite o que a empresa faz

Como fazemos

Digite como a empresa faz
Digite como a empresa faz
Digite como a empresa faz
Digite como a empresa faz
Digite como a empresa faz

Por que fazemos

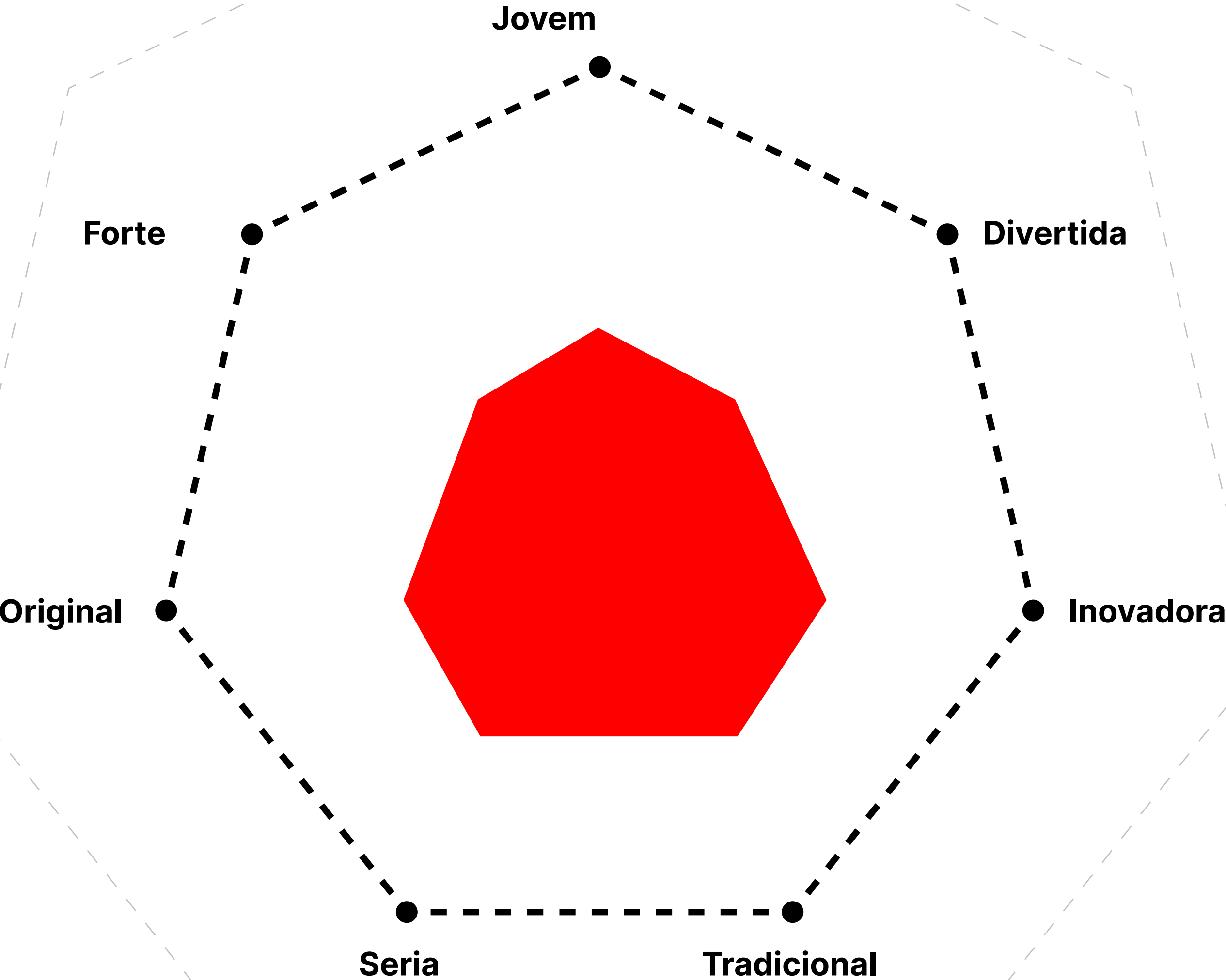
Digite o porque a empresa faz
Digite o porque a empresa faz
Digite o porque a empresa faz
Digite o porque a empresa faz
Digite o porque a empresa faz

Análise da concorrência

Em um momento digital tão competitivo, buscamos nos inserir de forma 100% assertiva. Entendemos que um projeto de Branding e posicionamento de marca faz a percepção de confiabilidade e valorização do cliente final.



Personalidade de mercado



Público-alvo

Fale sobre o público-alvo da marca
Fale sobre o público-alvo da marca
Fale sobre o público-alvo da marca
Fale sobre o público-alvo da marca
Fale sobre o público-alvo da marca
Fale sobre o público-alvo da marca
Fale sobre o público-alvo da marca
Fale sobre o público-alvo da marca
Fale sobre o público-alvo da marca
Fale sobre o público-alvo da marca
Fale sobre o público-alvo da marca



Pontos de contato com o público-alvo

É importante que uma marca seja planejada para se adequar a todos os pontos de contato com o público-alvo. Isso influencia as decisões gráficas que serão tomadas e toda a elasticidade da marca necessária para apoiar esses objetivos.

Off-line

- Ponto de contato 01
- Ponto de contato 02
- Ponto de contato 03
- Ponto de contato 04
- Ponto de contato 05
- Ponto de contato 06

On-line

- Ponto de contato 01
- Ponto de contato 02
- Ponto de contato 03
- Ponto de contato 04
- Ponto de contato 05
- Ponto de contato 06

Atribuições de percepção

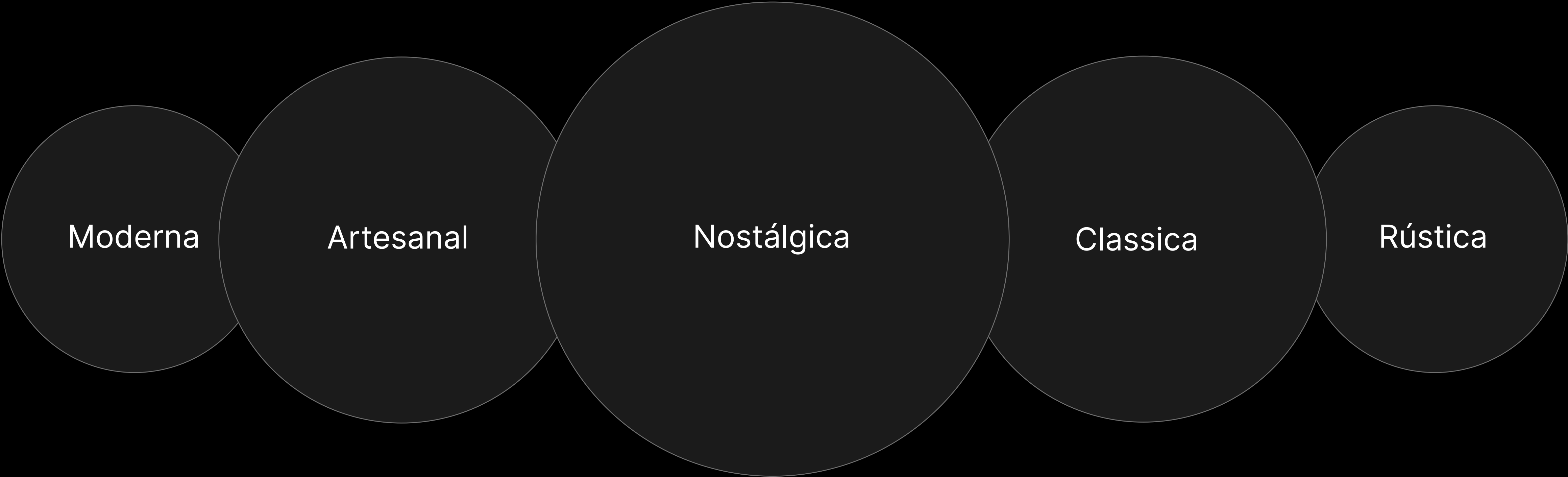
Em resumo, trata-se de como seu público vê sua marca.

Atributos são as características com as quais a marca deseja ser reconhecida por seu público. São sua personalidade, linguagem e aparência em todos os pontos de contato.

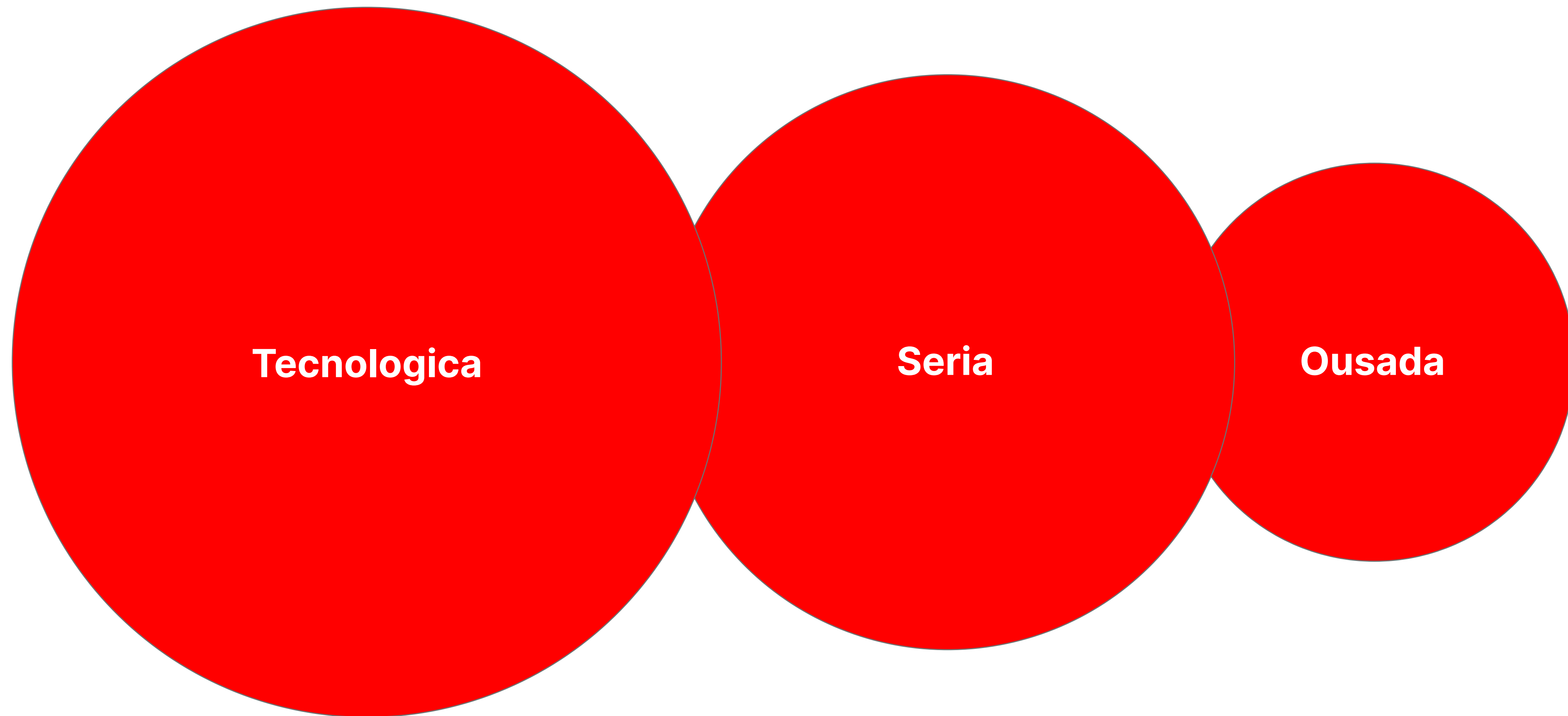
A seguir, um gráfico que mostra os atributos da marca.

Os atributos em tamanho maior são considerados os mais relevantes para a marca, enquanto os atributos em tamanho menor são os menos relevantes, mas ainda assim relevantes para a marca.

Percepção desejada da marca



Percepção **NÃO** desejada da marca



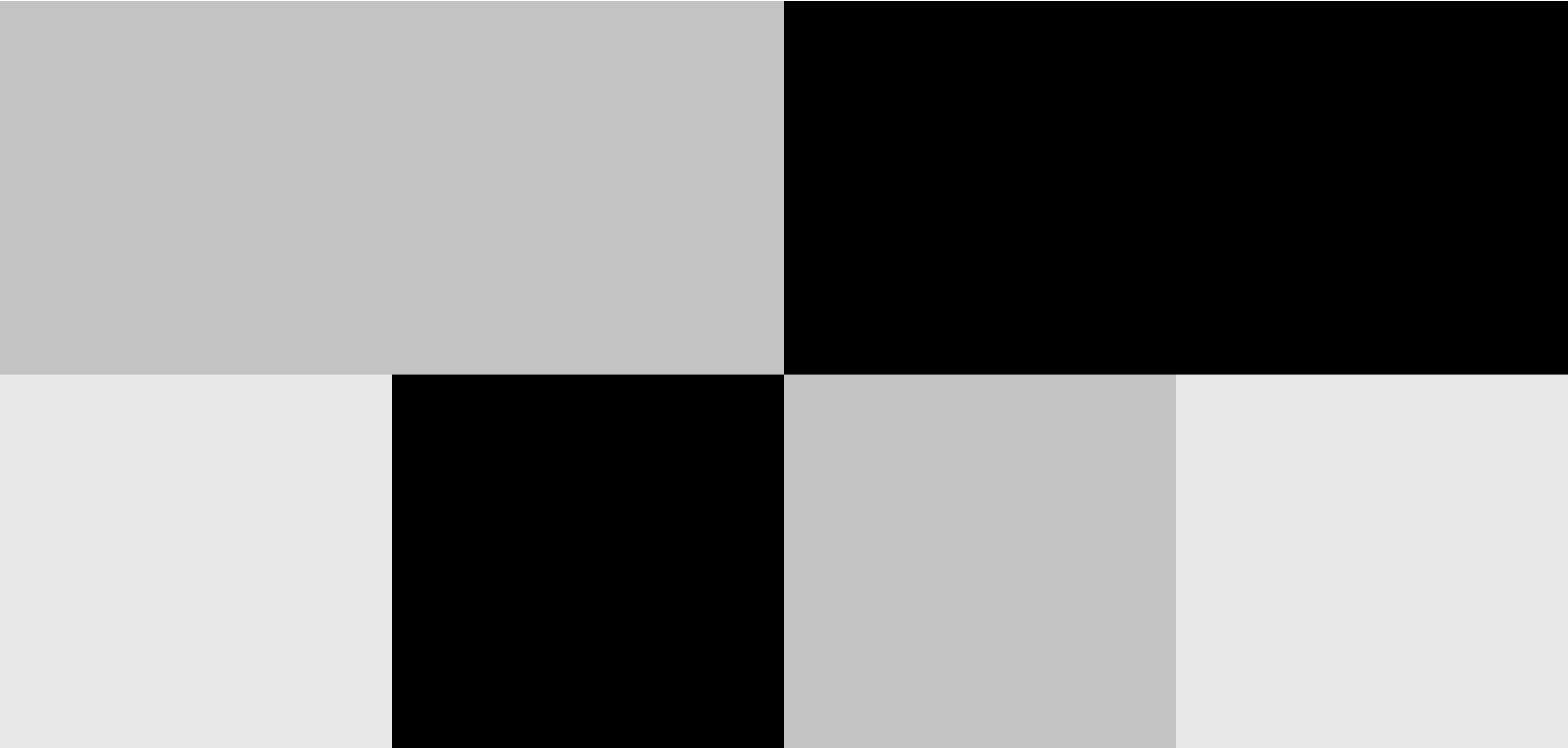
Mood Board

Com base nas informações que foram analisadas em todo o processo de briefing, especialmente o público-alvo e os atributos de percepção, foi feito um moodboard, onde reunimos informações que traduzem o universo gráfico a ser trabalhado para a marca.

É uma forma de mostrar o “mood”, que em inglês significa humor ou sentimento, de um projeto, ação, campanha, produto, persona ou marca.

Painel conceitual

Com base nas informações que foram analisadas em todo o processo de briefing, especialmente o público-alvo e os atributos de percepção.



Conceito do projeto

Conceito do projeto

Para a criação desse projeto, foram tomadas inúmeras decisões gráficas e conceituais que possibilitaram um universo rico, verdadeiro e poderoso para a marca.

Nos próximos slides, compartilharemos informações técnicas, insights e conceitos para sua melhor compreensão.

NARRATIVA 01

NARRATIVA 02

NARRATIVA 03

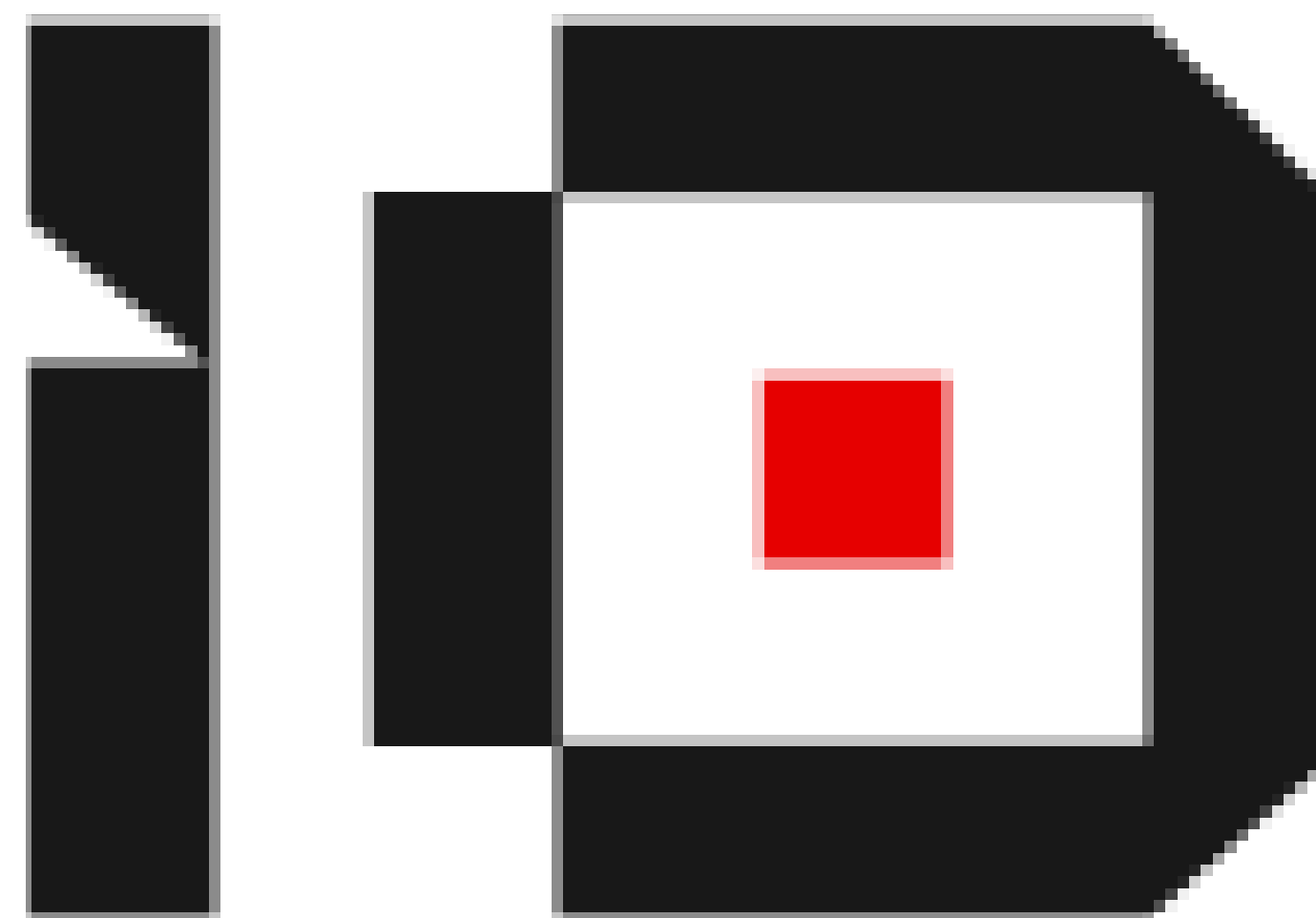
NARRATIVA 04

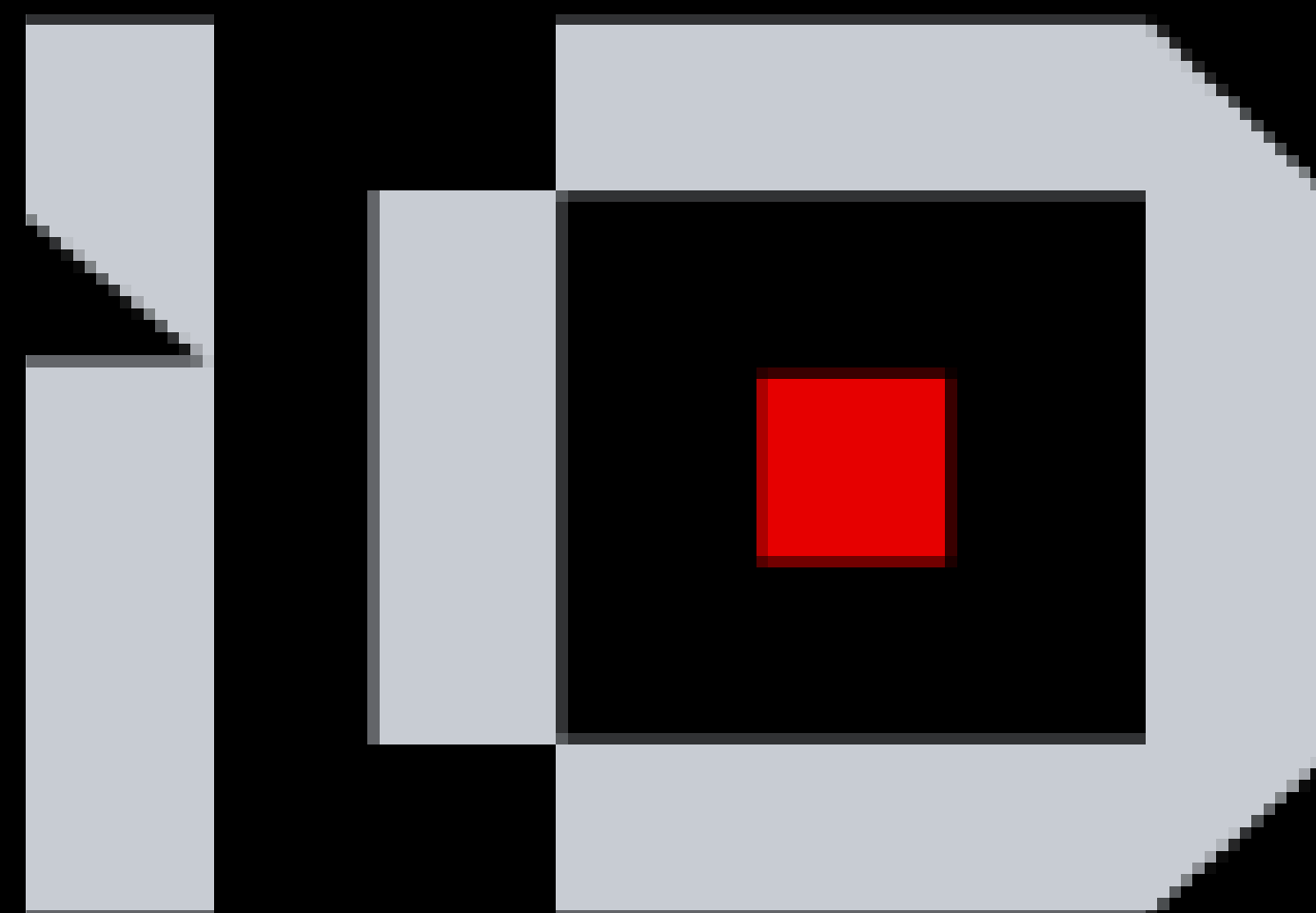
NARRATIVA 05

MOTIVO DA ESCOLHA

PORQUE

SIGNIFICADO





10 ESSENTIAL

10 ESSENTIAL

10 ESSENTIAL



10 ESSENTIAL

Construção gráfica e conceitual da marca

Construção gráfica e conceitual da marca

Para a criação desse projeto, foram tomadas inúmeras decisões gráficas e conceituais que possibilitaram um universo rico, verdadeiro e poderoso para a marca.

Nos próximos slides, compartilharemos informações técnicas, insights e conceitos para sua melhor compreensão.

Logo

Defenda a escolha dos elementos no logotipo

Defenda a escolha dos elementos no logotipo

Defenda a escolha dos elementos no logotipo

Defenda a escolha dos elementos no logotipo

Defenda a escolha dos elementos no logotipo

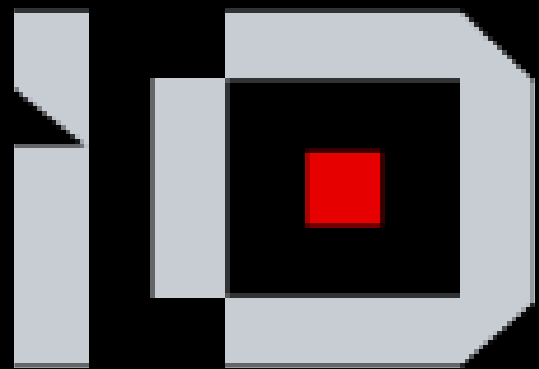
Defenda a escolha dos elementos no logotipo

Defenda a escolha dos elementos no logotipo

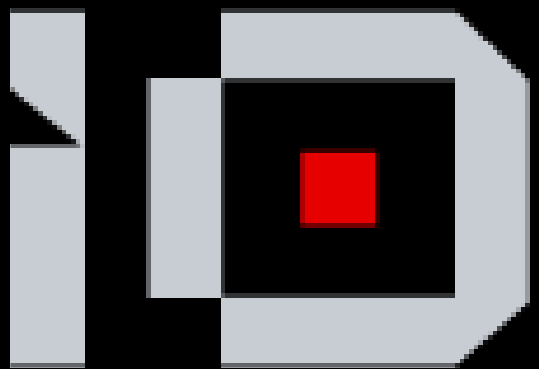
Defenda a escolha dos elementos no logotipo

Símbolo

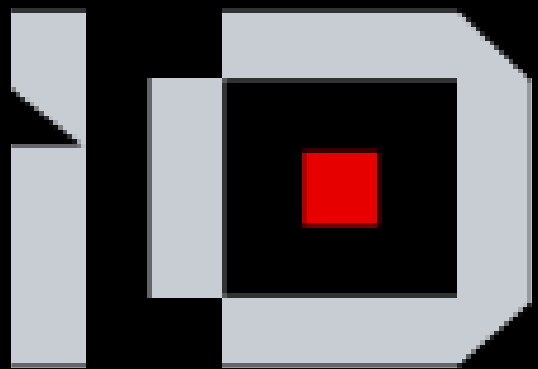
Não criamos um símbolo para parecer óbvio e sim funcional, exclusivo, que transmita todas as sensações que idealizamos. Moderno, Rebelde e sofisticado. O detalhamento que fizemos aqui, é para mostrar a razão para a construção do símbolo.



IDENTIDADE



OLHO
VISUAL



ID

10 ESSENTIAL

Variações do logotipo

As variações podem ser usadas em casos mais específicos, como selos, adesivos, presentes em geral, bordados etc.



IO ESSENTIAL

Principal



Reduction

Tipografia

Defenda a escolha da tipografia

Defenda a escolha da tipografia

Defenda a escolha da tipografia

Defenda a escolha da tipografia

Defenda a escolha da tipografia

Defenda a escolha da tipografia

Defenda a escolha da tipografia

Defenda a escolha da tipografia

Tipografia de apoio

A escolha da tipografia “Tanker” como a principal para a Colombian Food foi uma decisão deliberada que se alinha perfeitamente com nossa busca por uma identidade marcante e autêntica. A “Tanker” tem uma semelhança visual com a escrita usada na Colômbia, o que reforça a nossa conexão com a cultura colombiana e contribui para a autenticidade da marca.

Tanker

Pesos

TANKER

Overview

BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

123456789

!@#\$%^&*[]?

ABCD123

Tipografia de apoio

A escolha da fonte “MR. Dafoe” como nossa fonte de apoio foi uma decisão estratégica que acrescenta uma dimensão artesanal e uma personalidade única à marca Colombian Food. Essa fonte se assemelha a uma caligrafia manual, transmitindo um toque de autenticidade e habilidade em nossos materiais gráficos, especialmente em peças conceituais.

Mr Dafoe

Pesos

Mr Dafoe

Overview

Regular
Bold

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9

! @ # \$ % ^ & * [] ?

aaBb12

Tipografia de apoio

A seleção da fonte “Nunito” para nossos textos longos foi uma escolha estratégica que equilibra funcionalidade e personalidade. Com uma variedade de pesos disponíveis, a “Nunito” oferece excelente legibilidade, garantindo que nossas mensagens sejam facilmente compreendidas por nossos clientes.

NUNITO

Pesos

Regular
Bold

NUNITO

Overview

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1 2 3 4 5 6 7 8 9

! @ # \$ % ^ & * [] ?

AaBb1

Cores

Vermelho: Paixão, energia, apetite

Amarelo: Alegria, Sabor, Calor

Defenda aqui a escolha das cores

Defenda aqui a escolha das cores

Defenda aqui a escolha das cores

Defenda aqui a escolha das cores

Defenda aqui a escolha das cores

Defenda aqui a escolha das cores

Defenda aqui a escolha das cores

Defenda aqui a escolha das cores

Defenda aqui a escolha das cores

Defenda aqui a escolha das cores



Elementos gráficos de apoio

Autenticidade cultural

Proximidade e interação

Versatilidade visual

Memorabilidade

Envolvimento do cliente

Defenda aqui a escolha dos elementos gráficos para compor o universo visual da marca

Defenda aqui a escolha dos elementos gráficos para compor o universo visual da marca

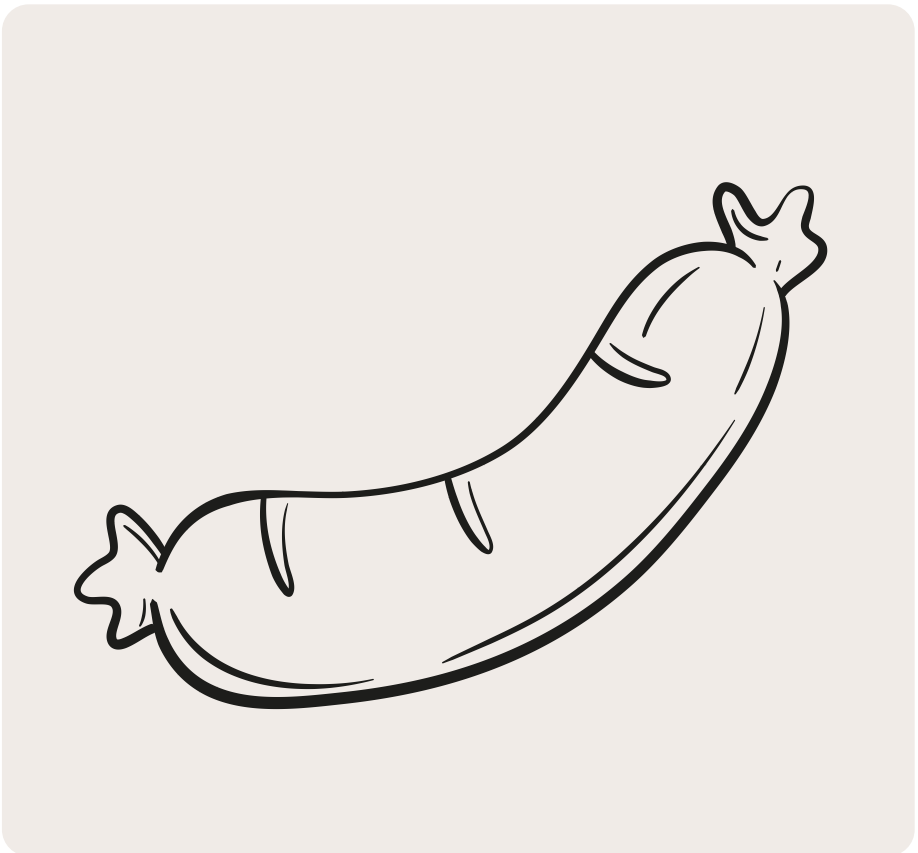
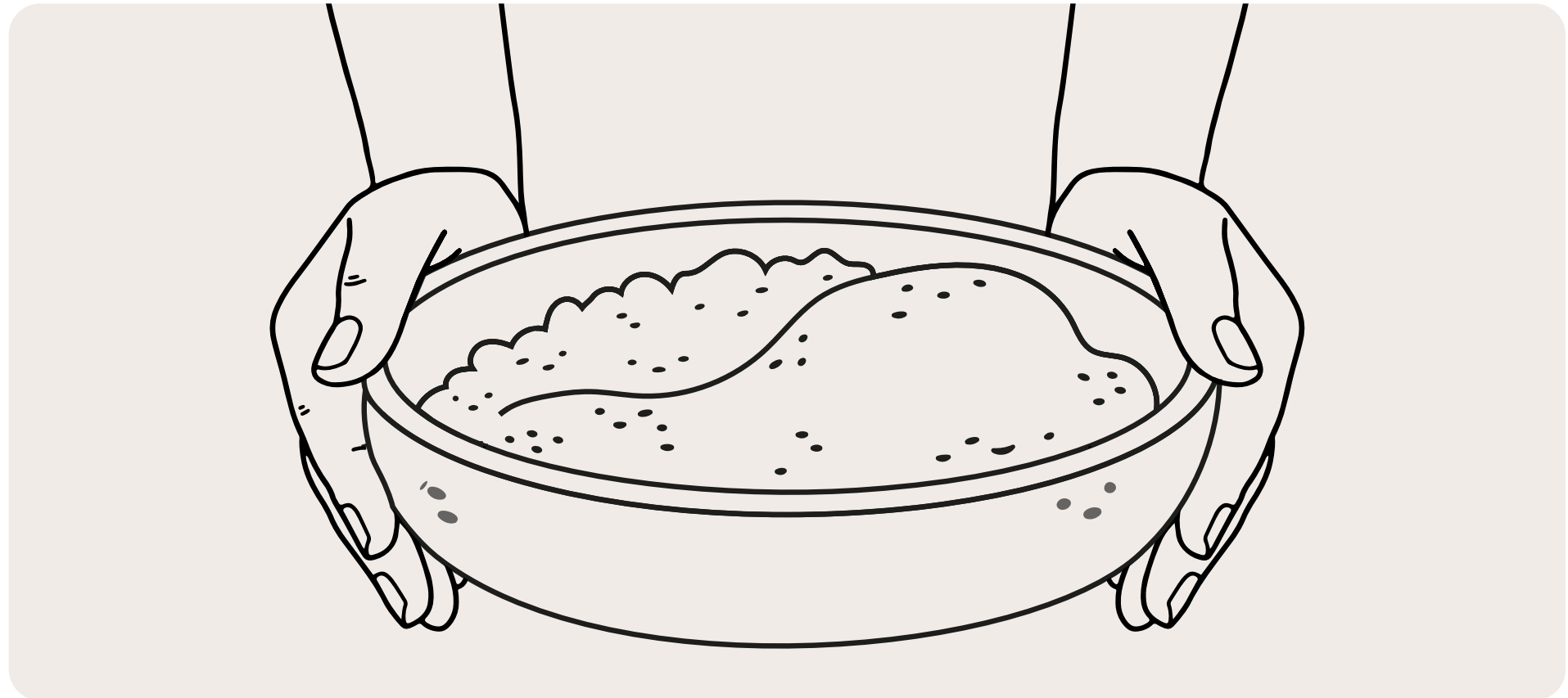
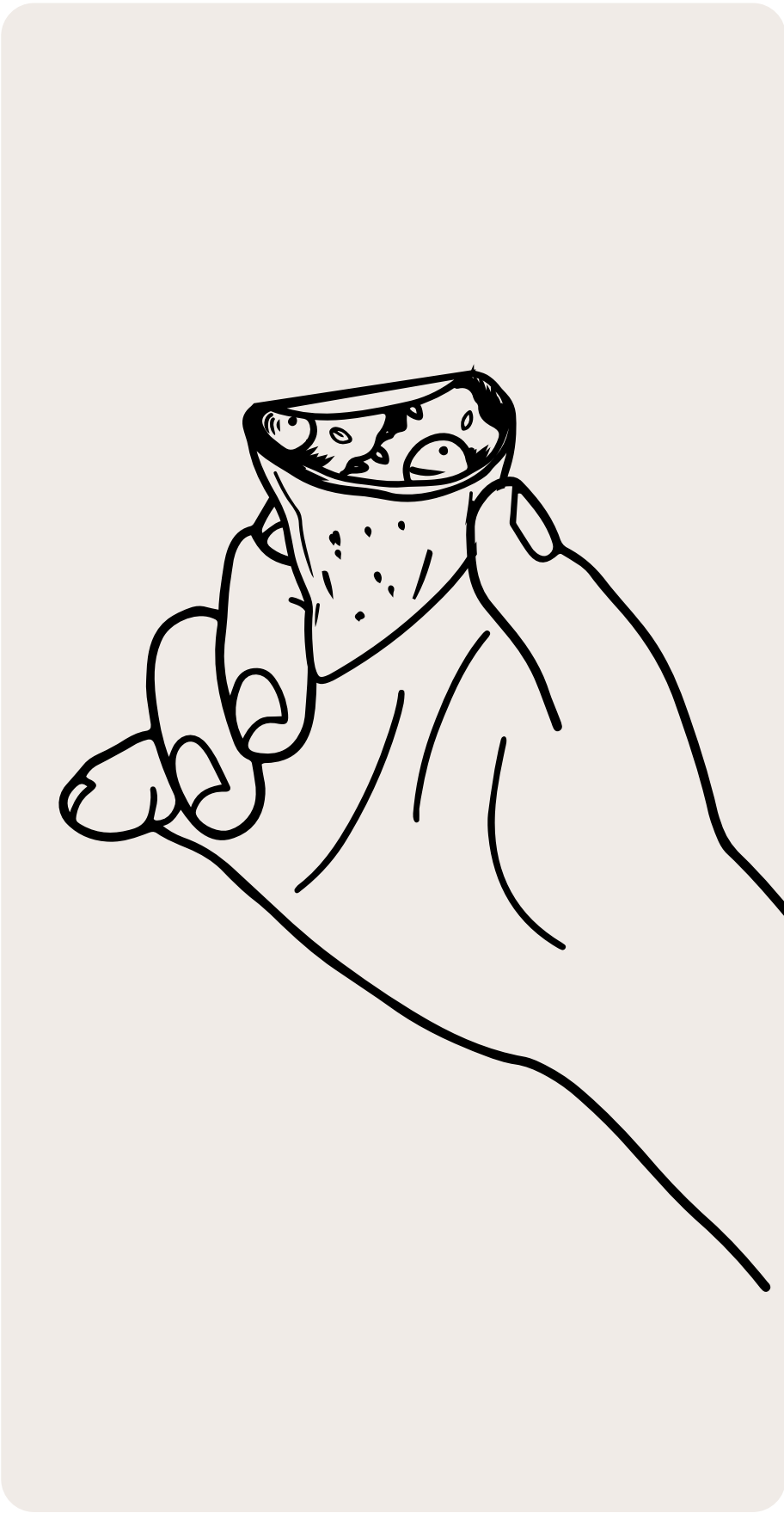
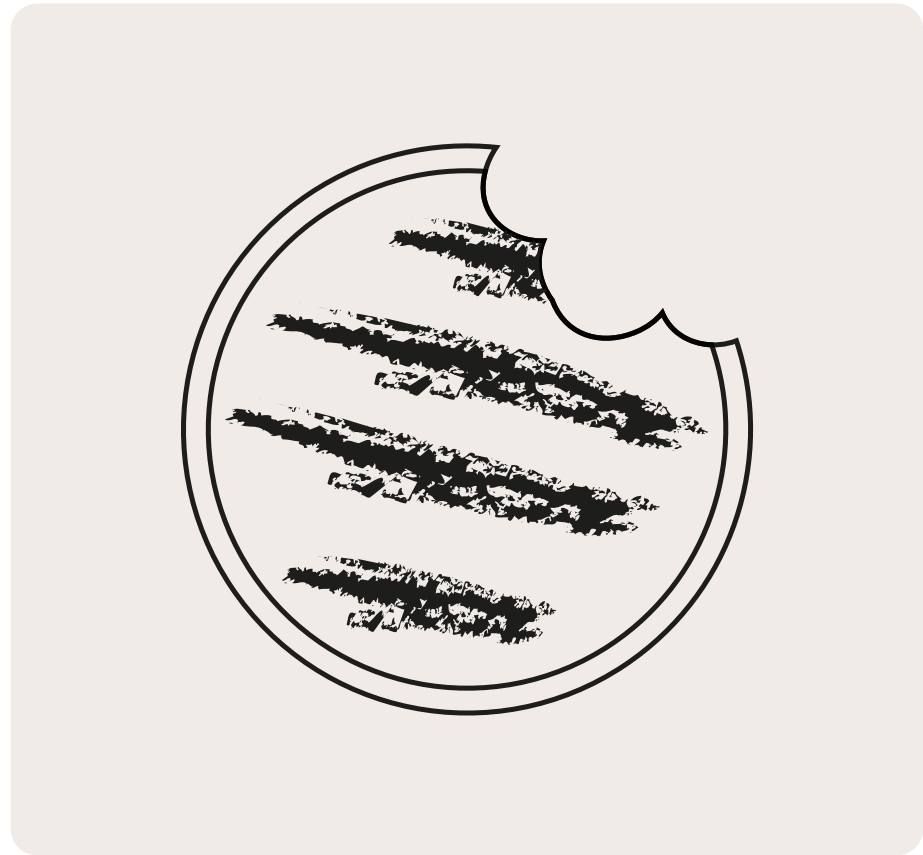
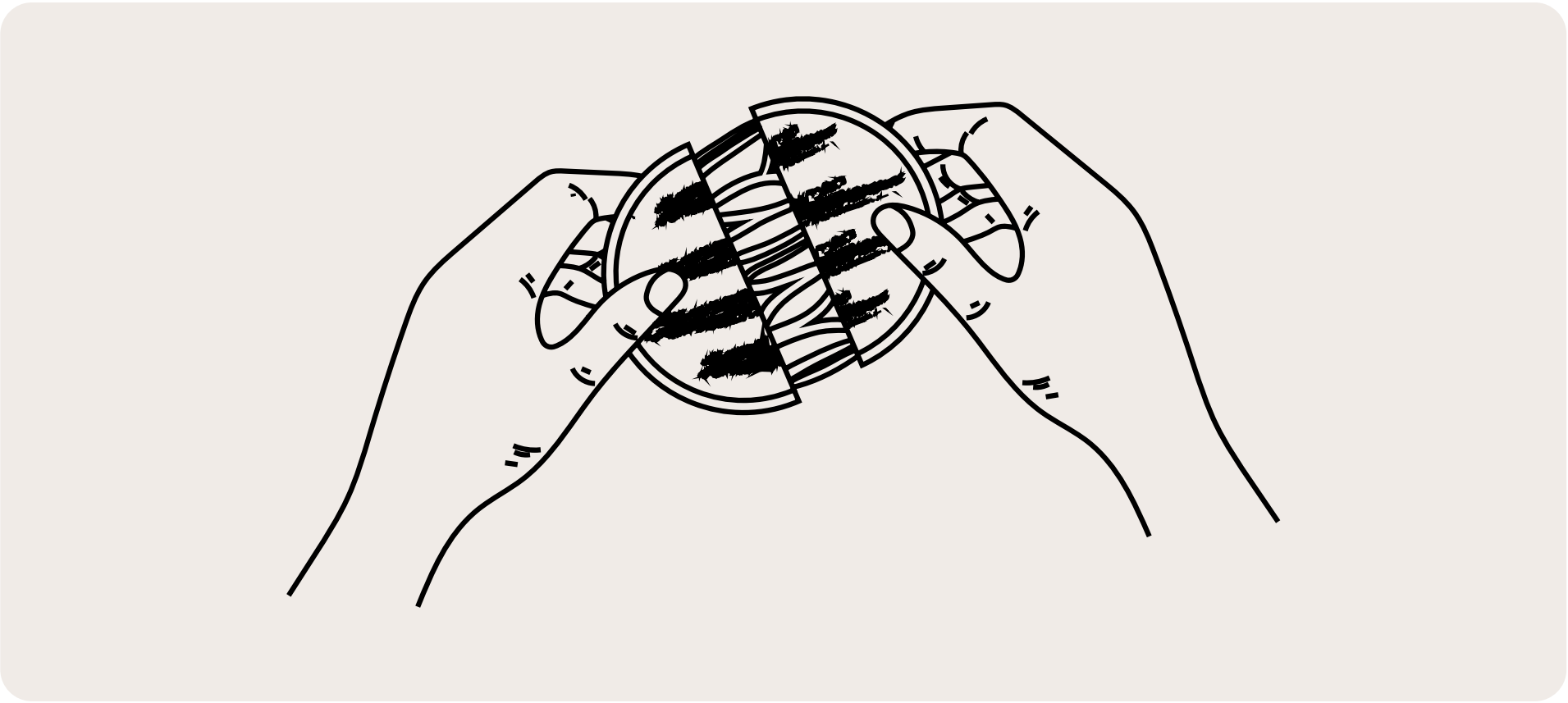
Defenda aqui a escolha dos elementos gráficos para compor o universo visual da marca

Defenda aqui a escolha dos elementos gráficos para compor o universo visual da marca

Defenda aqui a escolha dos elementos gráficos para compor o universo visual da marca

Defenda aqui a escolha dos elementos gráficos para compor o universo visual da marca

Defenda aqui a escolha dos elementos gráficos para

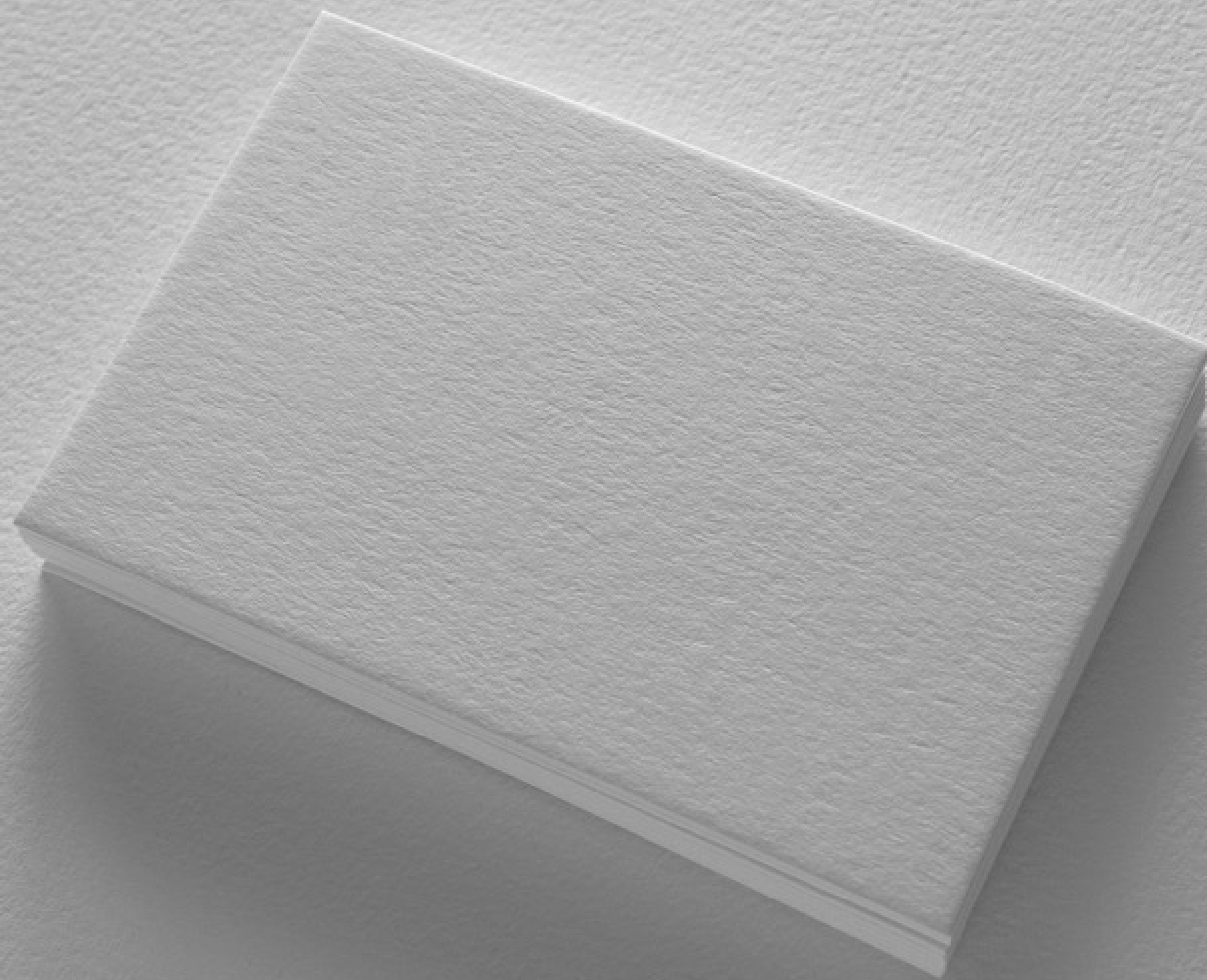


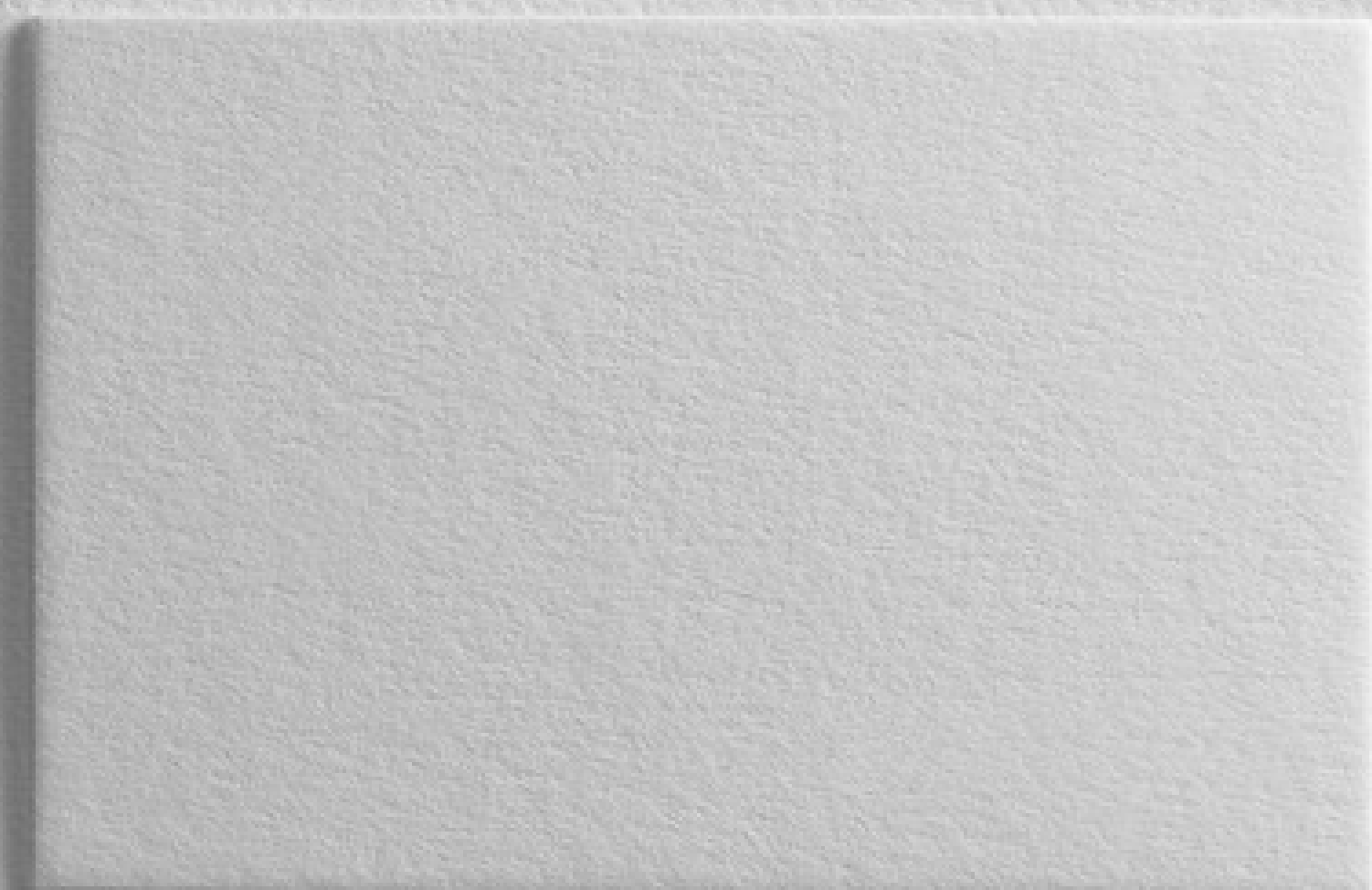
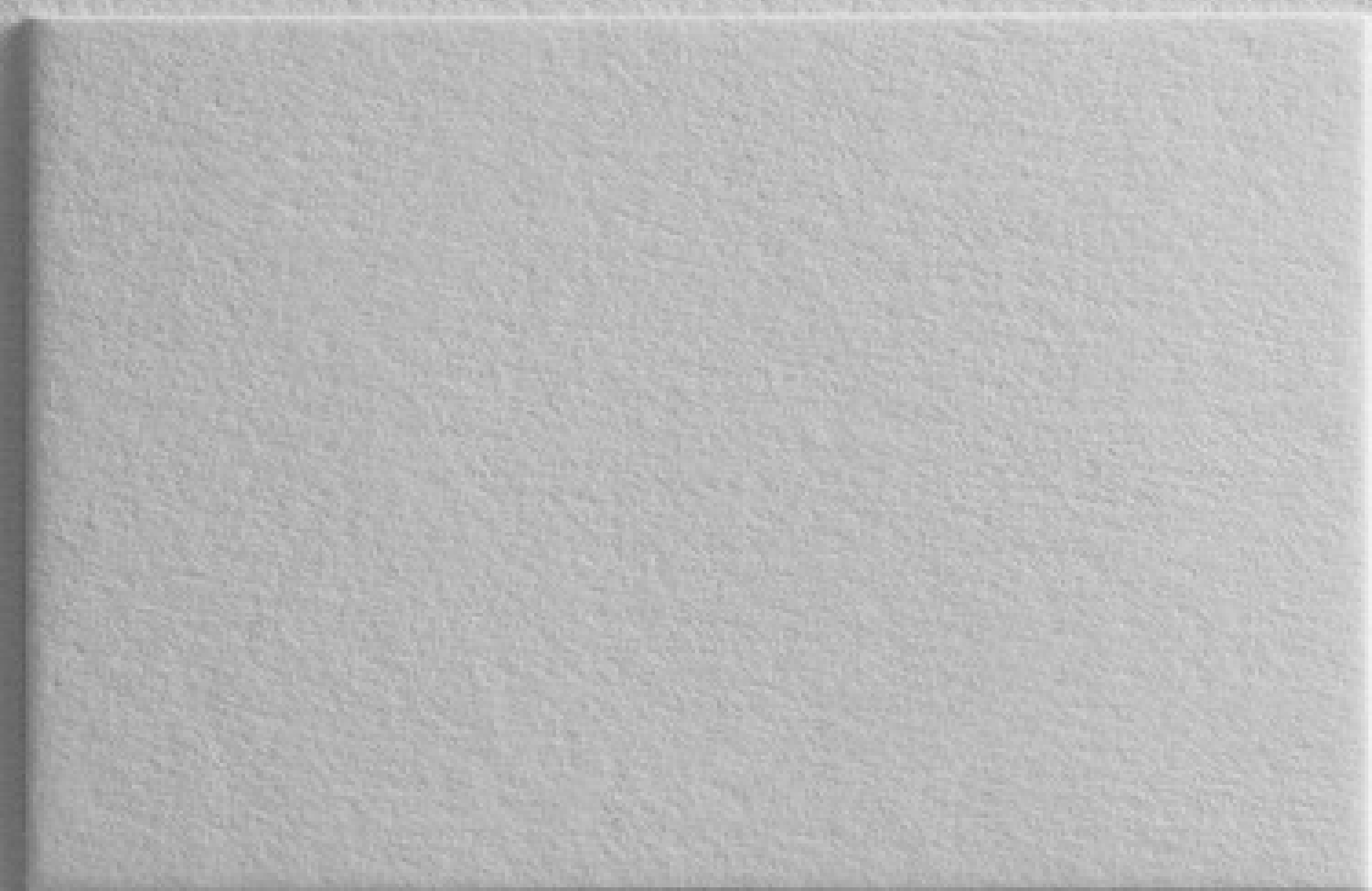
A marca no mundo real

A marca no mundo real

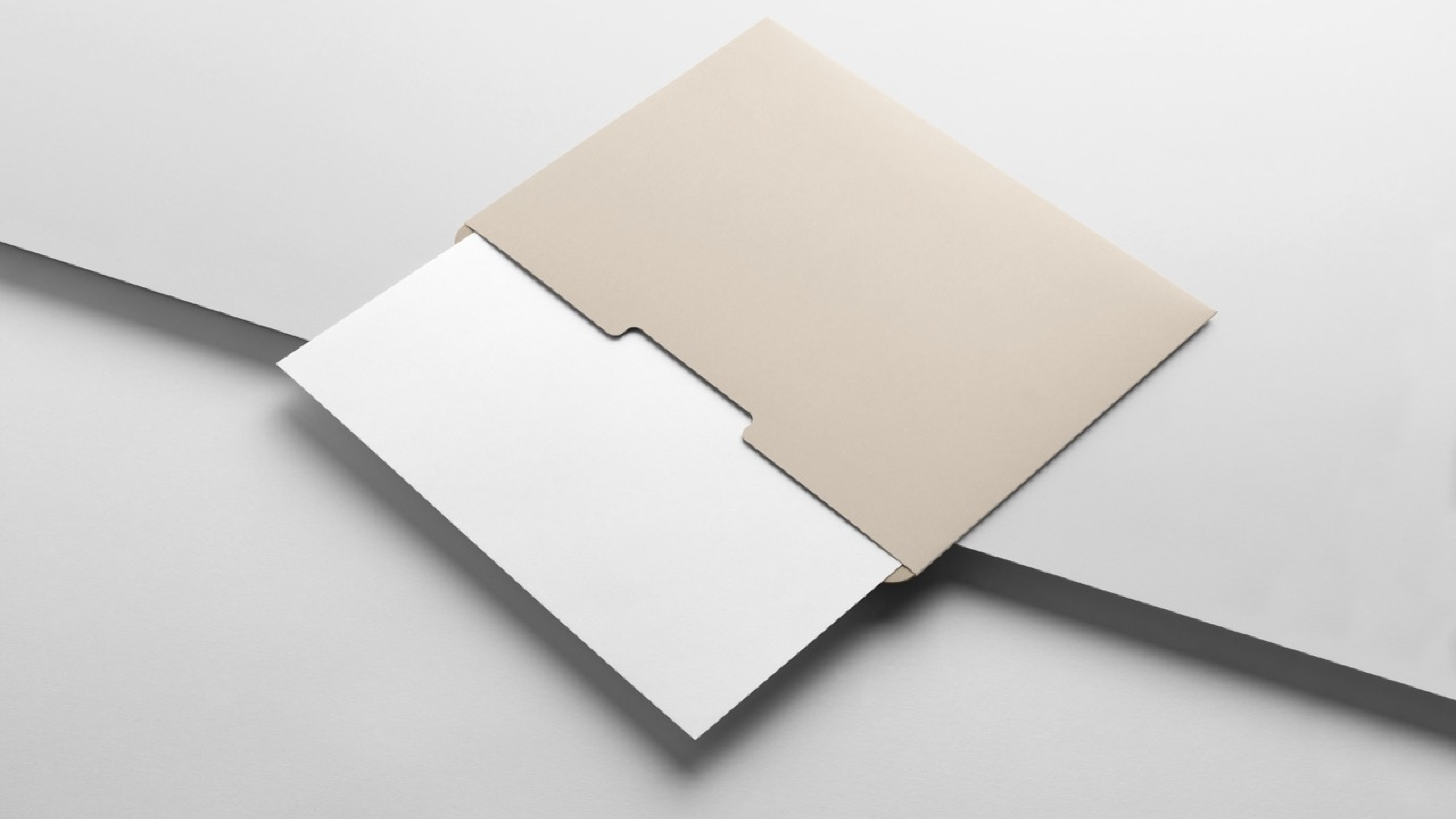
A ideia dos aplicativos é simular a aparência da marca nos produtos. É mostrar como tornar os produtos mais desejáveis para as pessoas. Tornar os produtos mais atraentes aumentará a possibilidade de vendas e, conseqüentemente, trará um retorno positivo para a empresa.

A satisfação do público ao adquirir um produto ou serviço da Scoop on the go é acompanhada de uma experiência diferenciada.

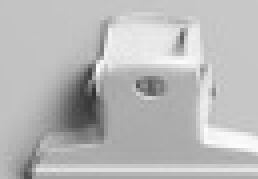
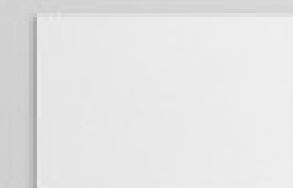
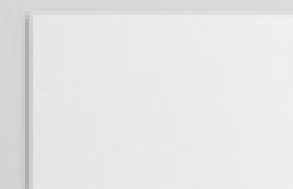
















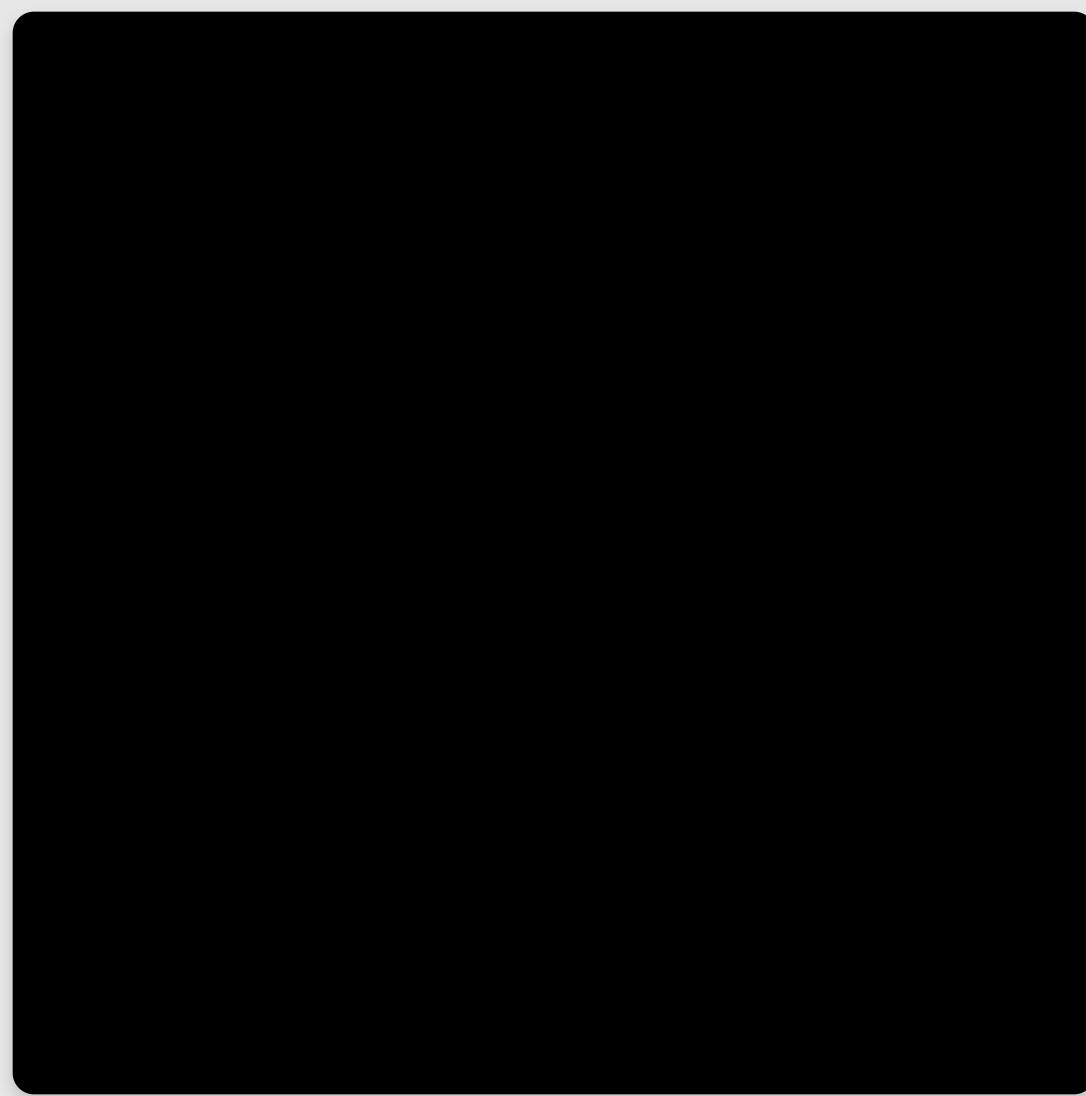
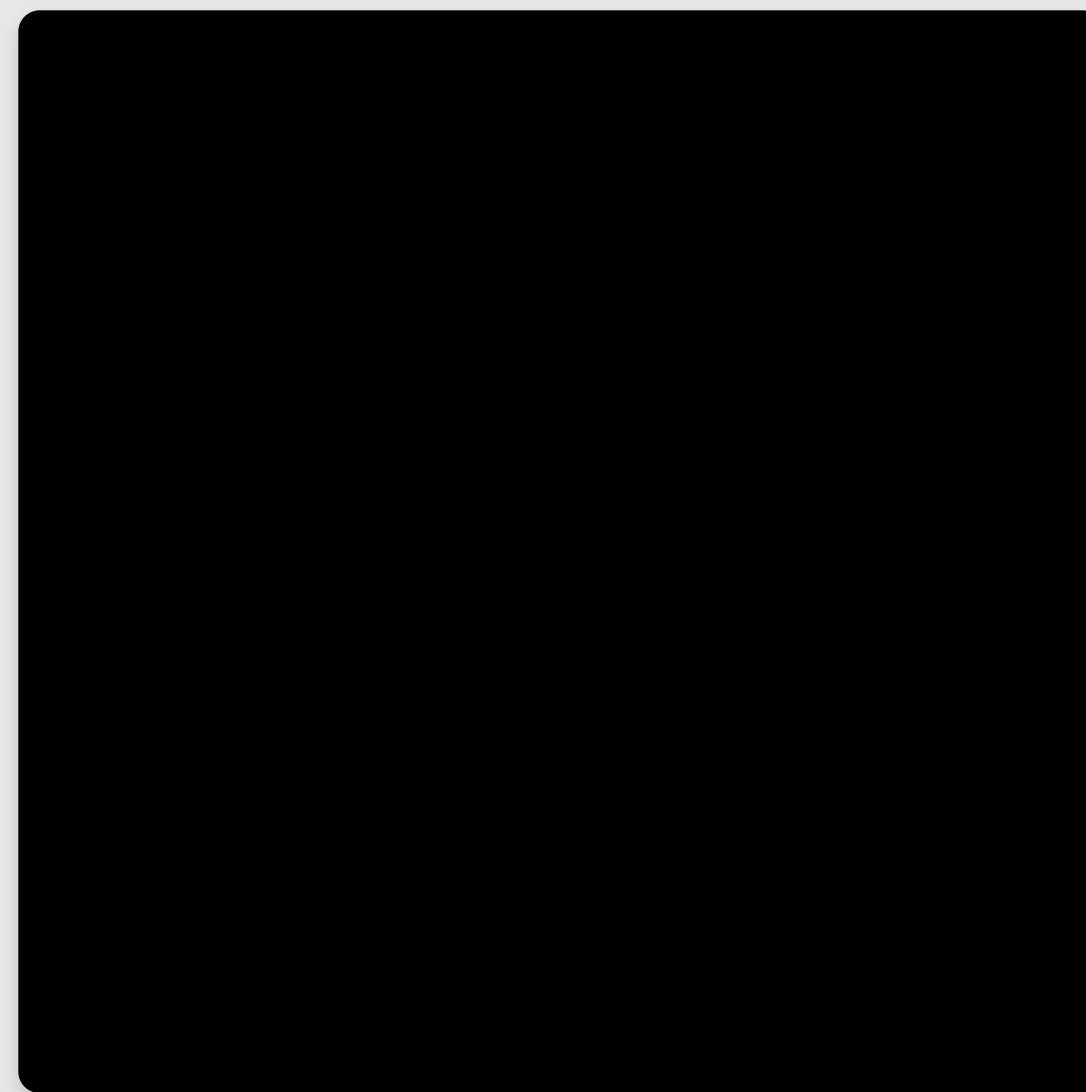
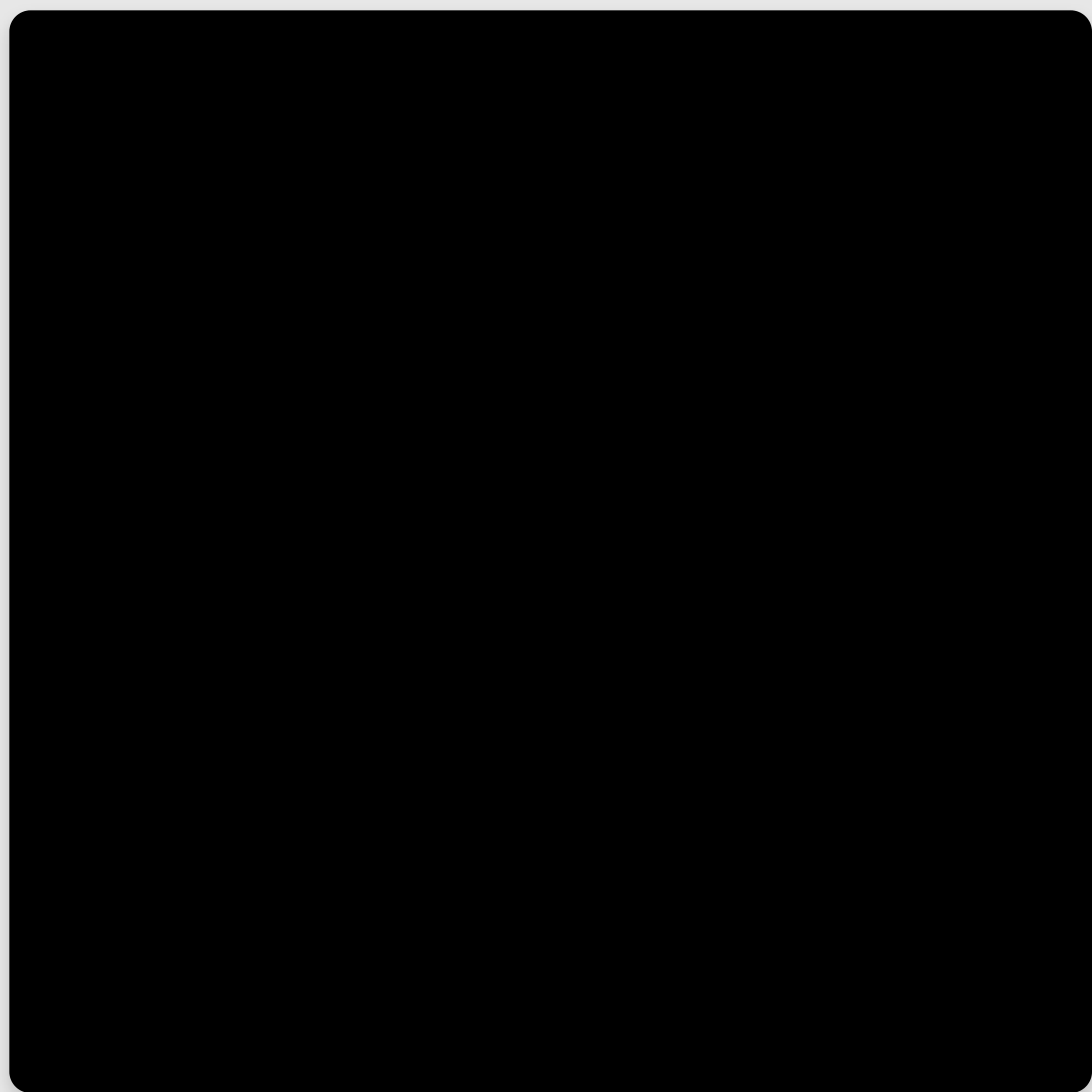


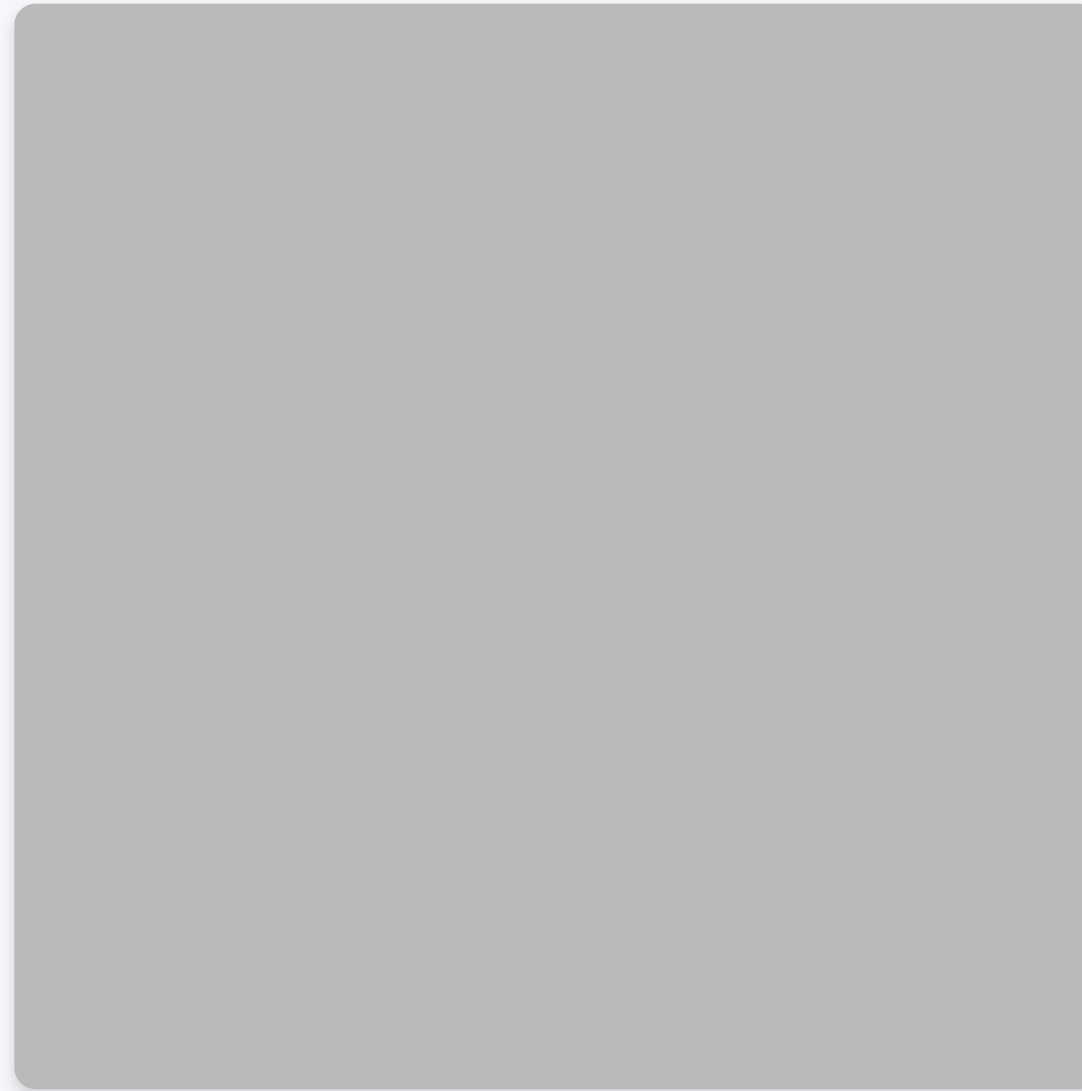
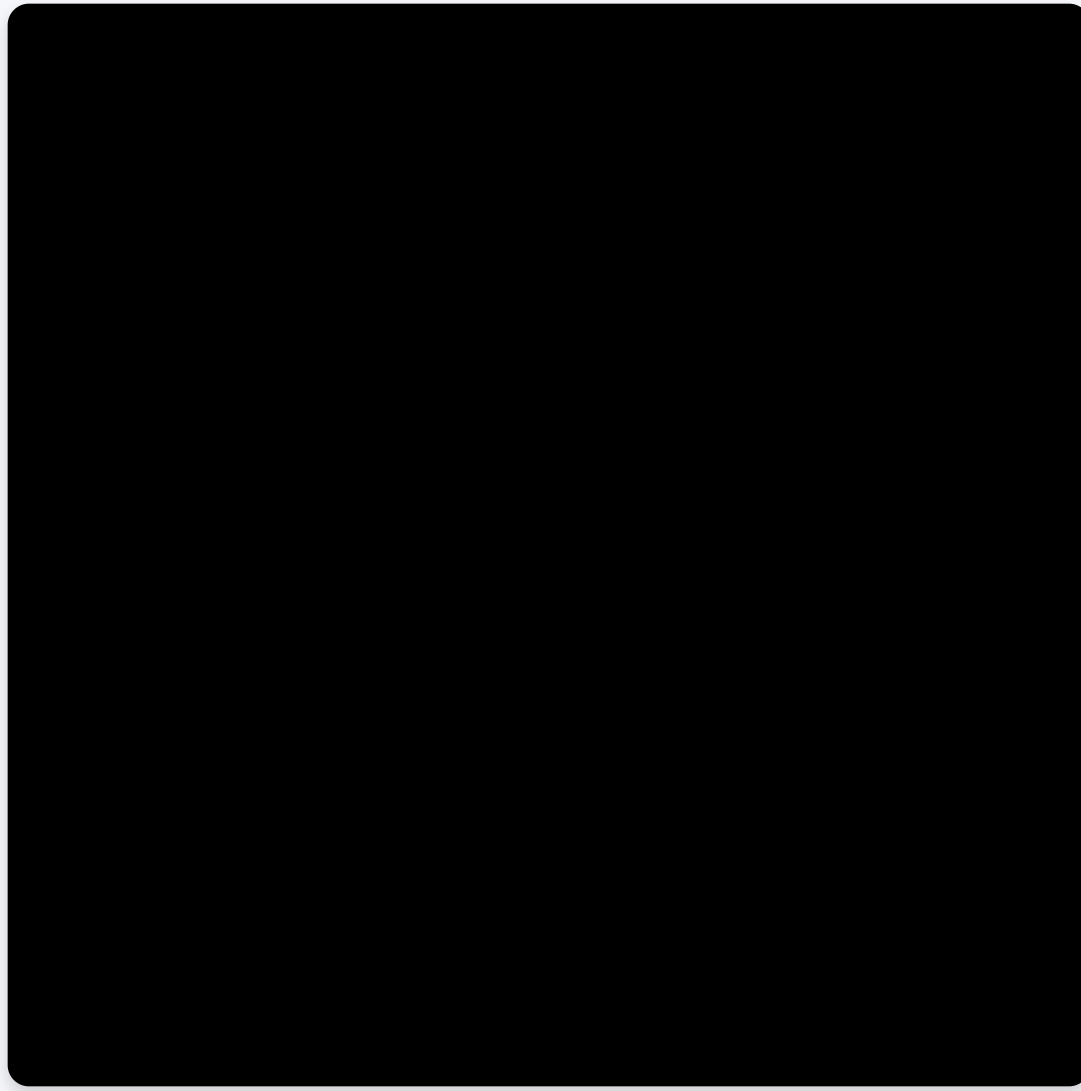
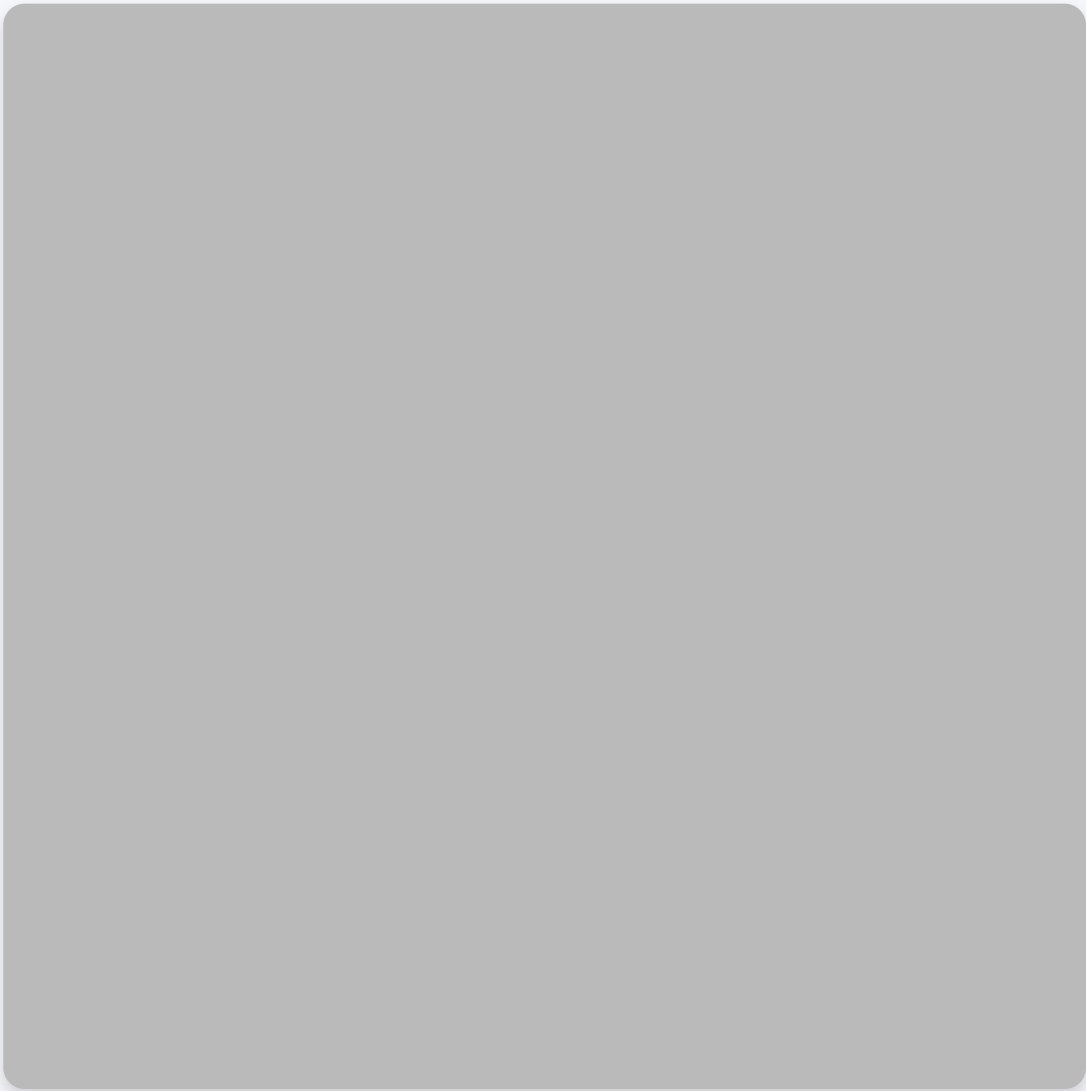
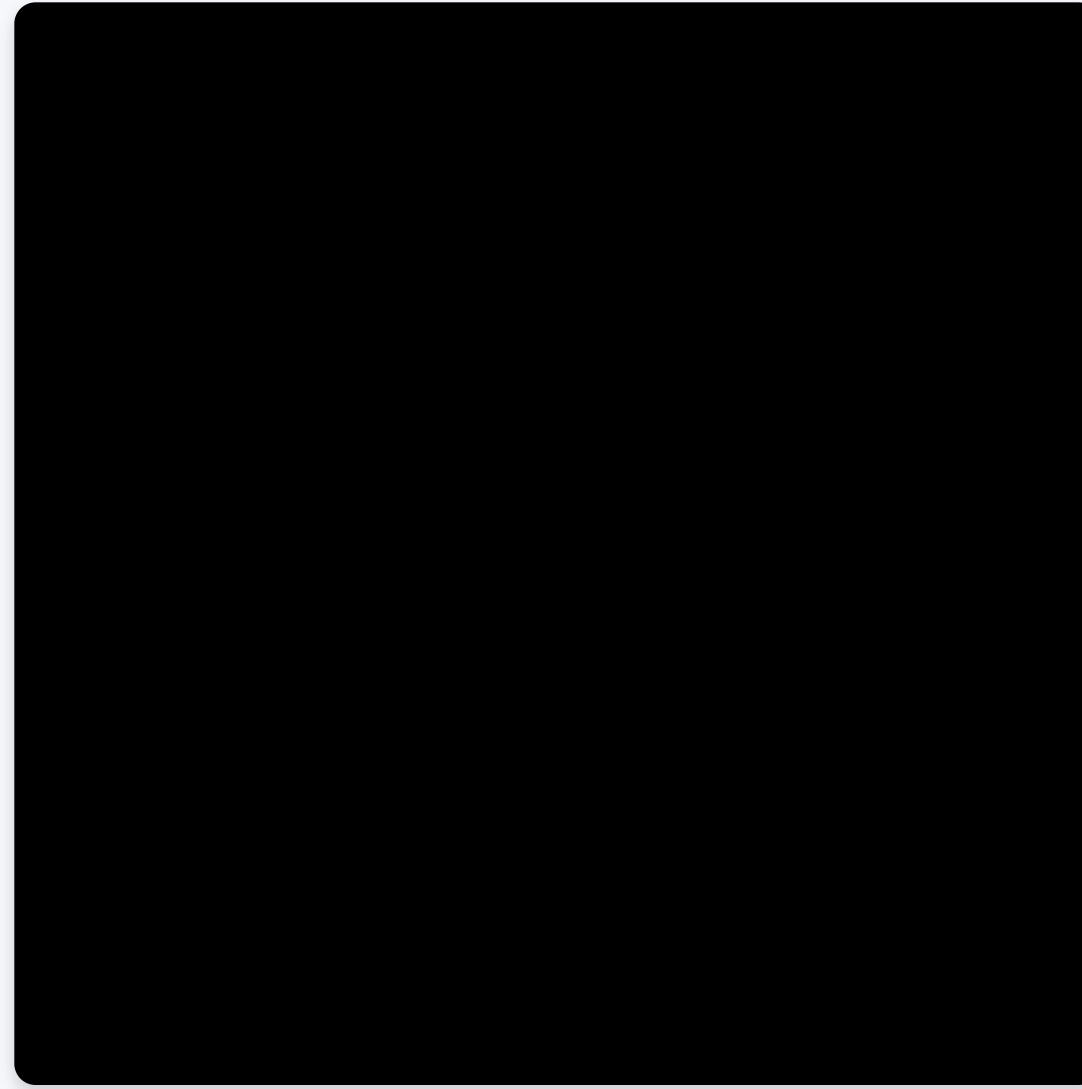
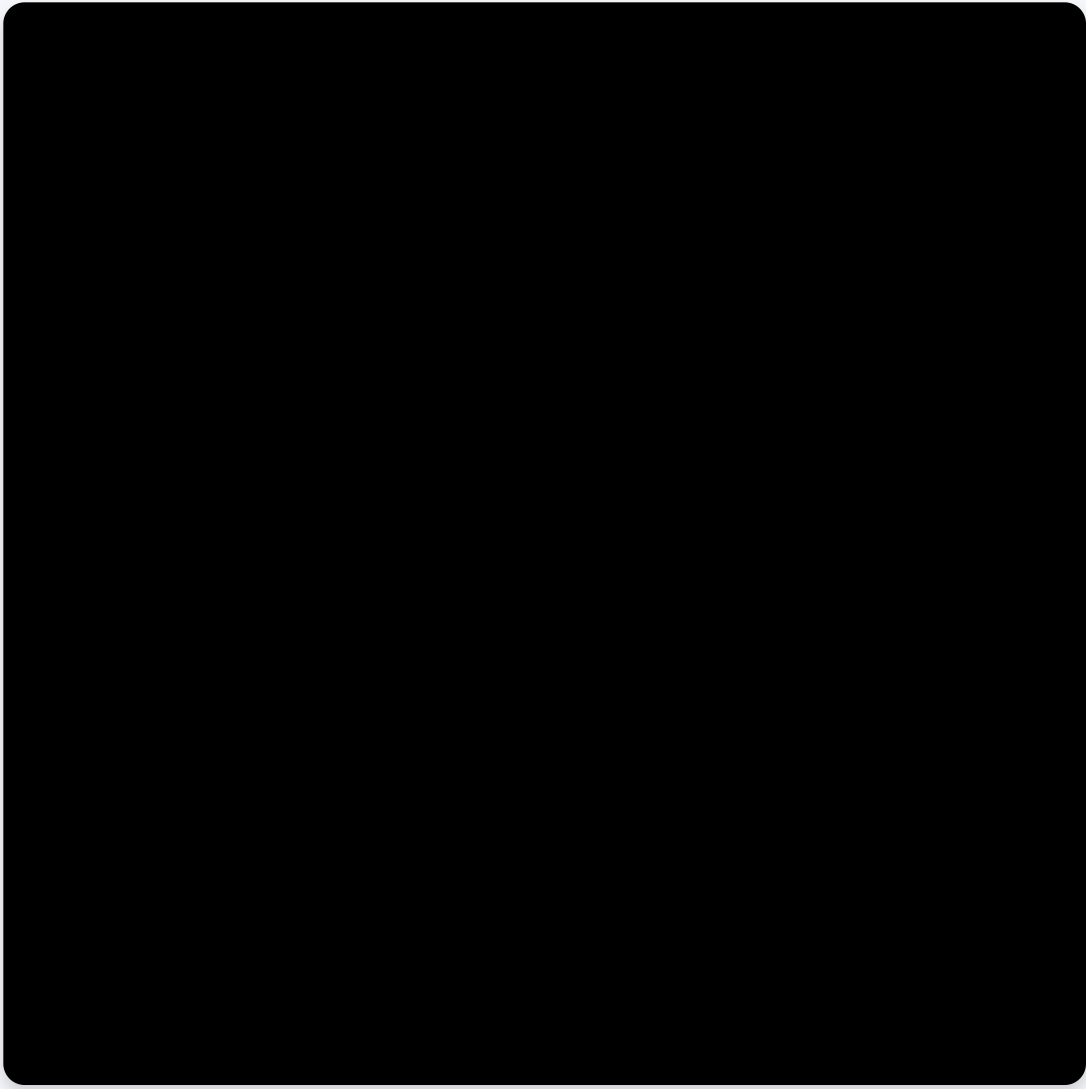


10 ESSENTIAL










A screenshot of a Facebook page header. The background is a solid blue color. On the left, there is a dark blue square representing a profile picture. To its right, the text "Your page" is displayed in white, with "www.domain.com" below it. Further right, there are four buttons: "Like" with a thumbs-up icon, "+ Follow", "Message" with a speech bubble icon, and a three-dot menu icon. At the bottom, a white navigation bar contains the links "Timeline", "About", "Welcome", "Photos", and "More" with a dropdown arrow.

Your page
www.domain.com

 Like

+ Follow

 Message



Timeline

About

Welcome

Photos

More ▾



YouTube ^{BR}

Pesquisar



Início



Em alta



Inscrições



Biblioteca



Histórico



Assistir mais tarde



Vídeos marcados...



2560 x 1440



INÍCIO

VÍDEOS

PLAYLISTS

COMUNIDADE

CANAIS

SOBRE

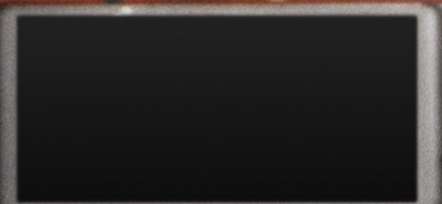


INSCRITO









metro







Obrigado