

BRANDING & IDENTIDADE VISUAL

AGENDA

◆ manual de marca

guia traz todas as informações básicas de padronização, orientações e inspirações da marca

◆ estrutura básica

mesmo diferentes, o manual deve conter ativos de marca afim de garantir a correta aplicação

◆ evolução do manual de marca

os manuais digitais promovem um mergulho digital na essência da marca

manual de marca

RECAP



mini guide

design

versão com diretrizes técnicas para aplicação e implementação mais urgente da marca



guide

design + redação

versão mais completa com as utilizações, peças e tom de voz



brandbook

design + estratégia

versão completa com a parte estratégica e sistema de marca mais maduro

RECAP



mini guide

design

versão com diretrizes técnicas para aplicação e implementação mais urgente da marca



guide

design + redação

versão mais completa com as utilizações, peças e tom de voz



brandbook

design + estratégia

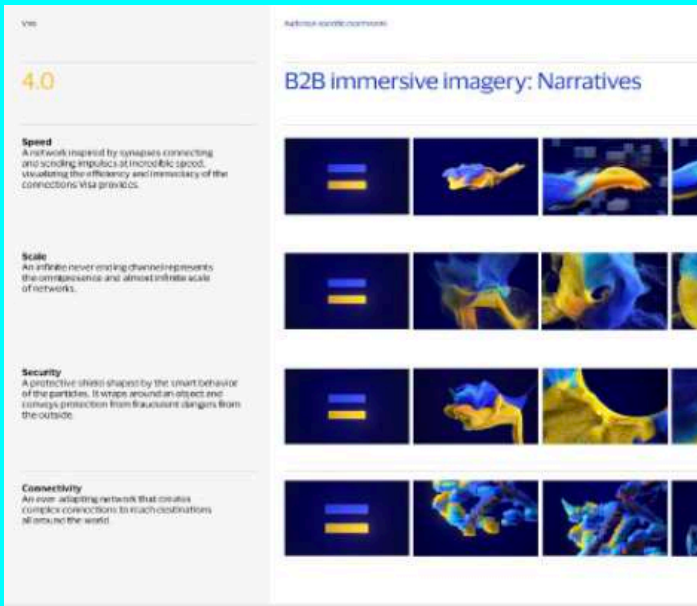
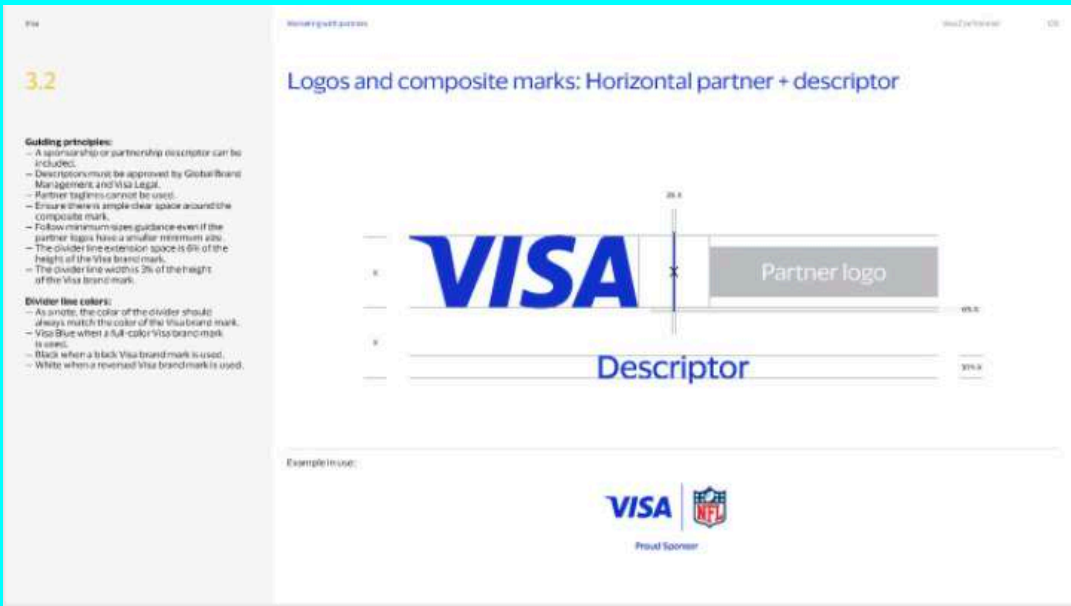
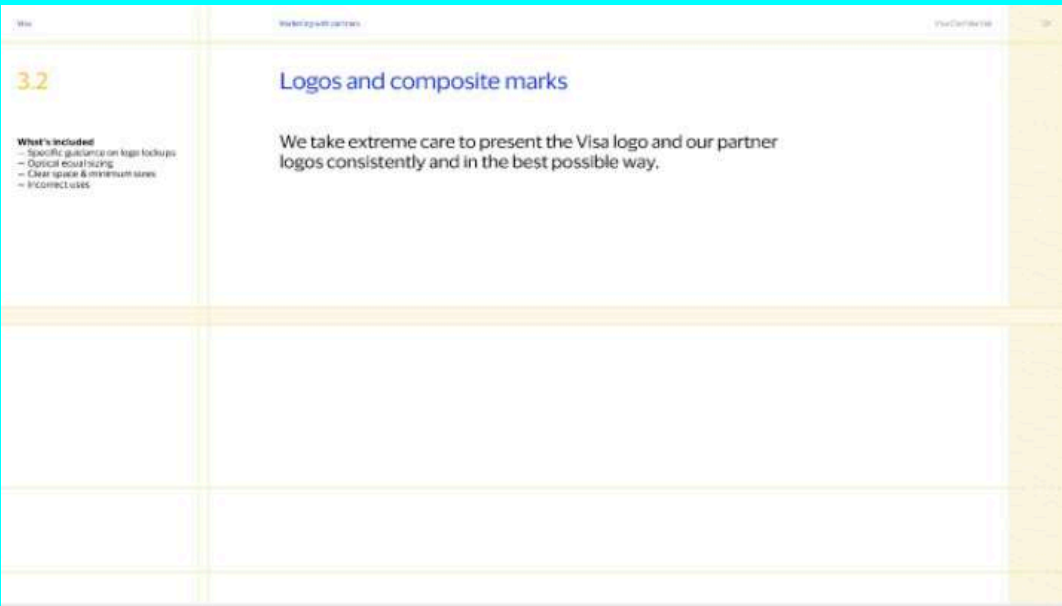
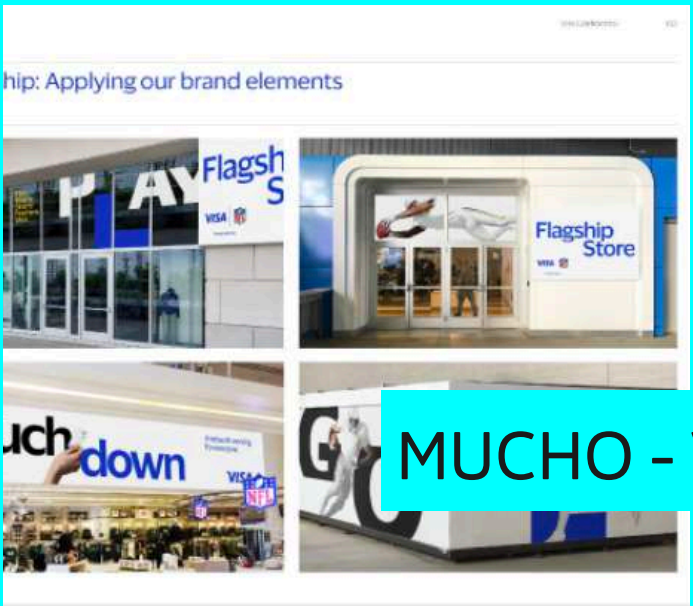
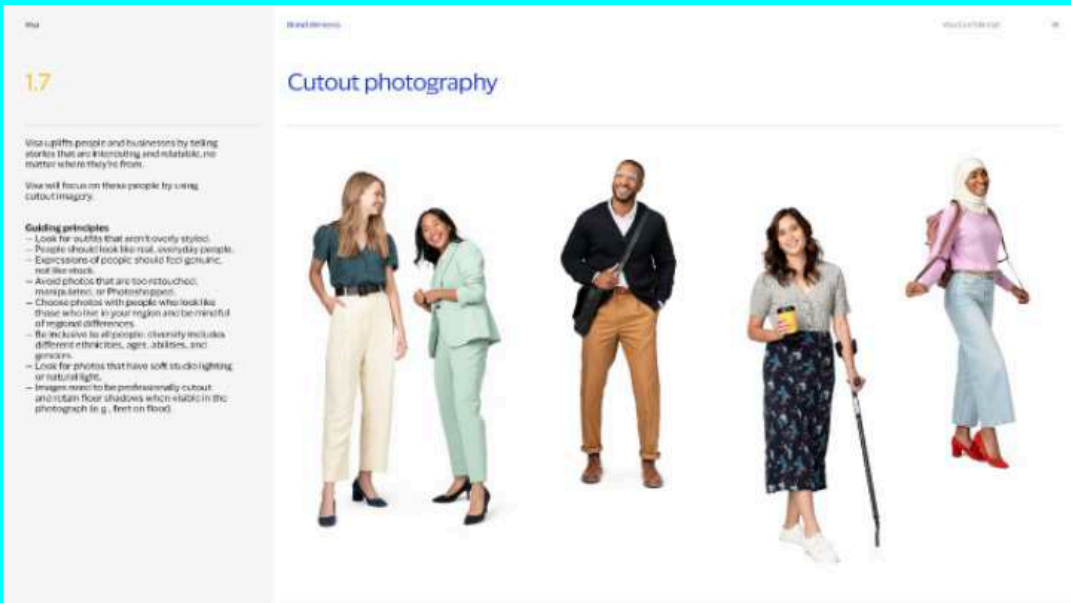
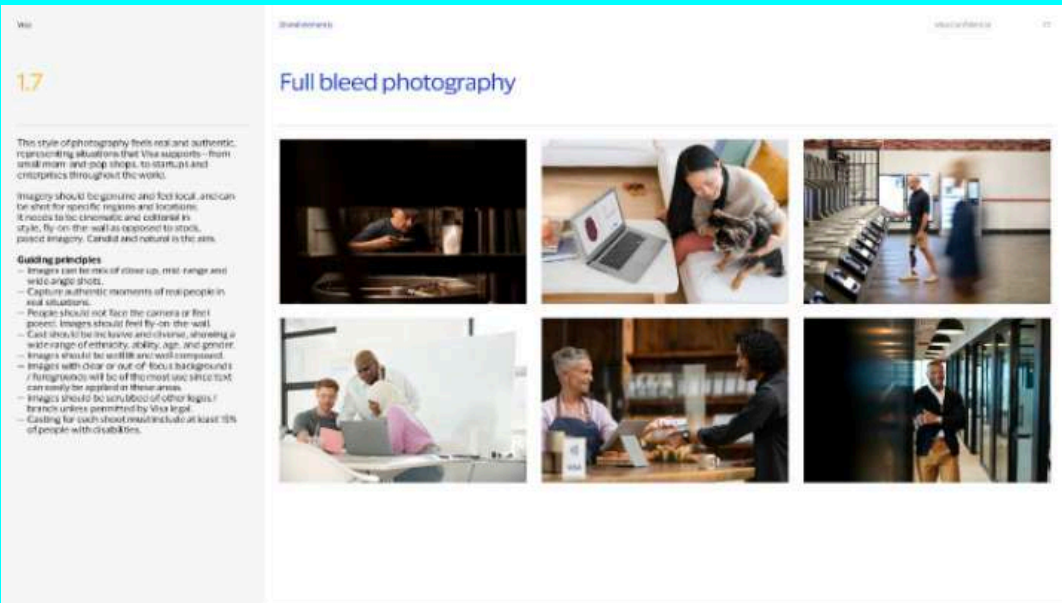
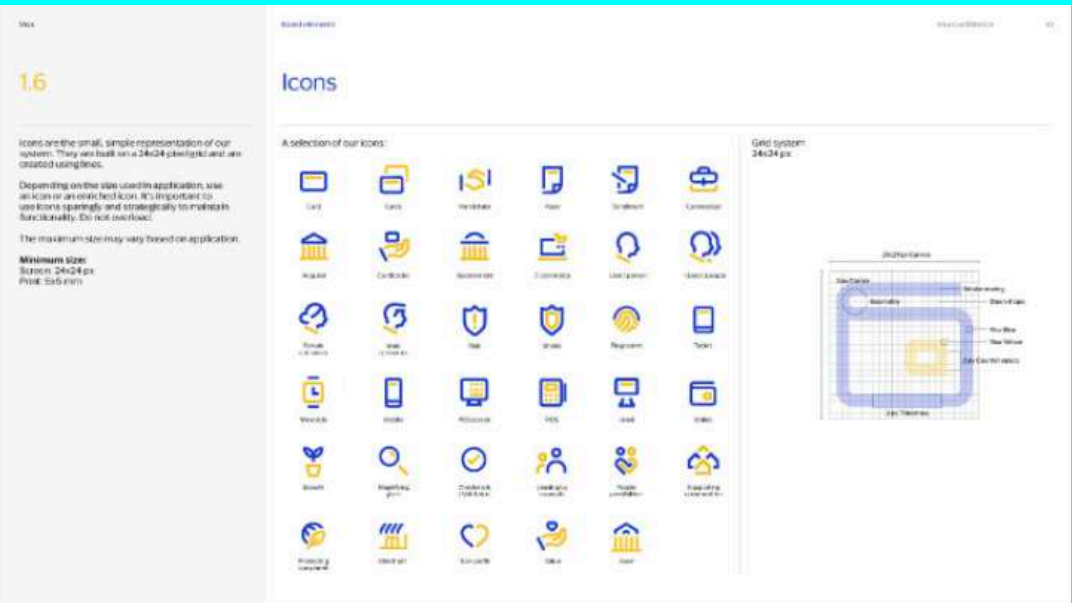
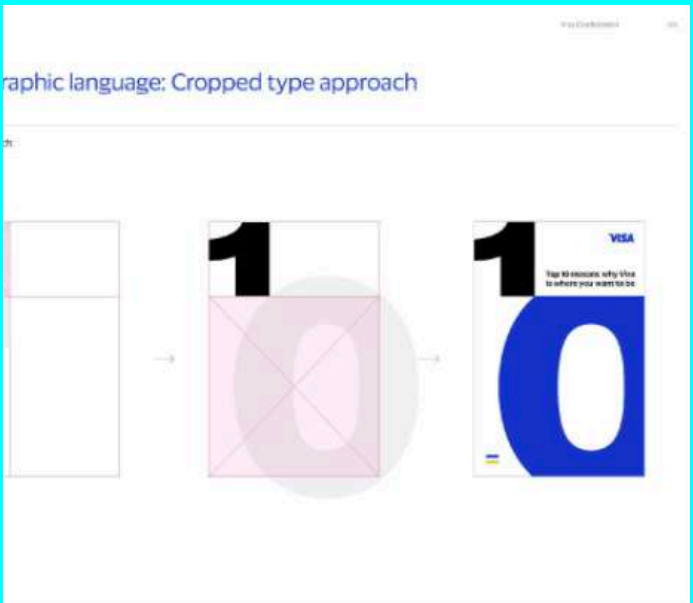
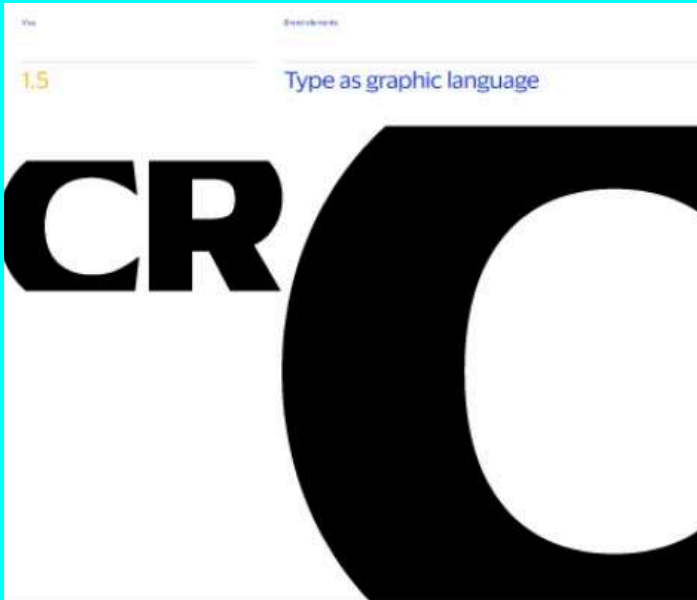
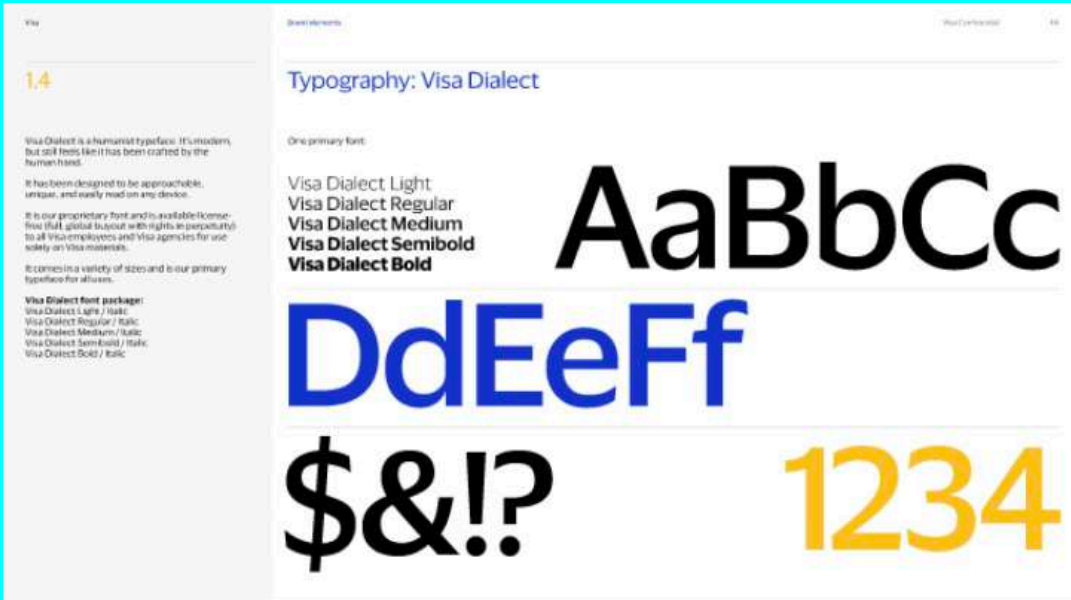
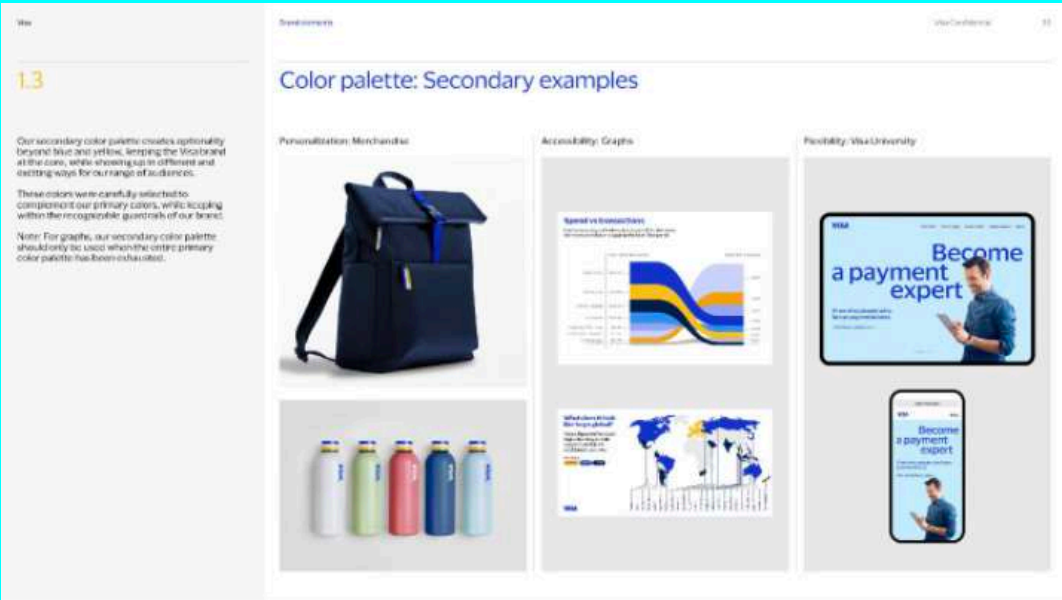
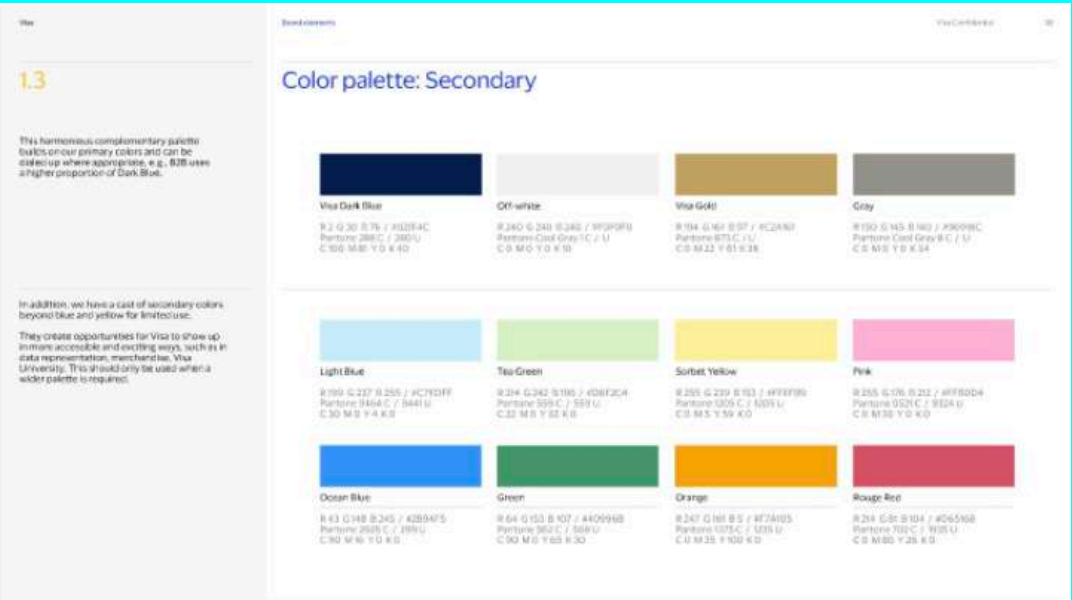
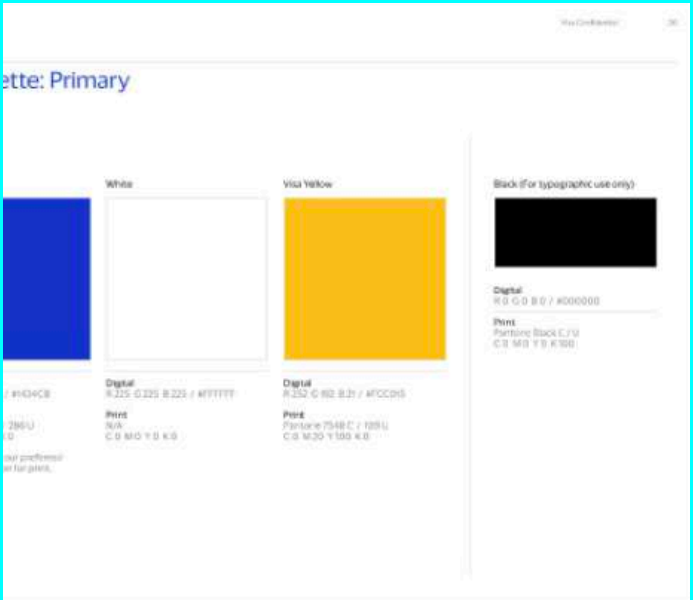
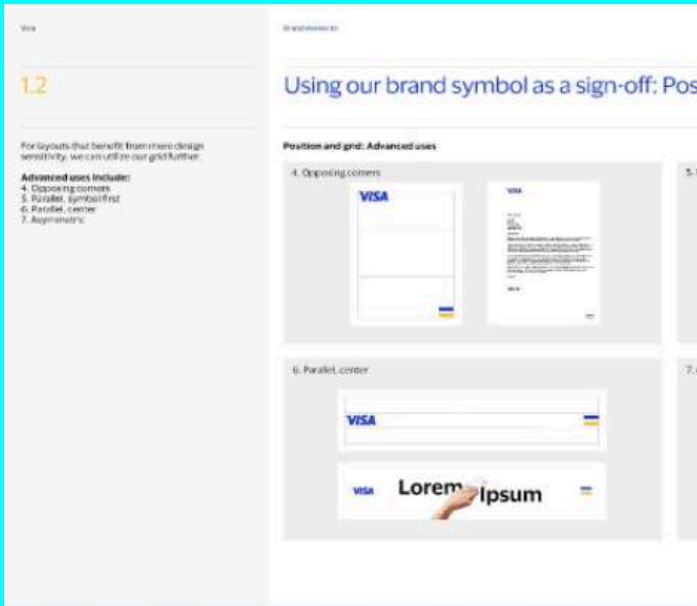
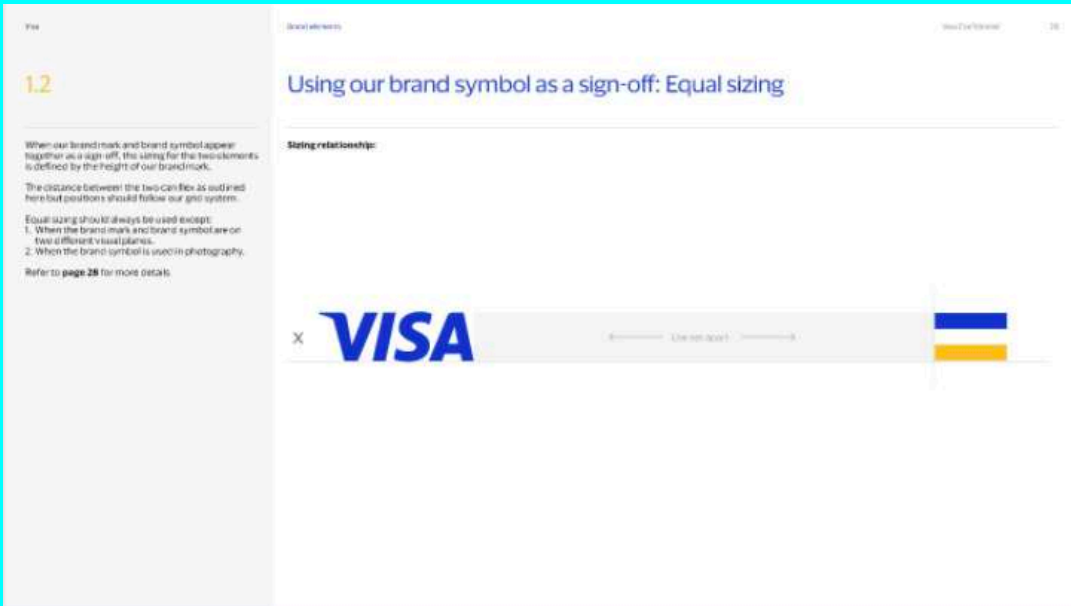
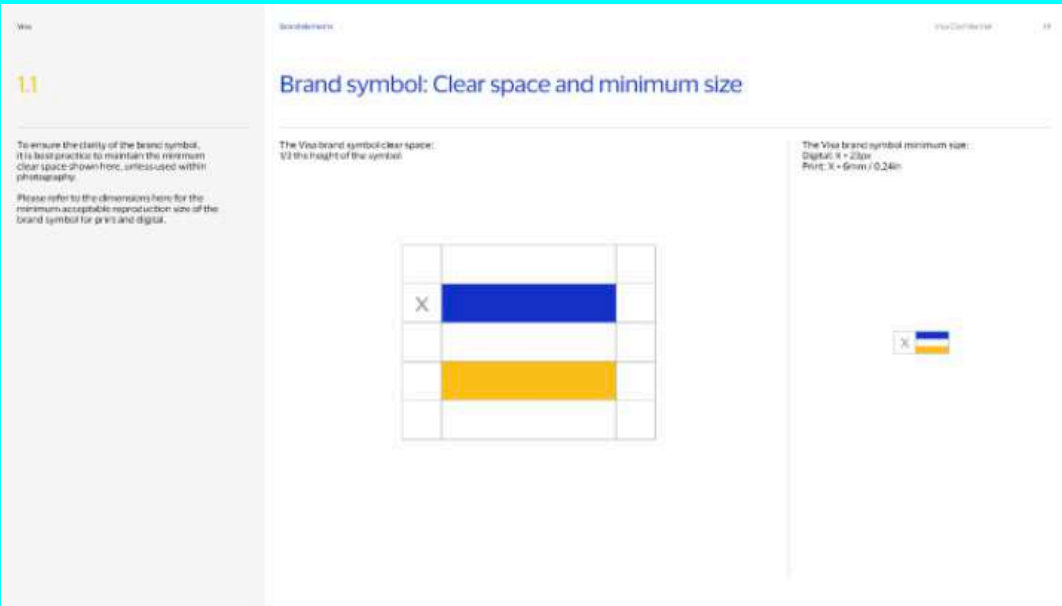
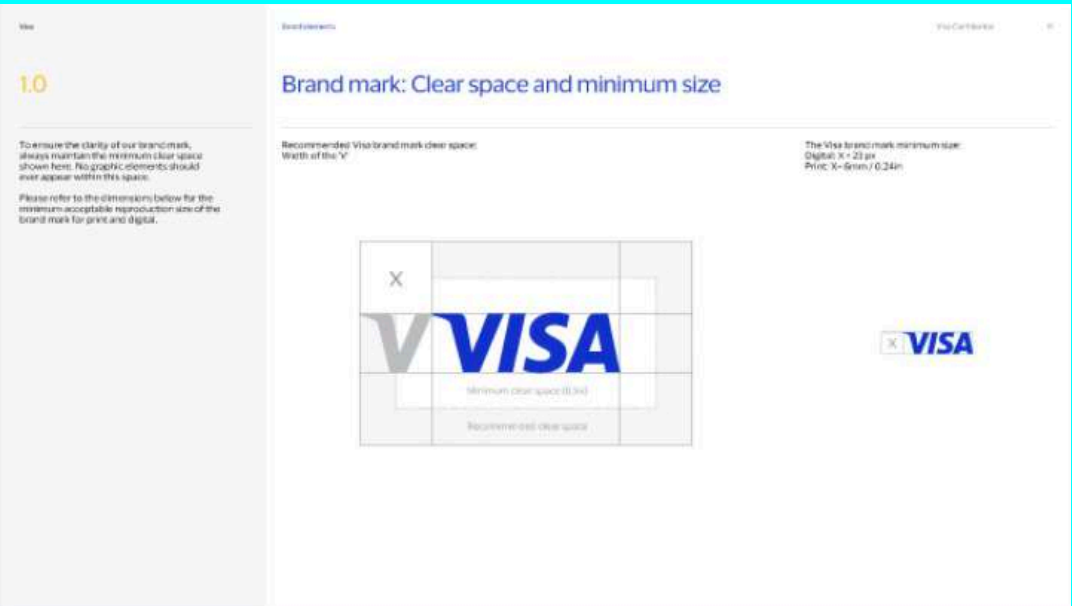
versão completa com a parte estratégica e sistema de marca mais maduro

apesar de amplamente
difundidos dentro do design,
o **manual de marca** também
pode ser conhecido como:

- manual de identidade visual
- guide de marca
- brand guidelines
- visual identity system guidelines
- guia de marca
- guia de identidade visual
- brandbook
- território da marca
- toolkit

O manual de marca é o guia de representações diversas que uma marca pode ter, que vai além da identidade visual.

Quando falamos de marcas, não estamos nos referindo somente ao logo. Esse assunto engloba, também, símbolos, cores, fontes, formas e, indo além do visual, também envolve tom de voz da expressão verbal da marca, estilo e direção fotográfica, estilo de ilustração e iconografia.



MANUAL DE MARCA

O manual traz as informações básicas de padronização, orientações e inspirações que devem ser usados no branding de uma empresa.

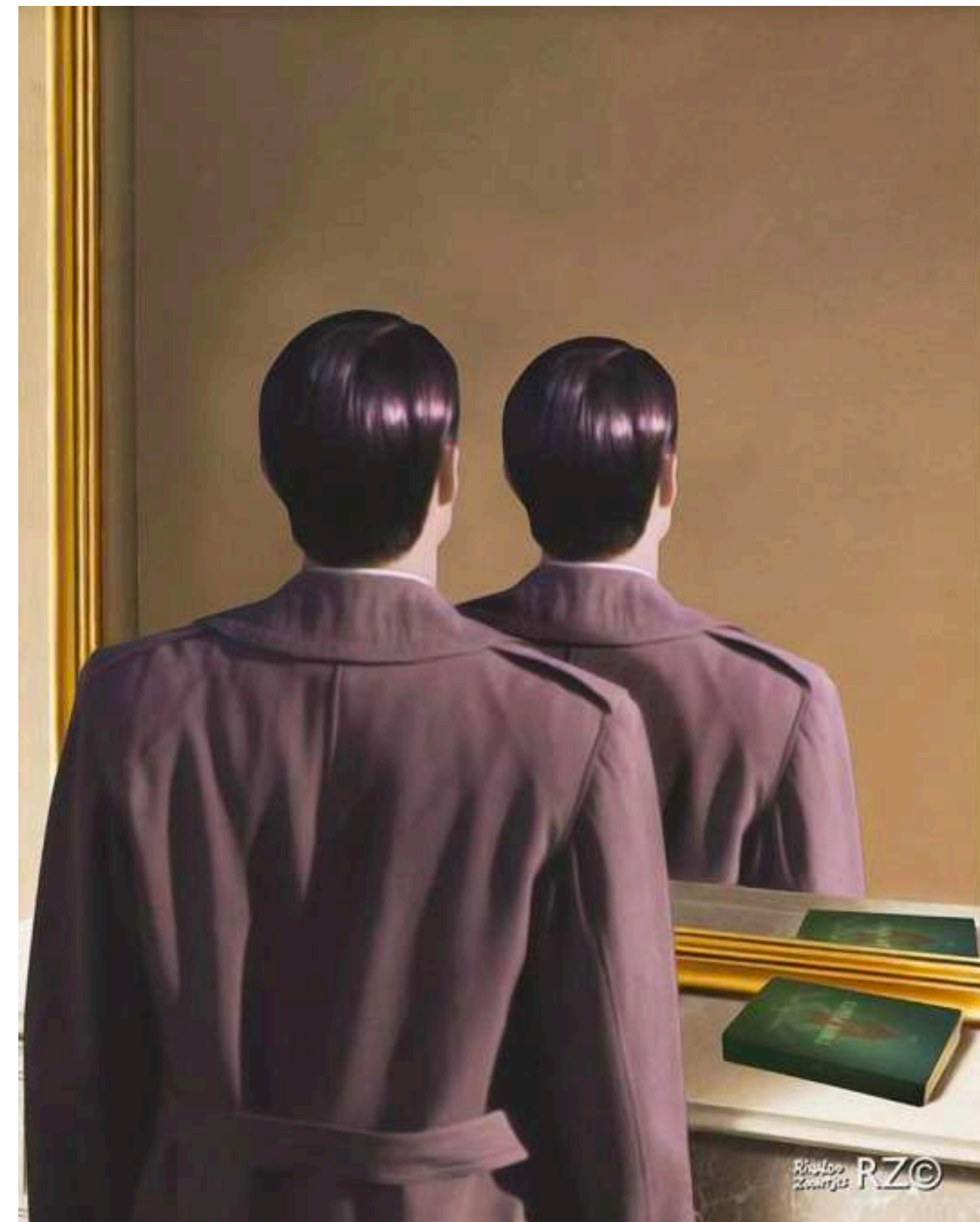
O manual, portanto, orienta a criação de uma **unidade** entre todas as estratégias adotadas em todos os canais e peças.



Branding é sobre consistência e manuais de marca são ferramentas que te ajudam a alcançar isso.

pergunta

todos os manuais são iguais?



pergunta

todos os manuais são iguais?

não!

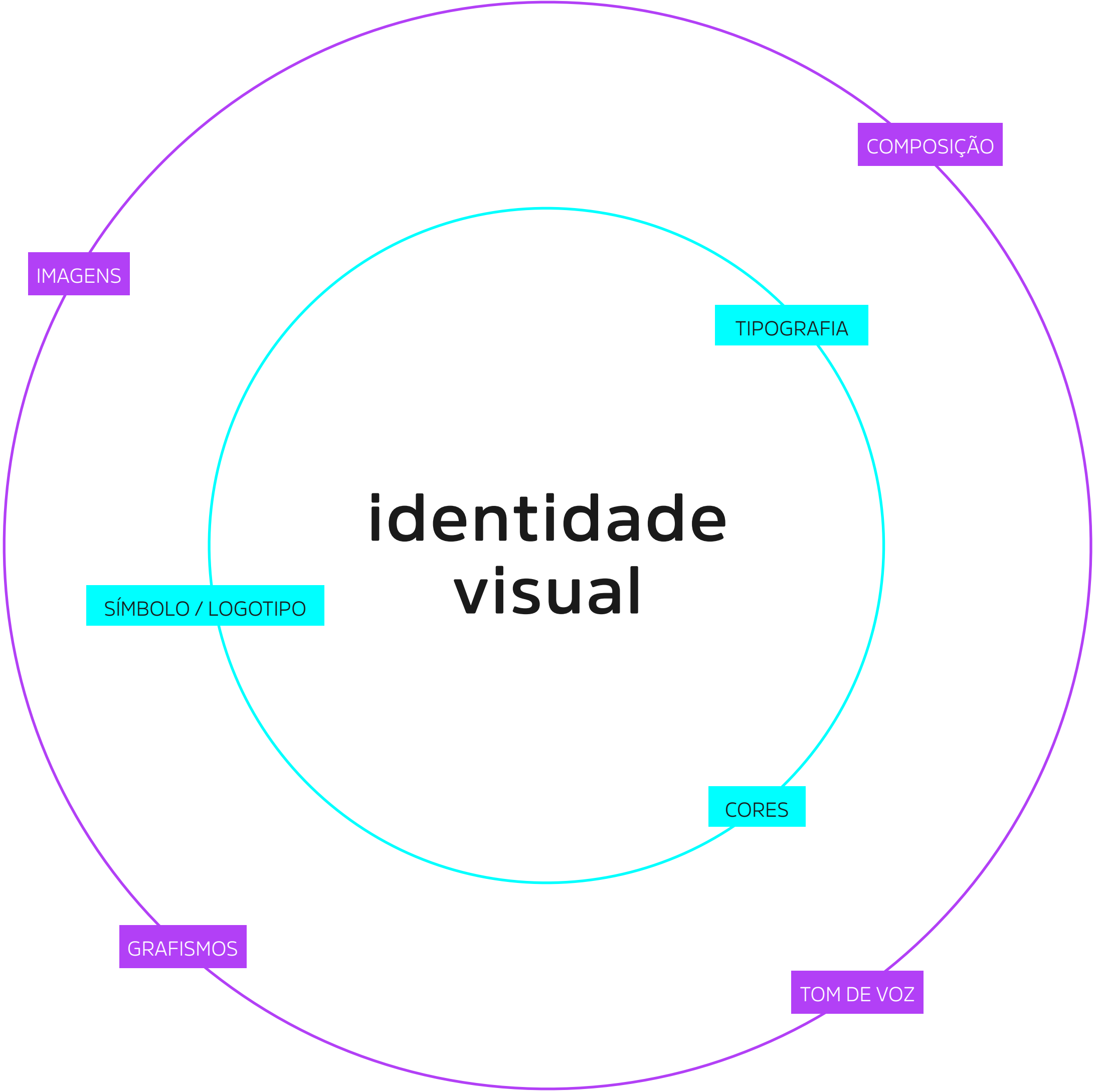
Apesar de existirem informações gerais que todo manual precisa apresentar, como tipografia, aplicações corretas do logo, cores, etc., cada manual é estruturado de acordo com o comportamento da marca em questão. Cada marca tem seu comportamento, e o seu manual precisa representá-la da forma que for mais condizente.



O brandbook não pode prender, ele **deve ser um guia do espírito da marca**, com sua proposta, valores e características principais. Tem que ser um guia que fala do porquê de cada elemento que a gente construiu e mostrar várias aplicações para a vida real, sem a necessidade de regradar tudo.

estrutura básica

ELEMENTOS DA MARCA



ESTRUTURA BÁSICA

- Branding
- Identidade Visual



ESTRUTURA BÁSICA

Branding

Plataforma da marca

Identidade Verbal

Identidade Visual

Assets

Logo

Tipografia

Cores

Estilo fotográfico

Elementos gráficos

Composições



AGILE > guia de identidade visual	Conteúdo
introdução As diretrizes desse guia são uma introdução sobre como utilizar a identidade visual da marca AGILE . A identidade visual foi criada para alinhar o trabalho criativo com pessoas que desenvolvam peças no futuro, mantendo a consistência e conceito, produzindo um sistema de identidade visual conectado. Os elementos compartilhados unem os elementos que representam a AGILE , e quando estão juntos, tornam-se a base para as histórias que a AGILE conta e vai contar. Em caso de dúvidas, entre em contato com nitroaline@gmail.com e/ou cesarrgoes@gmail.com	p.3 mas... agile? p.4 elementos do sistema de identidade p.6 marca p.12 tipografia p.13 cor p.14 grid p.15 fotografia p.16 showcase
agile	



sumário / índice

Concentra de forma organizada todos os capítulos e tópicos do manual. É legal para trabalhar alguma introdução / explicação sobre como funciona e deixar um suporte.



simples e didático



alinhado com a idv da marca

ESTRUTURA BÁSICA

Branding

Plataforma da marca

Identidade Verbal

Identidade Visual

Assets

Logo

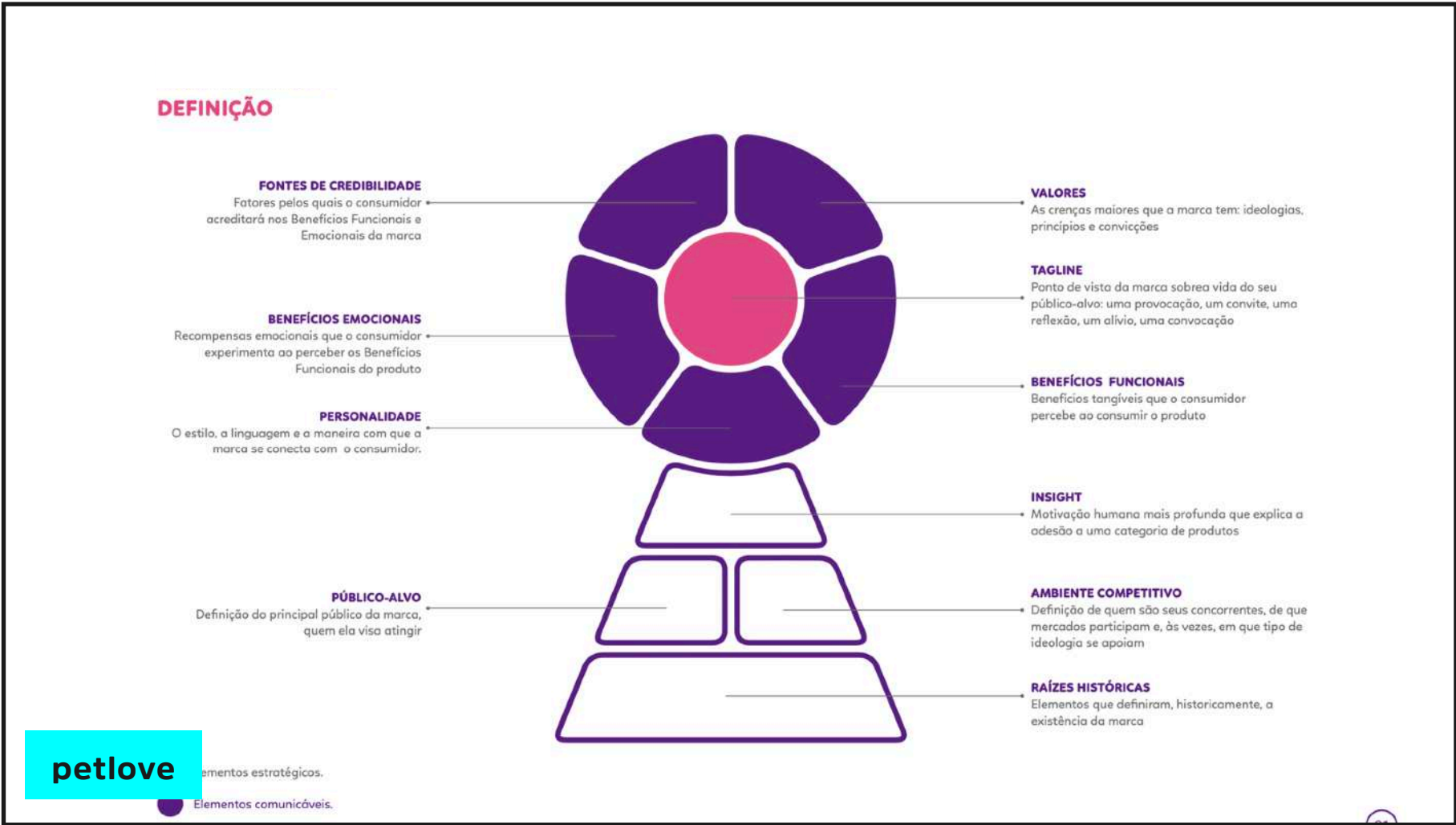
Tipografia

Cores

Estilo fotográfico

Elementos gráficos

Composições



plataforma da marca

A primeira parte do manual é destinada à estratégica da marca e no entendimento do conceito, que auxilia na criação de peças dentro da identidade visual desenvolvida.

proposta, história e valores

branding / posicionamento / arquétipo da marca

ESTRUTURA BÁSICA

Branding

Plataforma da marca

Identidade Verbal

Identidade Visual

Assets

Logo

Tipografia

Cores

Estilo fotográfico

Elementos gráficos

Composições

Atualizado em 04/02/2019

Logotipo

Arquitetura de Marca

Cor

Composição

Iconografia

Ilustração

Movimento

Fotografia

Tom de voz

Visão geral

Testemunho

De apoio

Formulários

Ferramentas e dicas

Dicas de edição rápida

Resumo

Tipografia

uber

Tom de voz

Nosso tom de voz fornece um conjunto de elementos centrais para definir a qualidade da escrita em todos os pontos de contato, bem como elementos de apoio para transmitir o melhor da personalidade de nossa marca para o mundo.

Ele é projetado para servir como um guarda-chuva que informa e une guias de estilo para departamentos, países e idiomas. A voz e o tom expressam a essência da marca, sinalizando quem somos e o que defendemos. Eles criam a sensação: “parece Uber”. E eles nos permitem aparecer no mundo como a empresa de mobilidade global inovadora que somos.

goodly guia da marca : identidade verbal

tom de voz

O tom de voz é o reflexo da atitude e personalidade da nossa marca. Representa a forma como nos expressamos e dialogamos com as pessoas.

Explorador

Somos uma marca exploradora e buscamos incansavelmente os melhores insumos do mundo. Estudamos e testamos diferentes ativos até encontrar combinações equilibradas e eficientes. E por que fazemos tudo isso? Para entregar produtos que realmente funcionam e ajudam as pessoas a cuidarem do seu bem-estar de forma saudável.

- ✓ É explorador: Falamos sempre de maneira afirmativa e segura.
- ✗ Não é explorador: Somos experts, mas não somos donos da verdade e nem arrogantes em nossa comunicação.

Prestativo

Não dialogamos de maneira próxima, utilizando uma linguagem simples e sem enrolação. Mais do que fazer parte de um momento, queremos estar ao lado das pessoas para ajudá-las na sua rotina de cuidado, sempre transmitindo segurança, confiança e tranquilidade.

- ✓ É prestativo: Valorizamos a empatia, queremos entender as dores das pessoas e ajudá-las a recuperar sua alegria e equilíbrio.
- ✗ Não é prestativo: Deixamos de lado a linguagem excessivamente publicitária, hard sell e voltada para o varejo. Não utilizamos termos como “aproveite”, “não perca”, “última chance”.

Natural

A natureza nos inspira até mesmo na forma de nos comunicar. Falamos sobre nossos ingredientes e produtos de forma transparente e equilibrada. Não temos nada a esconder. Pelo contrário, falamos com alegria sobre nossas origens.

- ✓ É natural: Falamos sempre de forma clara sobre nossos ingredientes e técnicas, destacando o nosso papel de oferecer um tratamento sustentável que cuida das pessoas sem causar outros danos ao corpo.
- ✗ Não é natural: Jamais falamos “medicamentos”, “remédios” e outros termos que tenham uma conotação voltada para a linguagem farmacêutica ou que passem a ideia de ser prejudicial ao organismo.

goodly

identidade verbal

O tom de voz (**brand voice**) é a definição de um conjunto de atitudes, valores e até mesmo palavras e frases que podem ser usadas na comunicação. Isso envolve os termos, as gírias, o slogan e outras características próprias da marca.



alinhado com a idv da marca



exemplos do nível de proximidade com o consumidor

ESTRUTURA BÁSICA

- Branding
 - Plataforma da marca
 - Identidade Verbal
- Identidade Visual
 - Assets
 - Logo
 - Tipografia
 - Cores
 - Estilo fotográfico
 - Elementos gráficos
 - Composições



* assets / ativos de marca

Visão geral de todos os elementos de marca, afim de guiar a utilização de cada um dentro do seu território específico. Mais comum são marca, tipografia e cores.

✓ simples e didático

+ overview / one page

ESTRUTURA BÁSICA

Branding

Plataforma da marca

Identidade Verbal

Identidade Visual

Assets

Logo

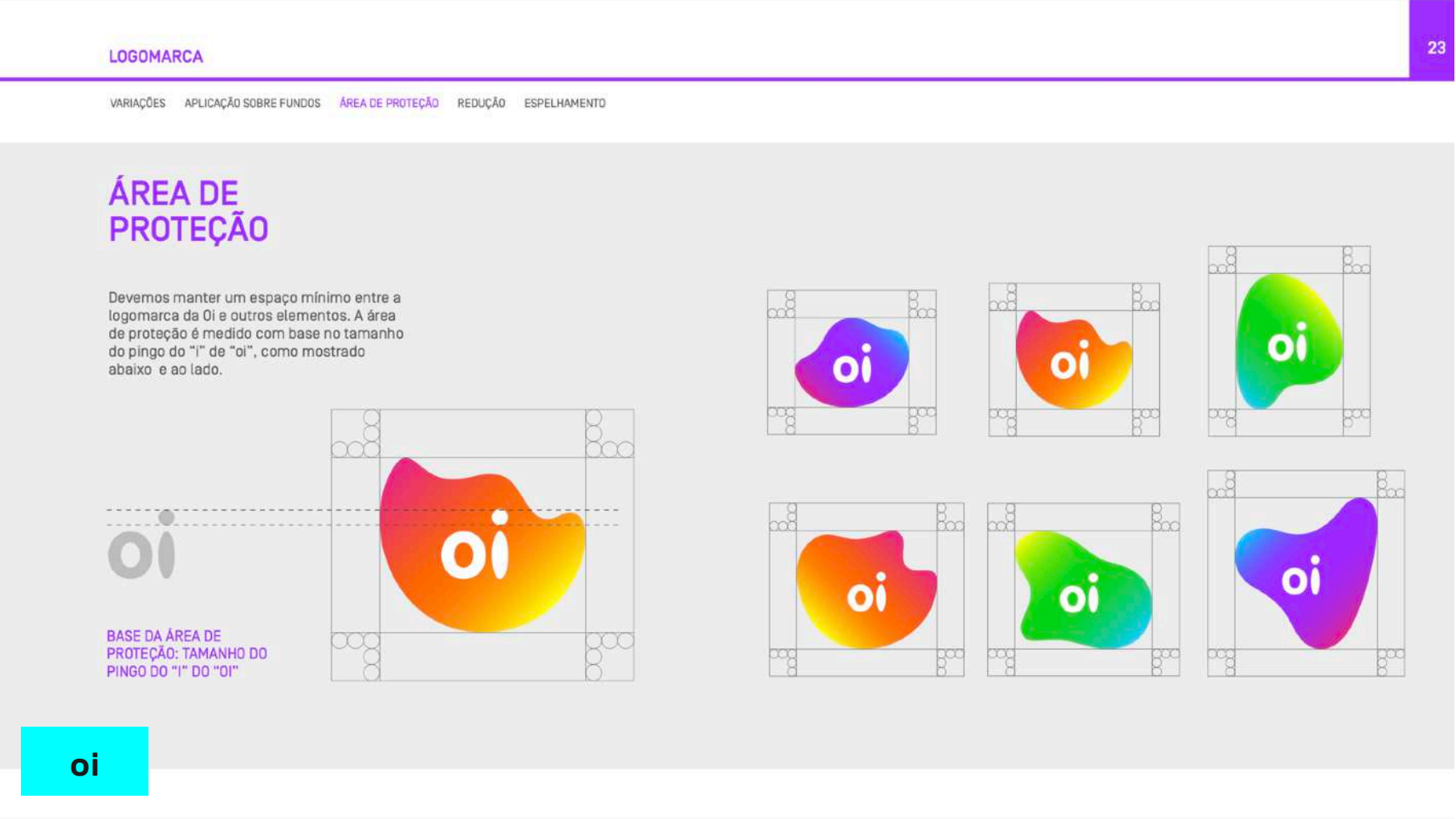
Tipografia

Cores

Estilo fotográfico

Elementos gráficos

Composições



logo / marca

Esse tópico fala sobre conceito e especificações da marca, principal representação da empresa. Além disso, nessa parte do manual deve conter instruções sobre as aplicações do logotipo.

pouco texto e mais exemplos

storytelling da criação

ESTRUTURA BÁSICA

Branding

Plataforma da marca

Identidade Verbal

Identidade Visual

Assets

Logo

Aplicações

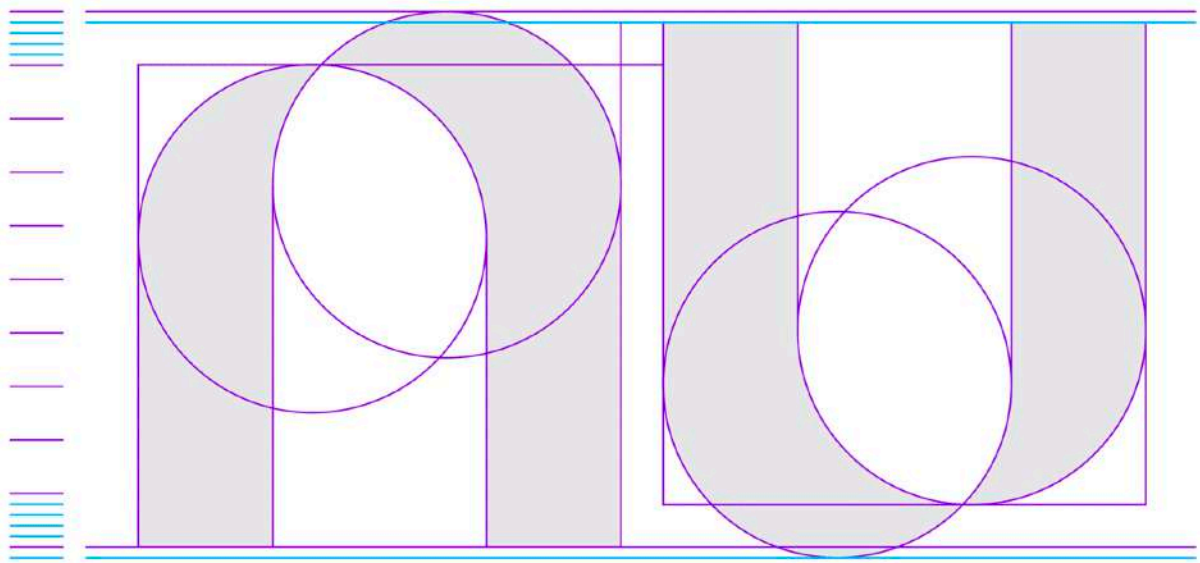
Tipografia

Cores

Estilo fotográfico

Elementos gráficos

Composições



nubank

Mastercard Brand Mark: Branding requirements

18 November 2016

16

Common mistakes

Consistent presentation of Mastercard® Brand Marks and Acceptance Marks benefits issuers, acquirers, and merchants, by promoting consumer recognition and card use that builds business. Do not alter approved artwork in any way. Always apply the Mark thoughtfully, carefully, and appropriately. To avoid some common mistakes shown here, do not:

1. Omit the orange center shape
2. Recolor the circles
3. Outline the circles
4. Recolor the Logotype
5. Display or reproduce at insufficient resolution
6. Reconfigure or reposition elements of the Mark
7. Individually resize components of the Mark
8. Create a grayscale Acceptance Mark
9. Recolor the Acceptance Mark background
10. Position the Logotype within the circles
11. Omit the Logotype unless explicitly given permission by ask.brand.manager@mastercard.com
12. Alter, add, or combine other text to the Logotype



mastercard

mastercard. All rights reserved.



aplicações

- positivo / negativo / monocromática
- variação de cores em diferentes fundos
- restrições sobre alterações do logo
- utilização apenas o logo ou símbolo



do's e don't's



grid de construção da marca

ESTRUTURA BÁSICA

Branding

Plataforma da marca

Identidade Verbal

Identidade Visual

Assets

Logo

Tipografia

Cores

Estilo fotográfico

Elementos gráficos

Composições

Segoe is our type family

We use Segoe, a completely custom type family created for Microsoft that has become a longstanding core element of our visual identity.

Segoe Pro is the brand font used for print and graphic executions. Segoe UI is the Windows OS font, and the font that is used for on-screen and digital executions.

To download the Segoe Pro font family, visit Media Bank: <https://mediabank.partners.extranet.microsoft.com>

Segoe Pro

Use for all print applications.

Segoe Pro Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890@#%&*

Segoe Pro Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890@#%&*

Segoe Pro Semibold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890@#%&*

Segoe Pro Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890@#%&*

Segoe UI

Use for on-screen applications like PowerPoint, email, and websites.

Segoe UI Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890@#%&*

Segoe UI Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890@#%&*

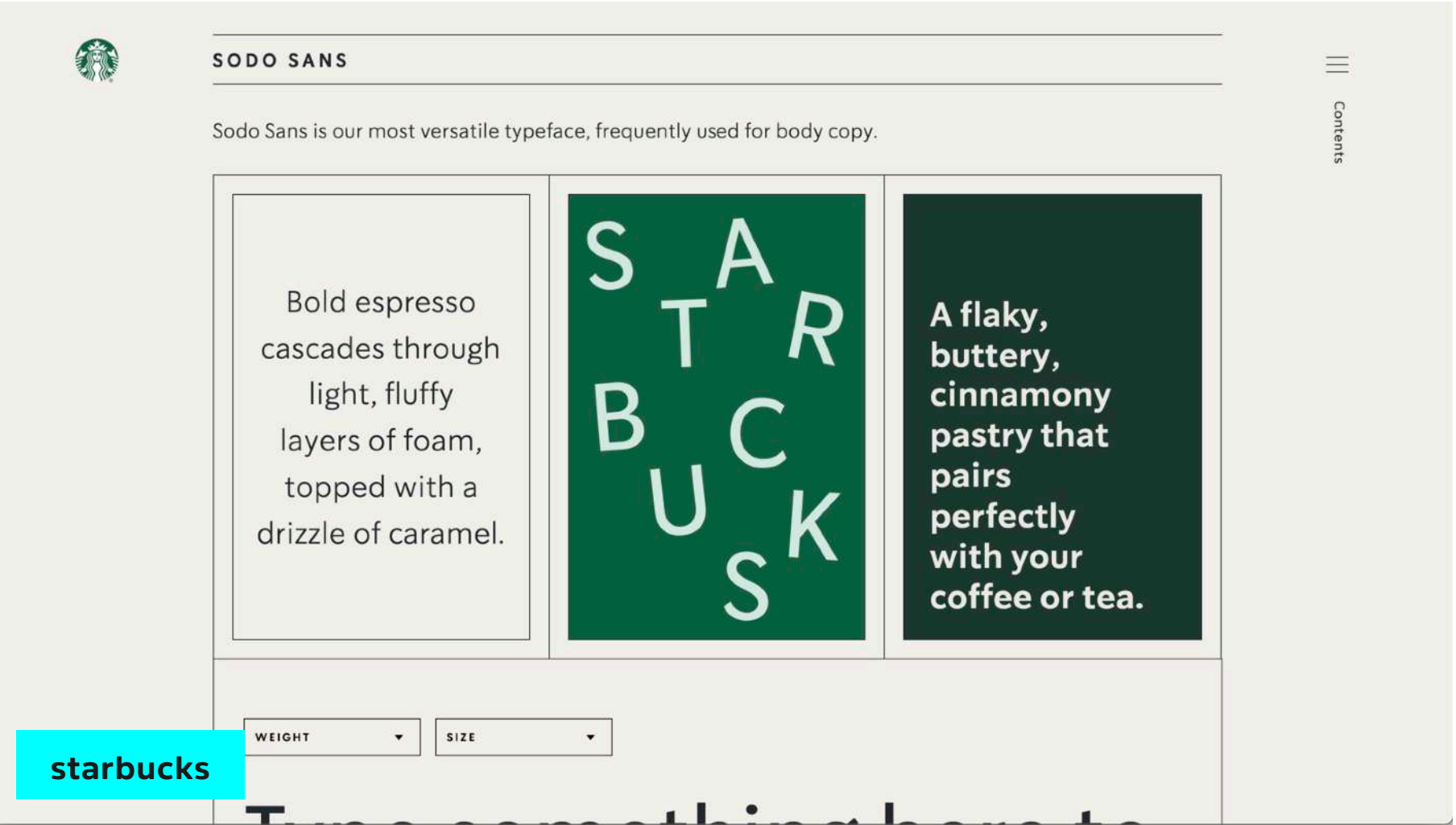
Segoe UI Semibold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890@#%&*

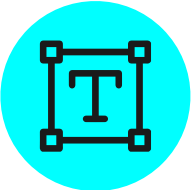
Segoe UI Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890@#%&*

microsoft



starbucks



tipografia

O padrão de fontes utilizadas na comunicação. O manual deve mostrar quais são os estilos e variações de letras, quando usar cada uma e licença de utilização.



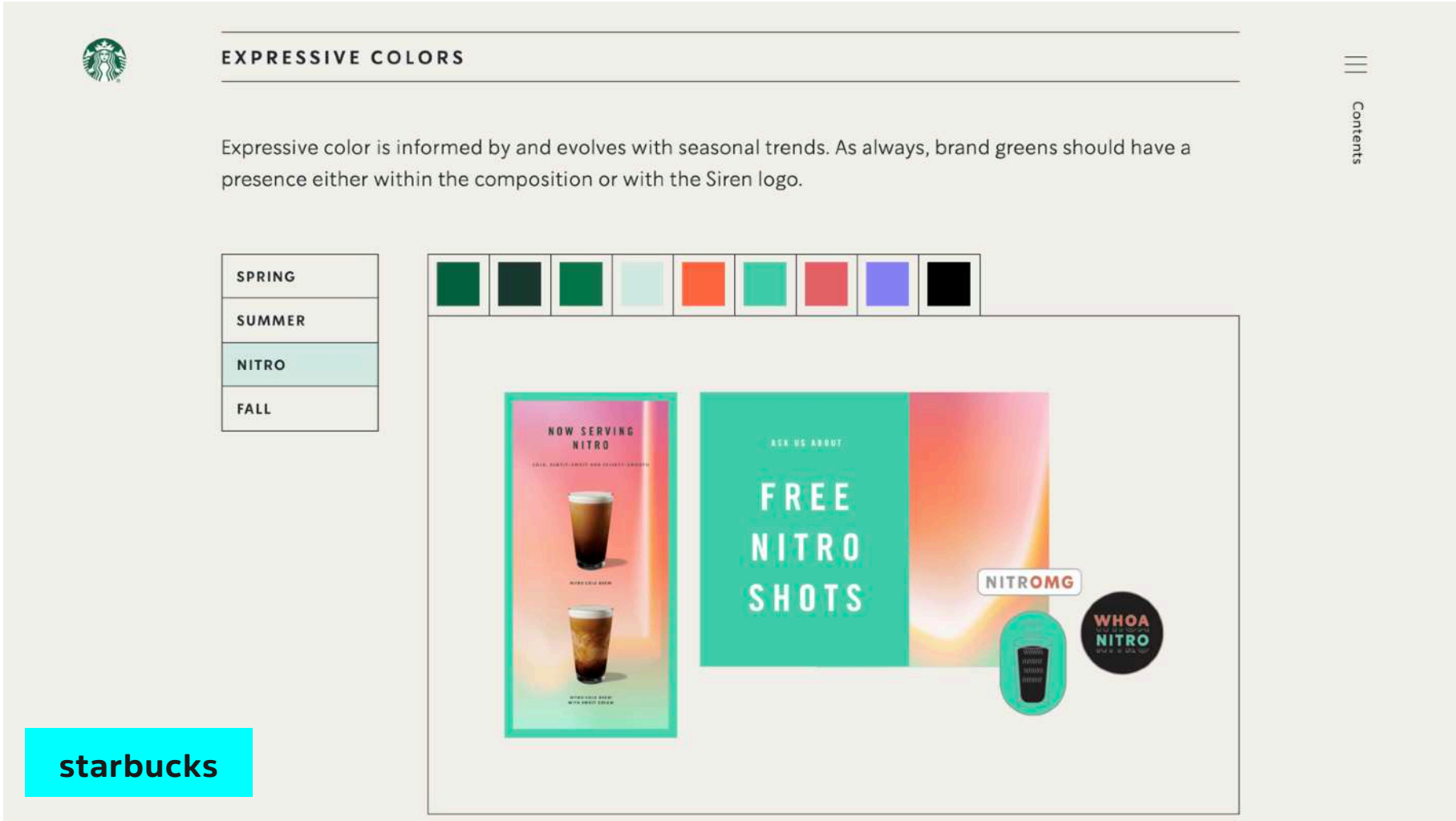
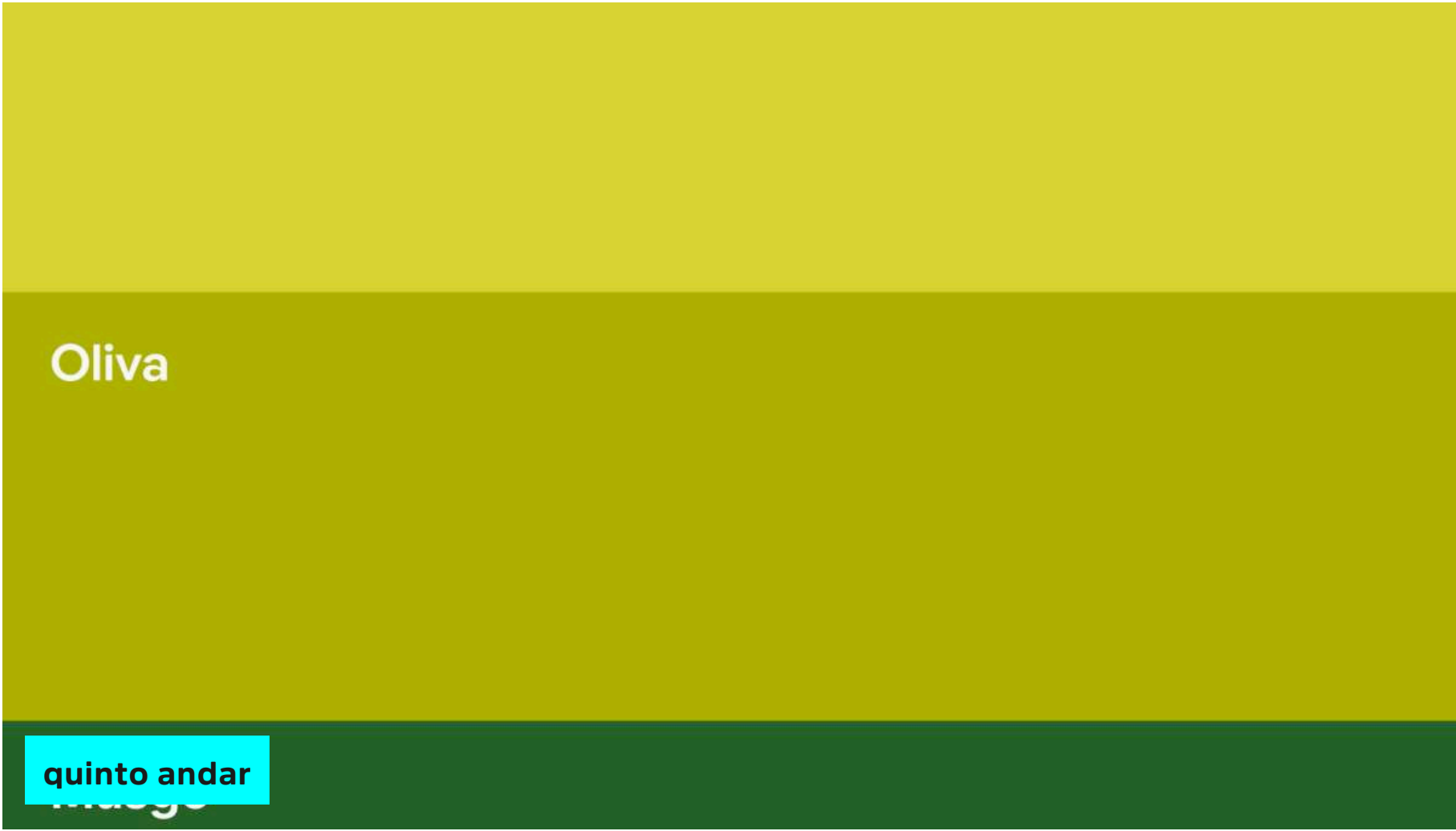
créditos das tipos



explique as escolhas tipográficas

ESTRUTURA BÁSICA

- Branding
 - Plataforma da marca
 - Identidade Verbal
- Identidade Visual
 - Assets
 - Logo
 - Tipografia
- Cores
- Estilo fotográfico
- Elementos gráficos
- Composições



cores

As cores principais vão direcionar o uso em qualquer representação gráfica, produtos, embalagens, mídias sociais e o que mais for relacionado à empresa.



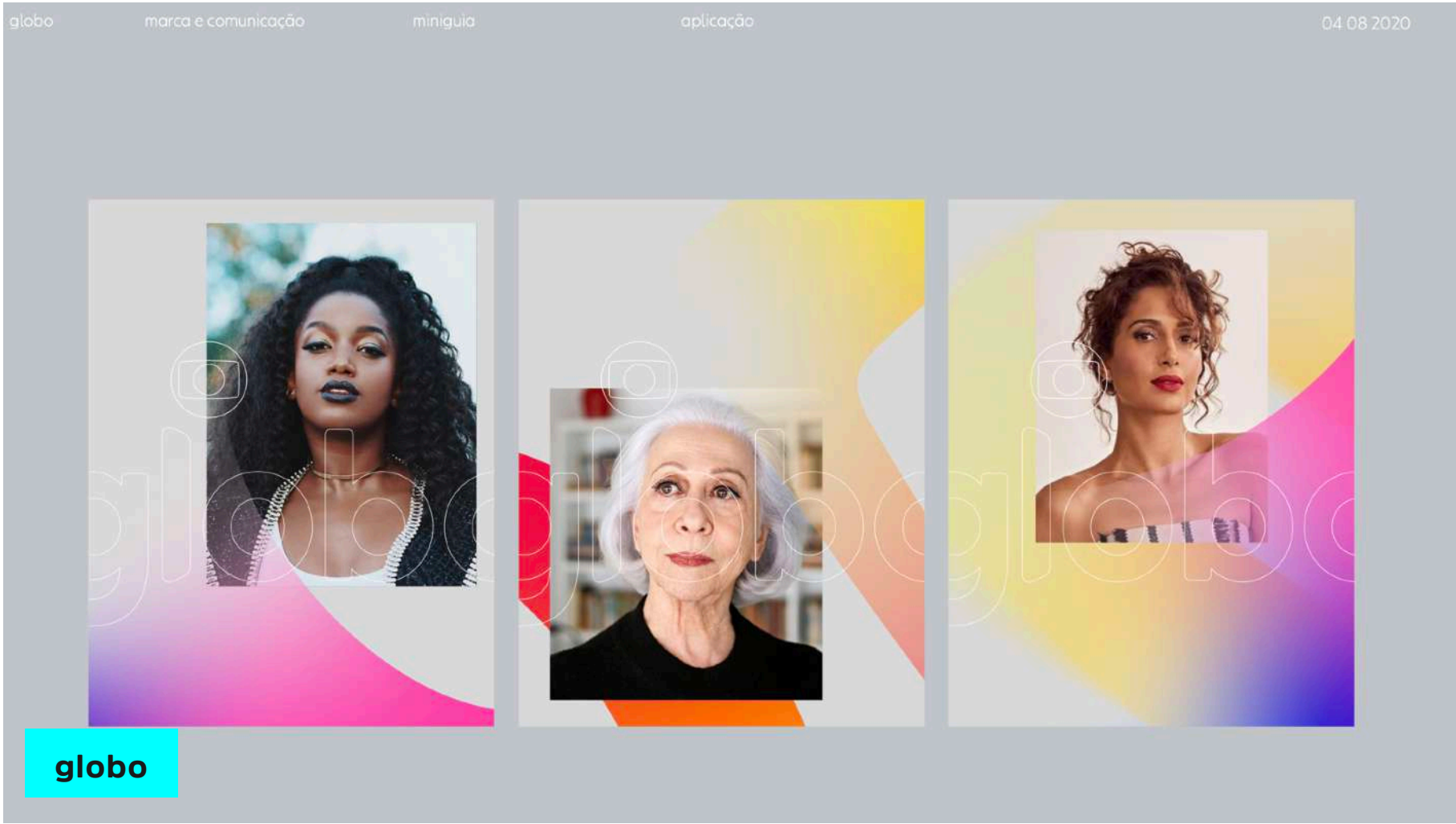
CMYK / RGB / PANTONE



explique as escolhas cromáticas

ESTRUTURA BÁSICA

- Branding
 - Plataforma da marca
 - Identidade Verbal
- Identidade Visual
 - Assets
 - Logo
 - Tipografia
 - Cores
 - Estilo fotográfico
 - Elementos gráficos
 - Composições



estilo fotográfico

O manual de marca deve dar orientações específicas quanto ao estilo e a abordagem fotográfica, se há um banco de fotos da marca e um matriz de escolha em bancos de imagens.

 definir os planos

 alinhado com a idv da marca

ESTRUTURA BÁSICA

Branding

Plataforma da marca

Identidade Verbal

Identidade Visual

Assets

Logo

Tipografia

Cores

Estilo fotográfico

Elementos gráficos

Composições

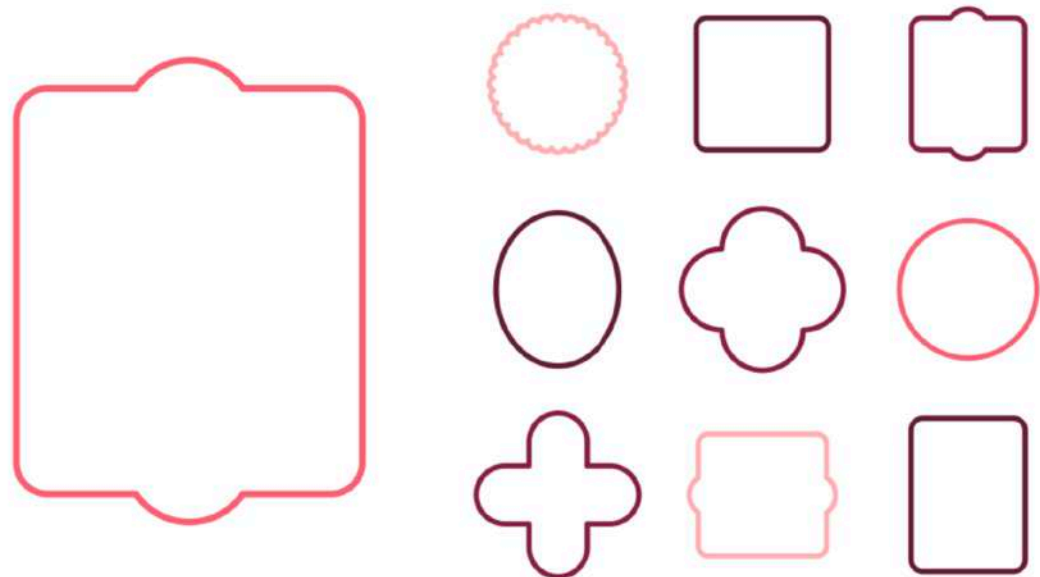
Estratégia
Identidade Verbal
Identidade Visual

Elementos gráficos

Introdução

Logotipo
Tipografia
Cores
Estilo Fotográfico
Elementos
Boas Práticas
One Page

Nossas formas



Os nossos elementos possuem uma construção simples, a partir de formas geométricas e uso de cantos arredondados. Assim, permitem que haja uma grande variedade de opções.

fleischmann

61

Logo

Microsoft

Tile



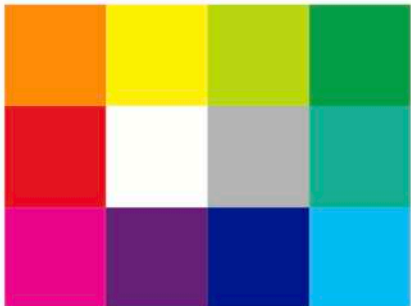
Layout grids



Content tiles



Color



Type

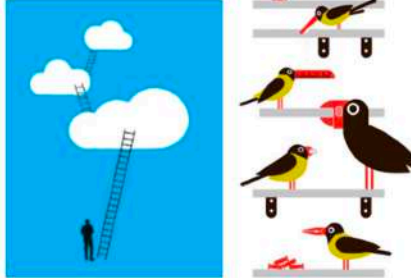
Segoe Light
Segoe Regular
Segoe Bold

microsoft

Photography



Illustration



elementos gráficos

Elementos gráficos que são parte da representação de uma marca. Também é preciso dedicar uma parte a eles no manual, com as instruções relacionadas às variações que podem receber.



do's e dont's



alinhado com a idv da marca

ESTRUTURA BÁSICA

Branding

Plataforma da marca

Identidade Verbal

Identidade Visual

Assets

Logo

Tipografia

Cores

Estilo fotográfico

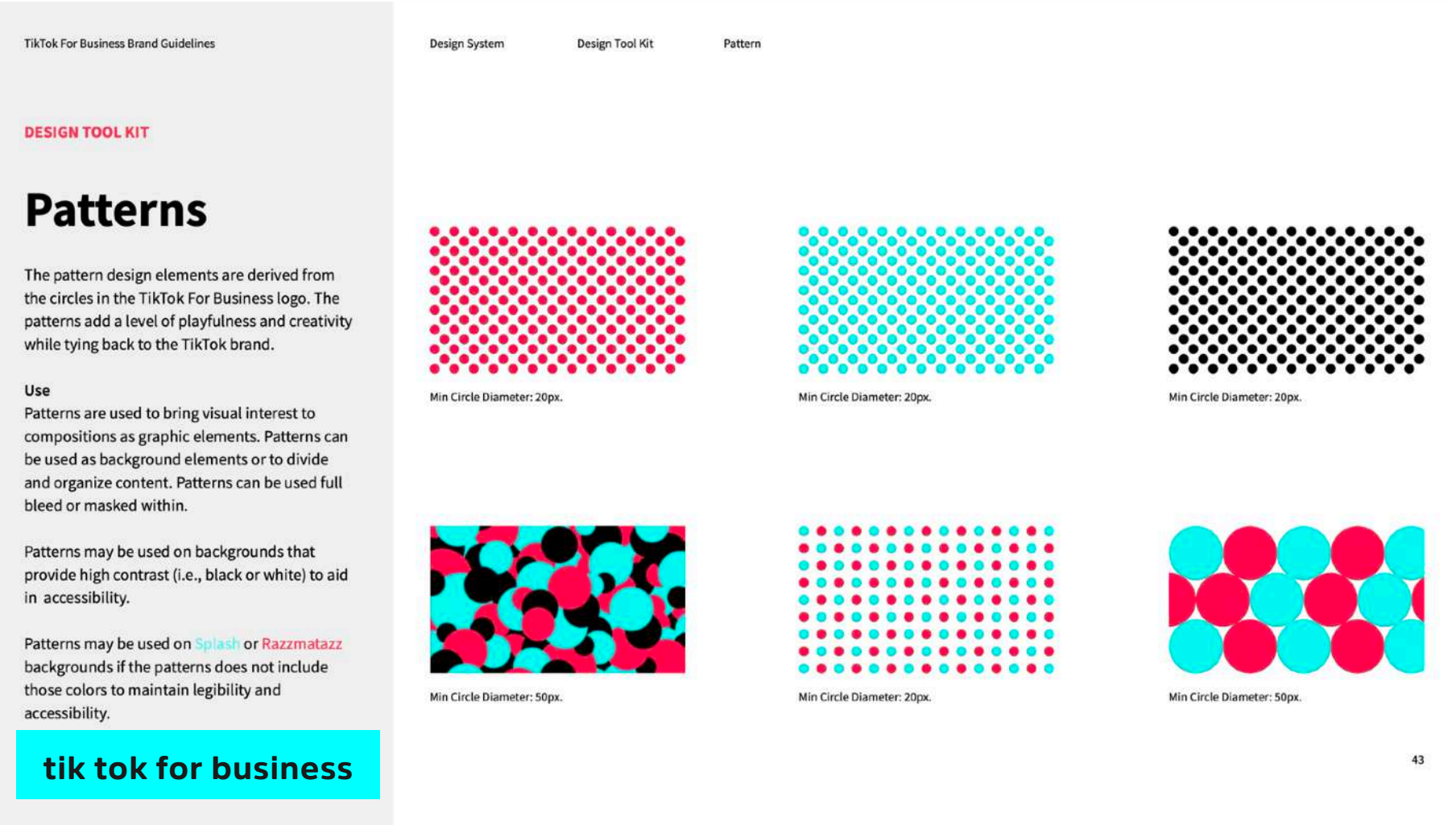
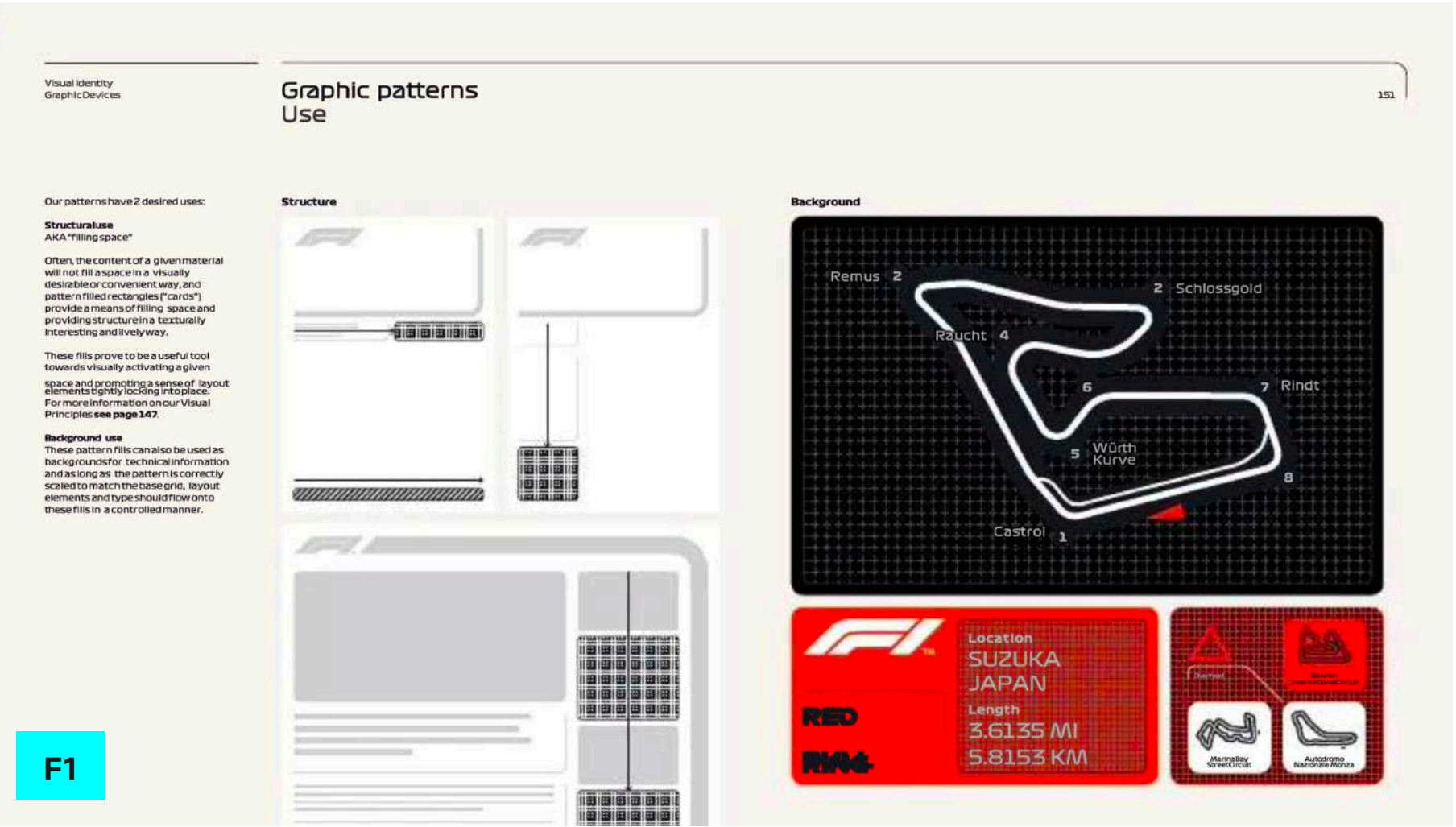
Elementos gráficos

Grafismos

Estilo ilustrativo

Iconografia

Composições



grafismos

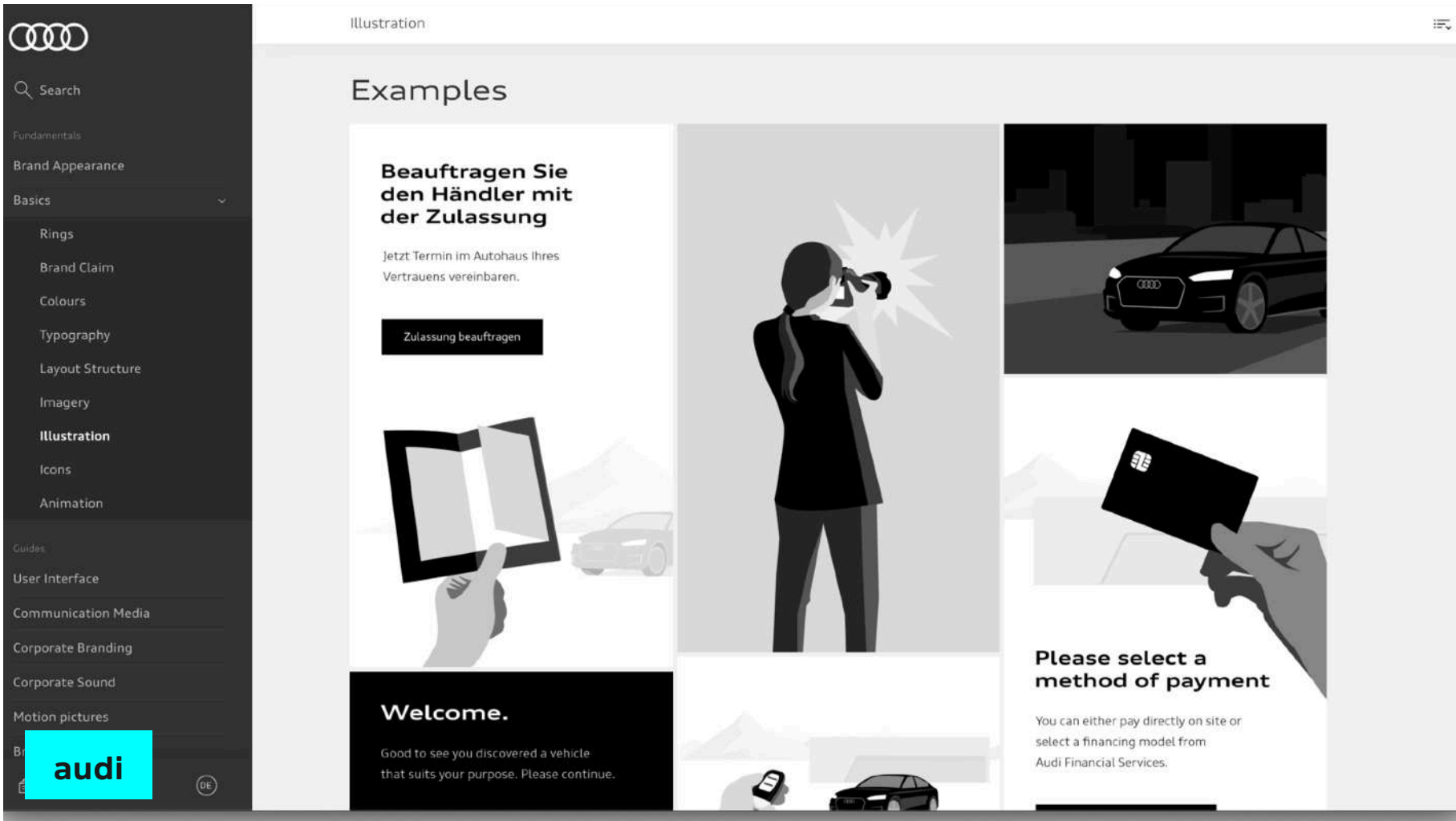
Apesar de não ser unanimidade em marcas, a utilização de grafismos merece uma sessão exclusiva, afim de esclarecer seu papel dentro da identidade visual da marca.

do's e dont's

alinhado com a idv da marca

ESTRUTURA BÁSICA

- Branding
 - Plataforma da marca
 - Identidade Verbal
- Identidade Visual
 - Assets
 - Logo
 - Tipografia
 - Cores
 - Estilo fotográfico
 - Elementos gráficos
- Grafismos
- Estilo ilustrativo
- Iconografia
- Composições



estilo ilustrativo

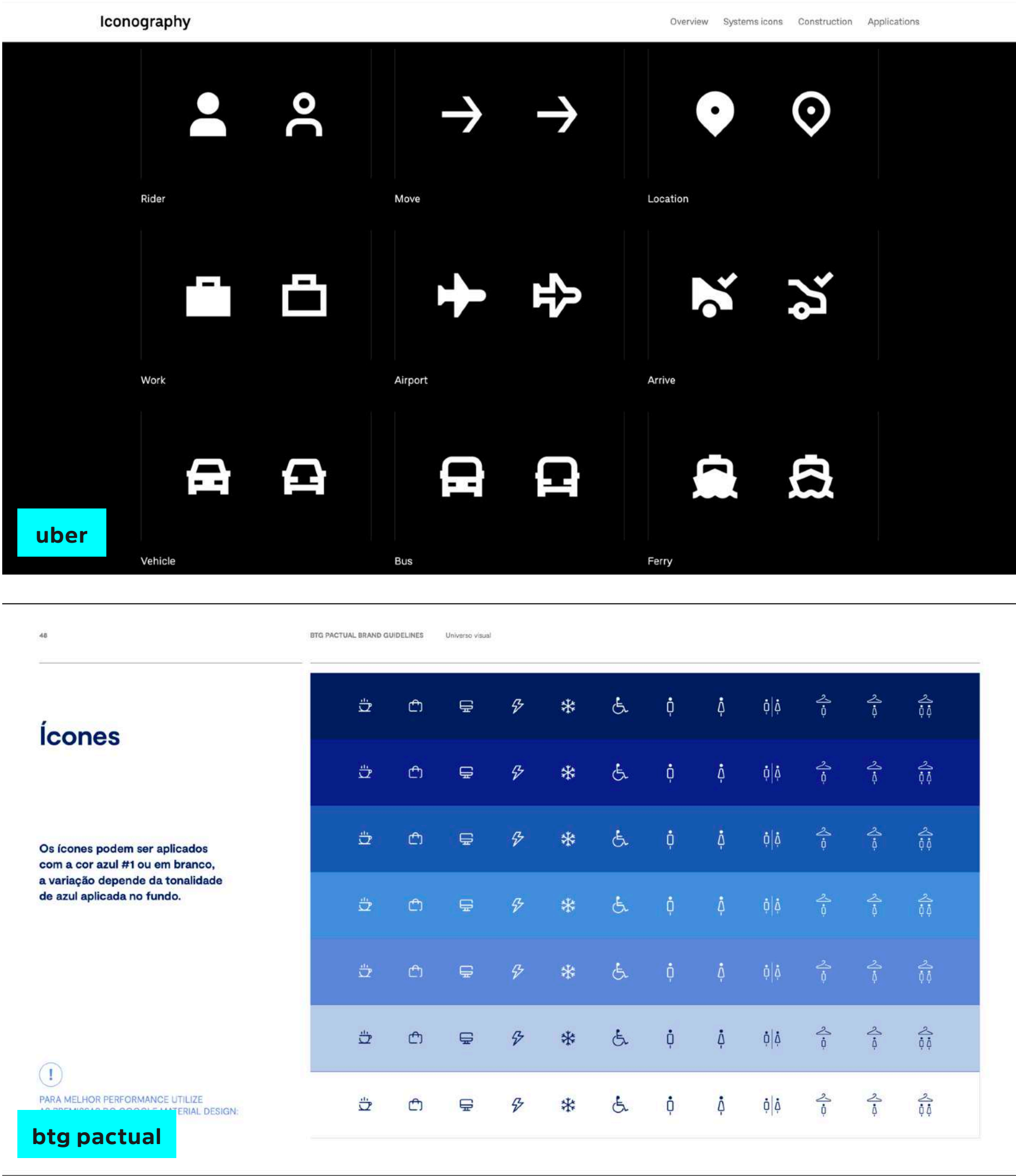
O estilo de ilustração do guia deve ter um propósito claro, dar suporte ao conteúdo e orientar o usuário a entender conceitos, auxiliando na utilização. Exemplos claros e simples ajudam na escolha e utilização.

grid de construção

Não precisar ser alinhado ao estilo fotográfico

ESTRUTURA BÁSICA

- Branding
 - Plataforma da marca
 - Identidade Verbal
- Identidade Visual
 - Assets
 - Logo
 - Tipografia
 - Cores
 - Estilo fotográfico
 - Elementos gráficos
 - Grafismos
 - Estilo ilustrativo
 - Iconografia
 - Composições



iconografia

A iconografia tem papel de auxiliar na navegação de diferentes informações da comunicação e guiar ações dos usuários. Deixar claro qual utilização e trazer exemplos de composição.

✓ grid de construção

+ Não precisar ser alinhado a outros estilos

ESTRUTURA BÁSICA

Branding

Plataforma da marca

Identidade Verbal

Identidade Visual

Assets

Logo

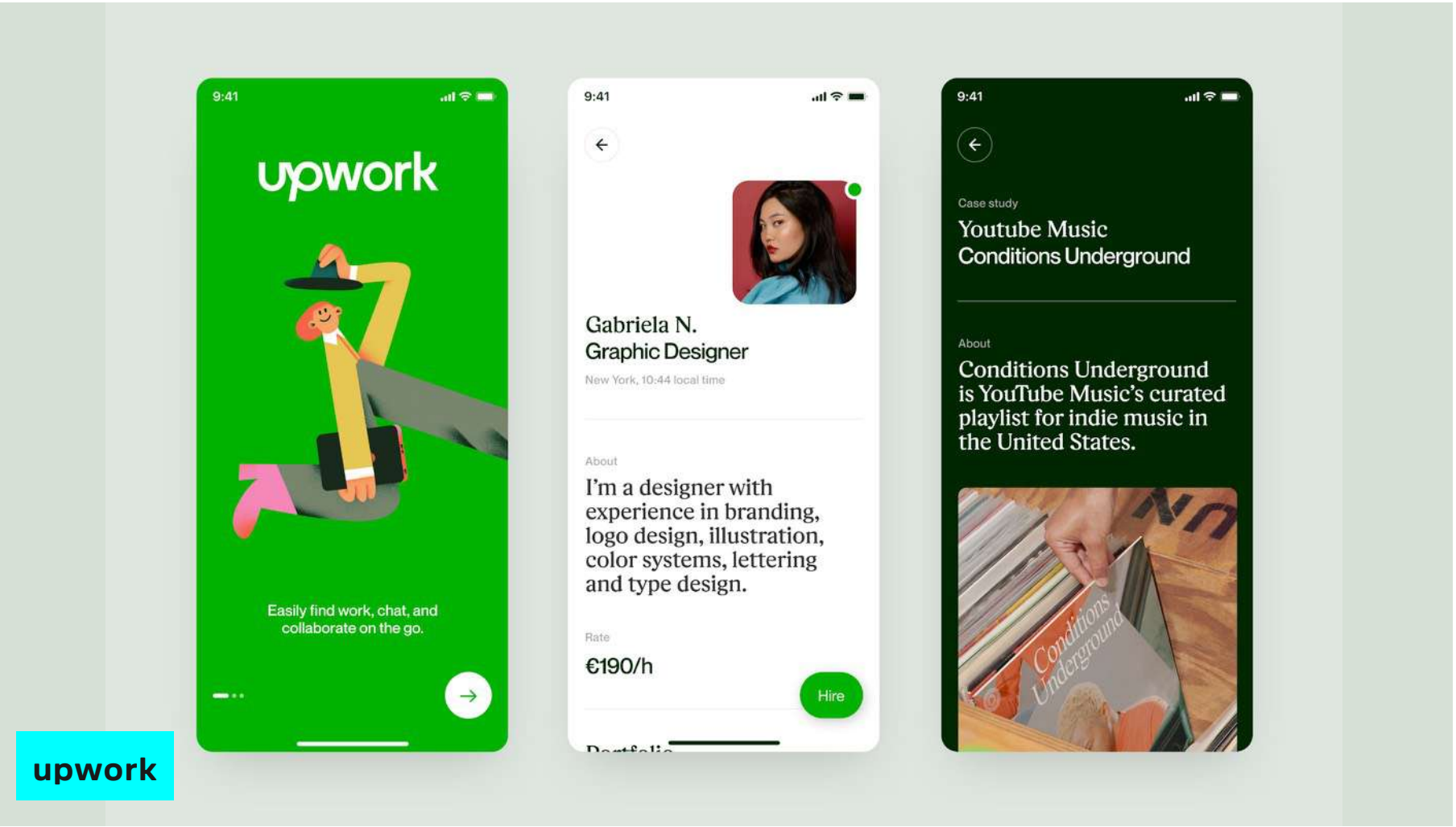
Tipografia

Cores

Estilo fotográfico

Elementos gráficos

Composições



composições

Sessão de inspiração com diversas peças de diferentes lugares, impressos e digitais.



grid de composição



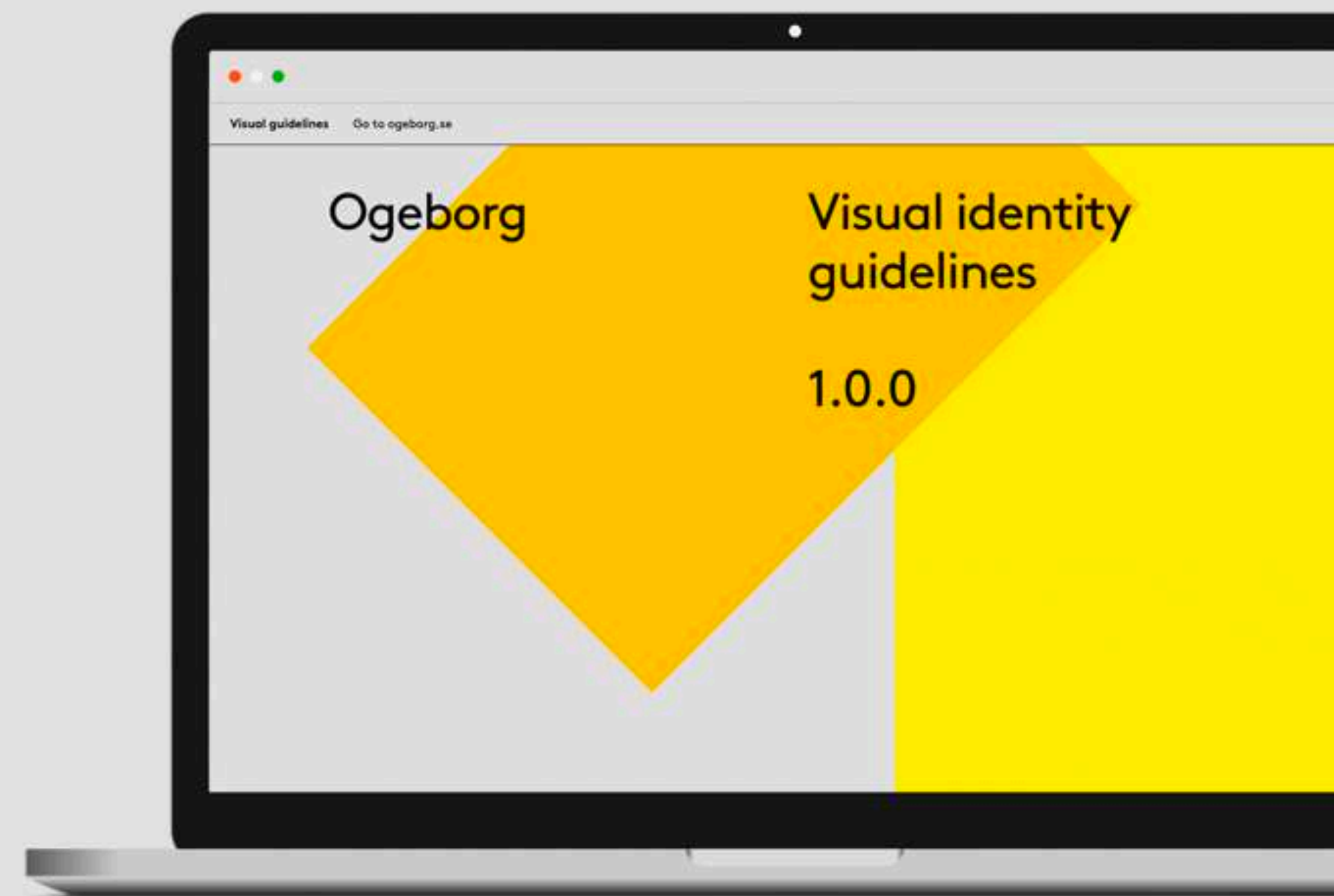
alinhado com a idv da marca

evolução do manual de marca

EVOLUÇÃO DO MANUAL DE MARCA

os manuais digitais promovem um mergulho digital na essência da marca, reunindo orientações essenciais para o uso, downloads dos elementos, exemplos de aplicações e templates que demonstram e auxiliam na consistência de marca.

Em termos de experiência do clássico manual de marcas o manual digital é um documento de acesso online que, de forma prática, pode ser utilizado através de um link por qualquer pessoa, ou, caso o cliente deseje, acessado somente através de uma senha.



Rápido, intuitivo, prático e extremamente profundo, ele facilita a compreensão e o uso da marca por qualquer que seja o usuário ou profissional que esteja tendo contato com a marca.

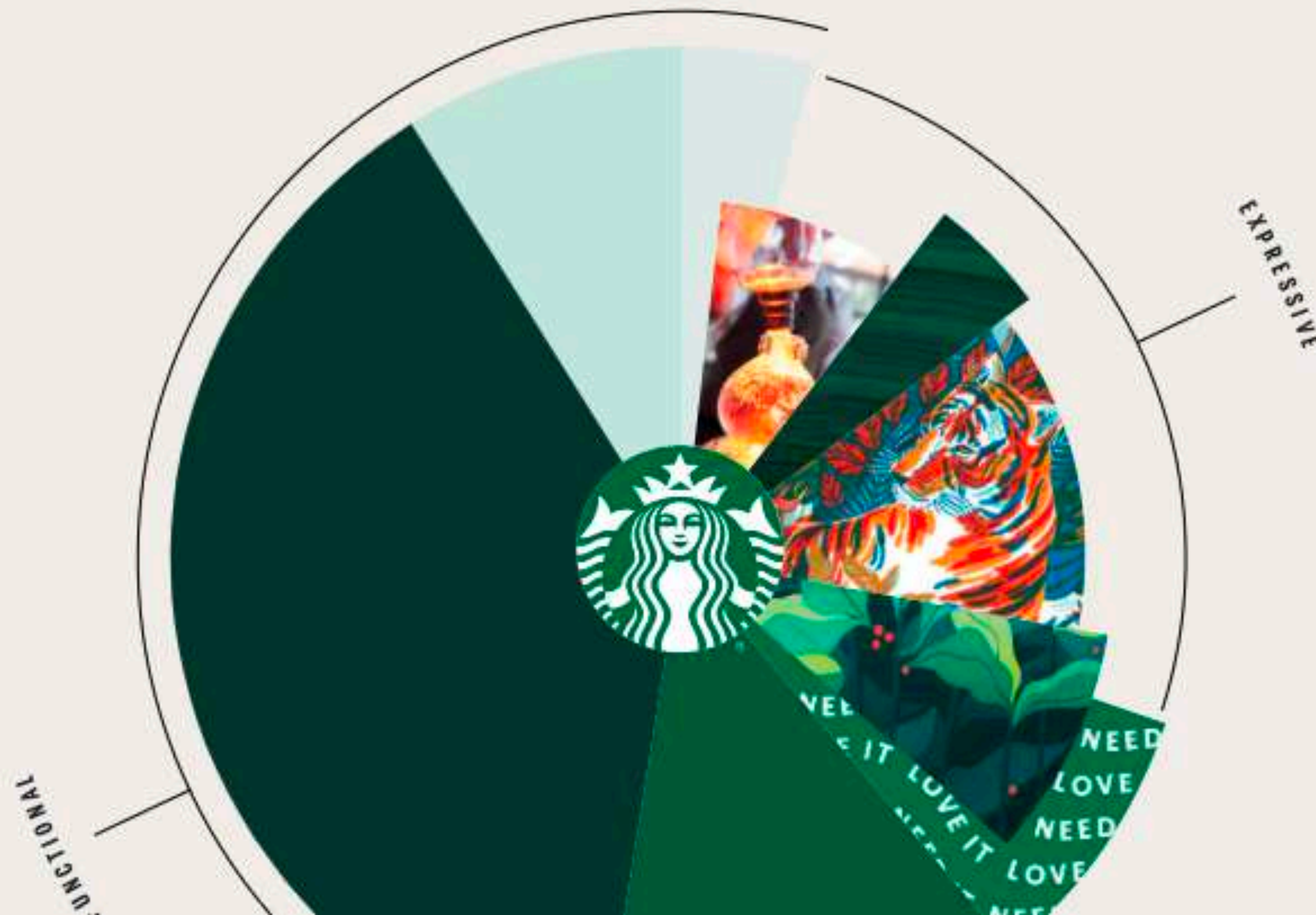
EVOLUÇÃO DO MANUAL DE MARCA

starbucks

creative.starbucks.com

A Starbucks se destaca devido ao seu brand equity, conseguindo aumentar a percepção de valor do cliente sob um produto somente por ter sua marca explicitada.

Resultado de um branding bem construído, pautado num manual acessível, claro, visual e com várias especificidades da marca. Passando por: logo, cor, voz, tipografia, ilustração e fotografia



We're quieting down the functional things so they can be most helpful—so customers will find exactly what they seek. This allows new news and priorities to come to the forefront through a more dynamic expression.

Expand below to see how expression can shift depending on channel.

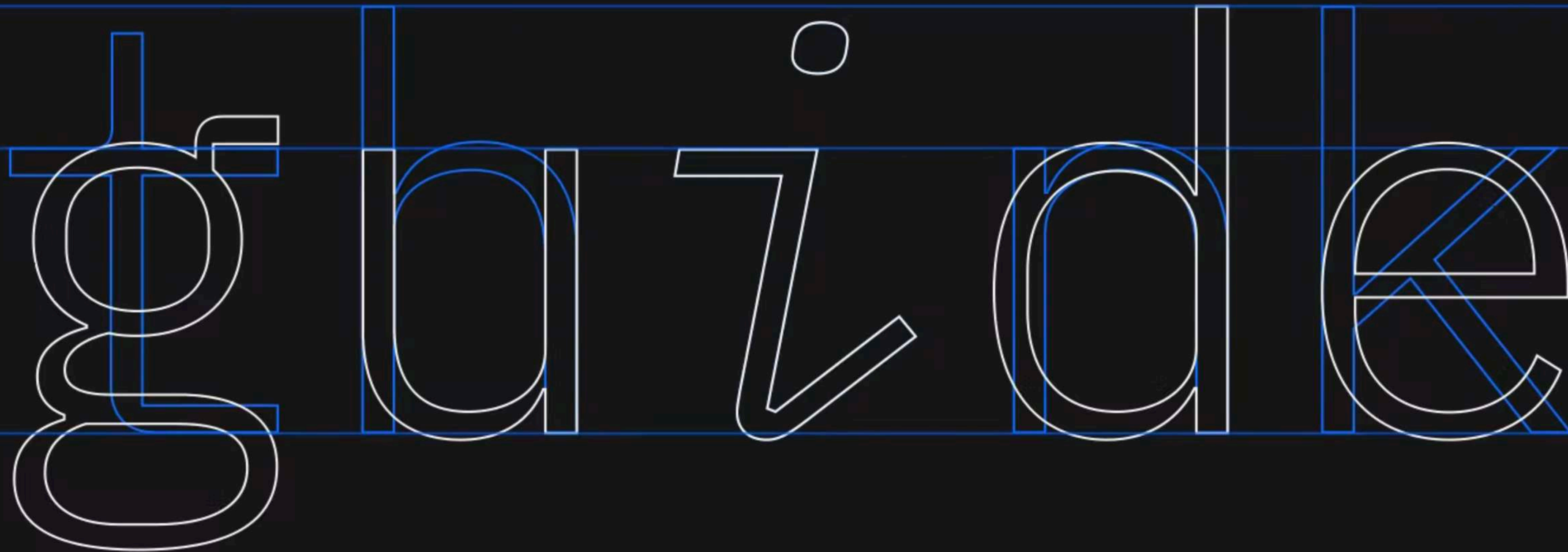
✓ OVERALL EXPRESSION

EVOLUÇÃO DO MANUAL DE MARCA

ibm

ibm.com/design

A IBM tem um manual de marca super completo e bem detalhado, tem uma navegação intuitiva e interativa. Tudo com bastantes dicas de aplicação e uma organização que transparece a filosofia da empresa.



EVOLUÇÃO DO MANUAL DE MARCA

uber
brand.uber.com

A Uber possui um guia de marca ótimo para gerar inspiração. O manual tem uma comunicação assertiva e mostra um padrão de qualidade nos pontos de contato.

Como nada acontece por acaso, o guia de marca da empresa tem uma ótima qualidade, sendo muito completo, envolvendo aspectos como: logo, tom de voz, iconografia, ilustrações, fotografias, tipografia, cores e etc.

Uber

Brand architecture

Logo

Color

Composition

Imagery



Motion

Tone of voice

Typography

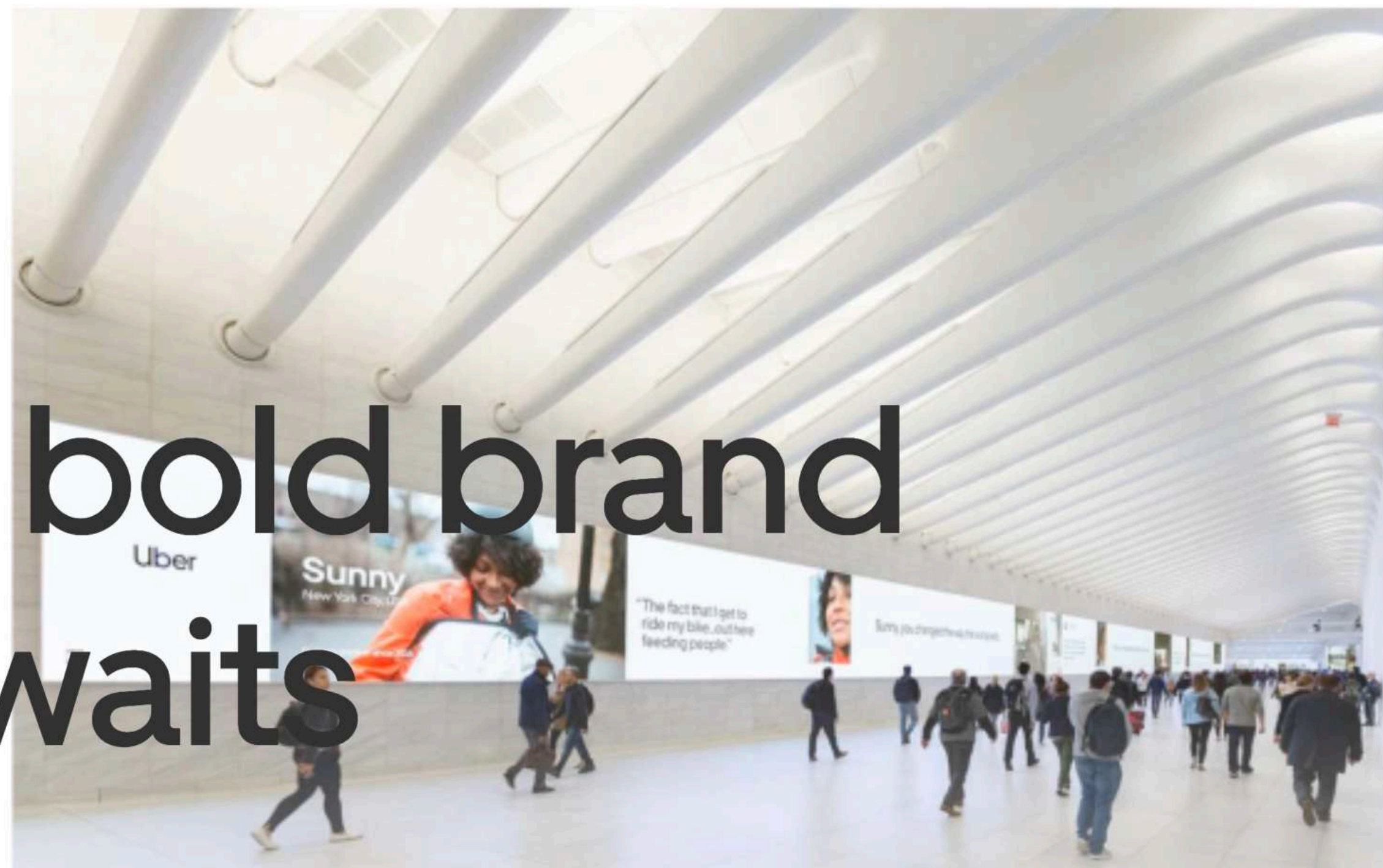
Downloads



EN

Visit Uber.com

A bold brand awaits



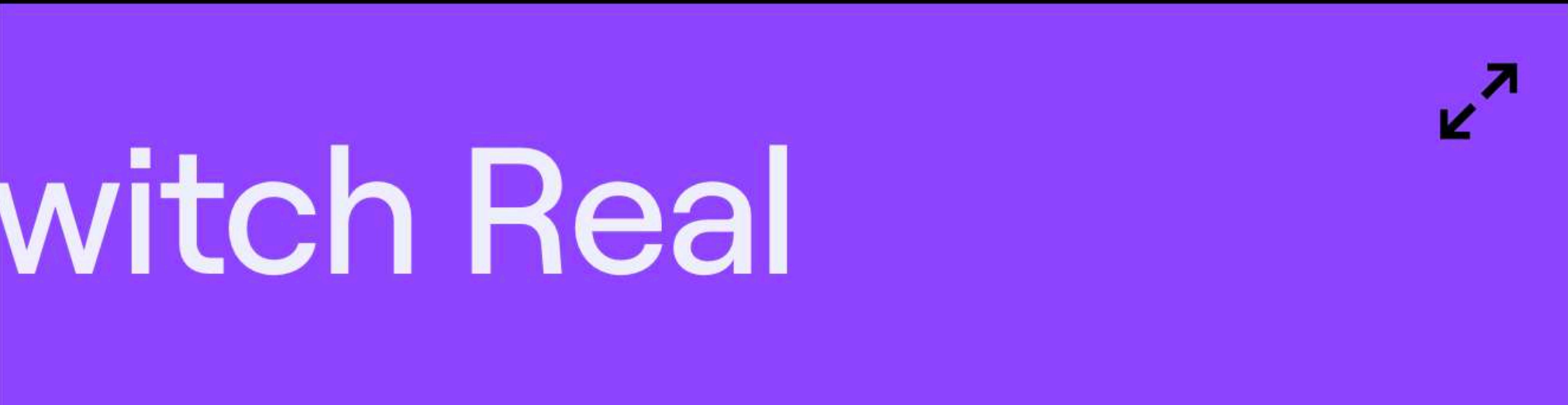
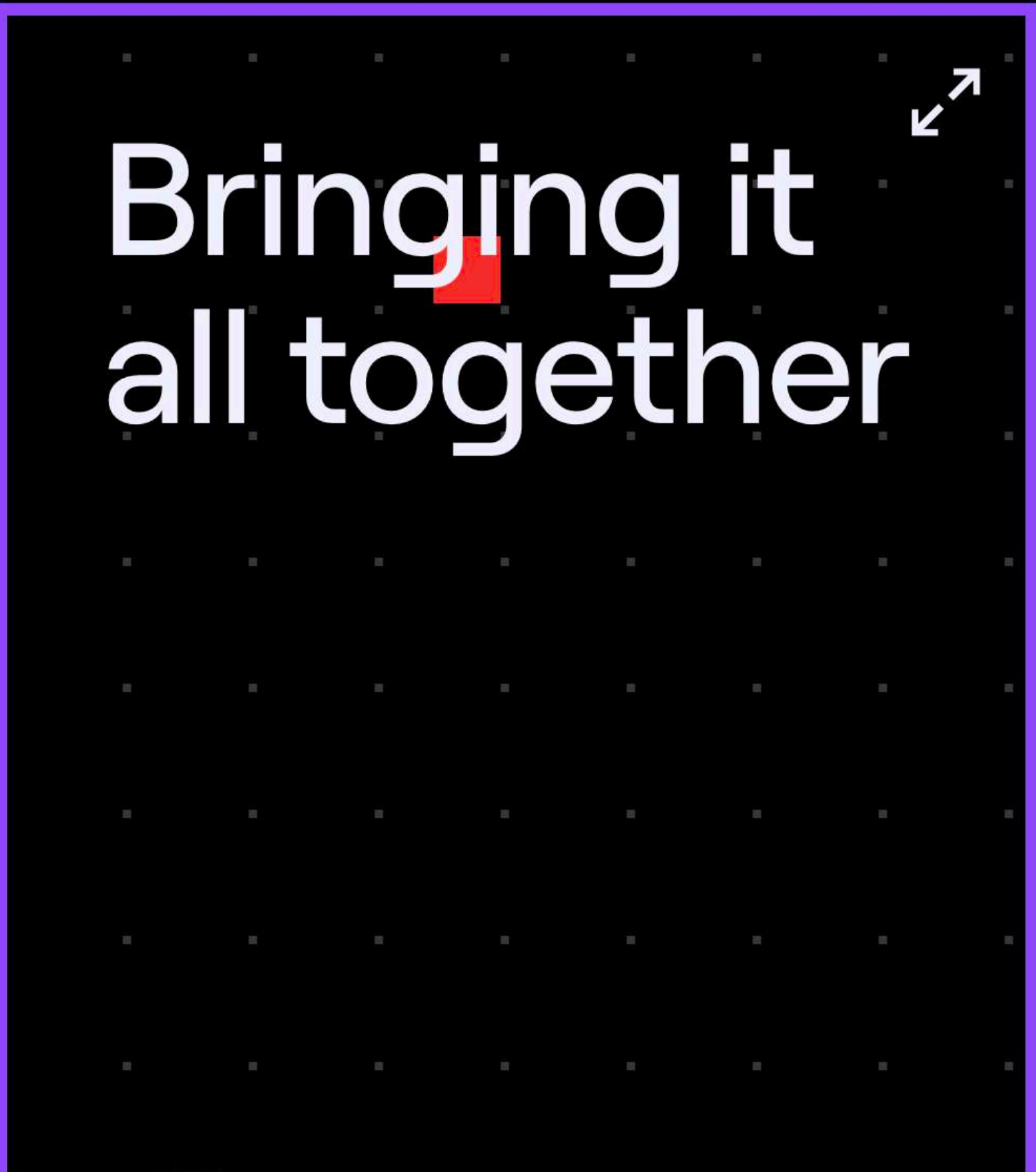
EVOLUÇÃO DO MANUAL DE MARCA

twitch

brand.twitch.tv

Um manual diferente e muito divertido é o da Twitch, empresa de streaming que tem foco em videogames. Vale a pena conferir para se inspirar ou admirar.


O diferencial está no storytelling que foi construído para navegação do leitor e preza muito pela interação, tendo até minigames em sua composição.



gaules: My G402 still going strong to this day

tduartefps: g pro weighs less then the ec2 and its wifi

dpacheco: i wonder who designed this stuff

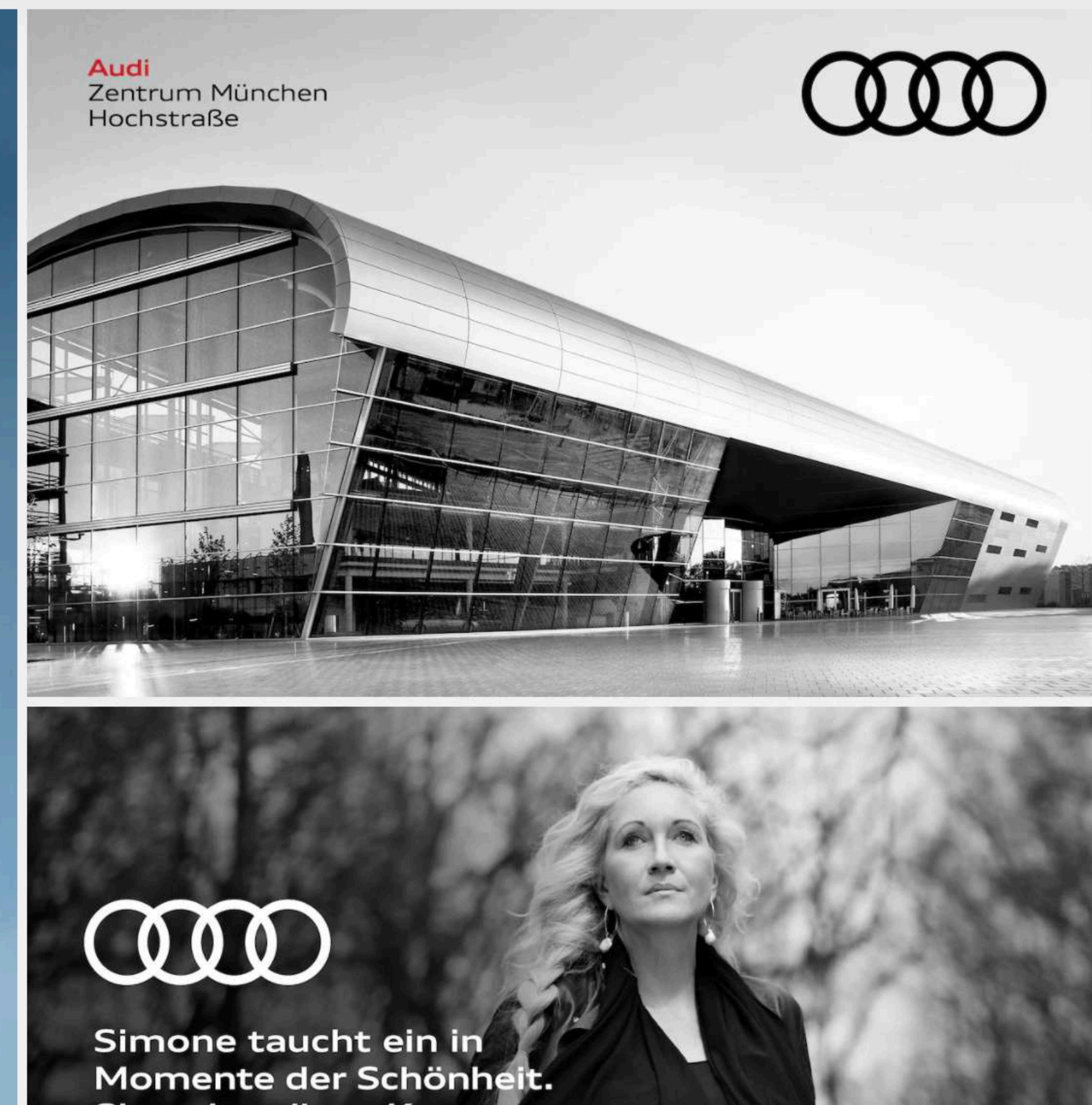
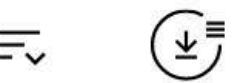
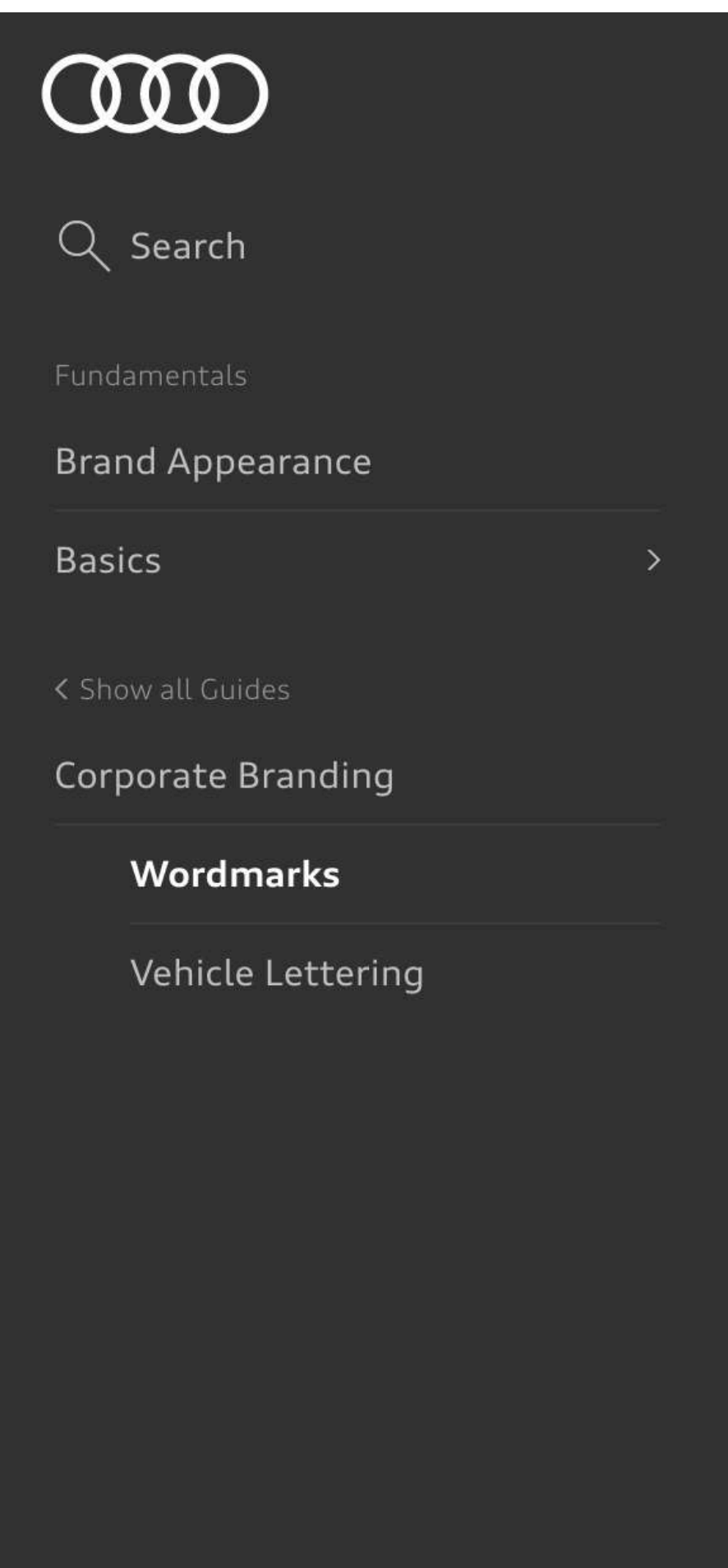


EVOLUÇÃO DO MANUAL DE MARCA

audi

[audi.com/renewed-brand](https://www.audi.com/renewed-brand)

A Audi tem um manual digital muito completo, deixando claro a evolução do guia de marca trazendo uma série de templates e exemplos de utilização da marca.



CURADORIA DO CONHECIMENTO

→ **brandoverview:**
@instagram

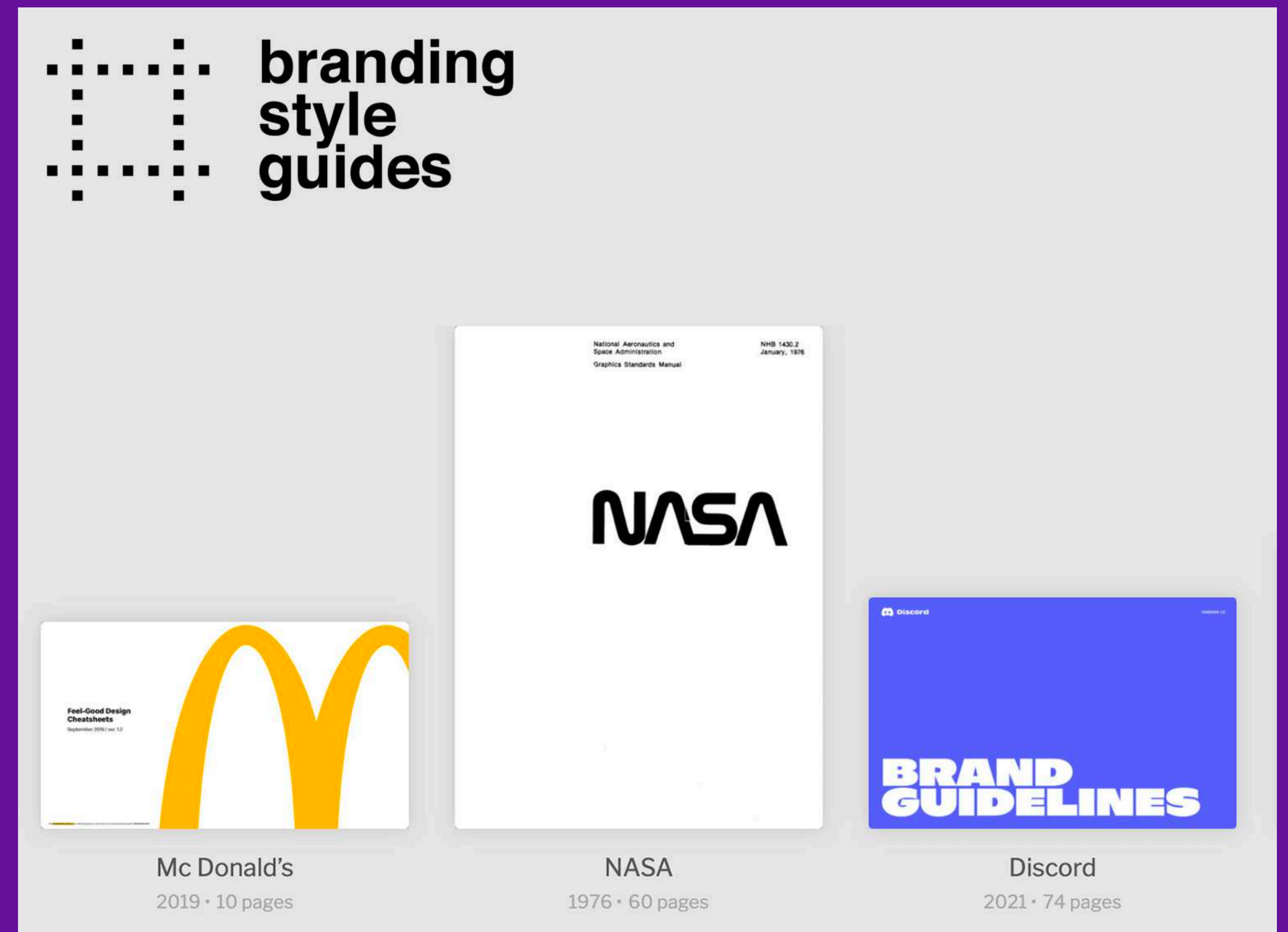
→ **site:**
brandingstyleguides.com

Desde 2019 o maior arquivo de guias com quase 2.000 guides de marca de Branding. Registro gratuito necessário para fazer o download.

conheça

→ **paulrand.design**
Site dedicado aos trabalhos do designer Paul Rand

conheça



branding &
identidade visual

—
OBRIGADO