

Diretrizes de uso por canais

1. Redes Sociais

Próximo, envolvente e sensorial. Deve refletir a essência da marca de forma acessível, inspiradora e visualmente atraente.

Legendas curtas e impactantes – Frases que evocam presença e sensorialidade.

Uso moderado de emojis – Apenas quando agregam leveza e conexão, sem exageros.

Uso de perguntas e chamadas reflexivas – Criamos diálogos, não apenas informamos.

Hashtags estratégicas – Priorizamos termos orgânicos e que tenham relevância com a comunidade.

Ex:

 **E se sua pele precisasse de menos para ser mais?**

Menos camadas. Mais conforto. Menos ruído. Mais presença.

Nutrir, não esconder. ✨

#Autocuidado #MenosÉMais #BelezaEssencial #PeleViva

Diretrizes de uso por canais

2. Email Marketing

Elegante, minimalista e objetivo. Criamos comunicações que agregam valor, sem excessos de informação ou autopromoção.

Assuntos curtos e diretos – Precisamos captar a atenção sem parecer invasivos.

Conteúdo relevante e bem estruturado – Informamos de maneira clara e envolvente.

Personalização sutil – Nome do cliente pode ser usado de forma natural.

Linguagem fluida e envolvente – Textos que criam conexão, sem serem frios ou distantes.

Ex: **Assunto: Sua pele sente. Você também.** ✨

🌿 **Beleza essencial para o seu ritual.**

O essencial nunca foi sobre quantidade, mas sobre qualidade. Criamos fórmulas que respeitam sua pele e o tempo que você dedica a ela.

A experiência começa no toque. Descubra.

 **Conheça mais**

Diretrizes de uso por canais

4. PDV

Aconchegante, sensorial e orientado à experiência. O contato físico com a marca deve reforçar nossa proposta de valor.

Foco na experiência sensorial – A comunicação deve incentivar o toque, a textura, o aroma.

Mensagens curtas e impactantes – O consumidor precisa absorver rapidamente o conceito da marca.

Linguagem acolhedora e convidativa – Criamos um ambiente seguro para explorar o autocuidado.

Ex: 👐 **Toque. Respire. Sinta.**

Sua pele não precisa de mais, precisa do essencial.

Menos passos. Mais presença.

✨ **Experimente aqui.**

Regras gramaticais

Para garantir consistência na comunicação, seguimos regras gramaticais específicas que refletem nossa essência.

1. Pessoa e Voz

Escrevemos na segunda pessoa do singular (“você”)

Nosso diálogo é direto e pessoal, sem formalidade excessiva.

Usamos a voz ativa

Frases diretas, sem construções complexas ou passivas que distanciem a mensagem.

Exemplo: “Criamos uma nova forma de enxergar o autocuidado.”

Regras gramaticais

Para garantir consistência na comunicação, seguimos regras gramaticais específicas que refletem nossa essência.

2. Tempo Verbal

Prioridade para o tempo presente

Queremos que o consumidor sinta que a experiência acontece agora.

Exemplo: “Nossos produtos respeitam sua pele.”

O futuro deve ser usado com propósito

Quando falamos de expectativa, transformação ou experiência sensorial.

Exemplo: “A cada uso, sua pele responderá com mais equilíbrio e vitalidade.”

Regras gramaticais

Para garantir consistência na comunicação, seguimos regras gramaticais específicas que refletem nossa essência.

3. Uso de Pronomes

Uso equilibrado de “você” e formas implícitas

Queremos proximidade sem soar repetitivos.

Exemplo: “Desde a primeira aplicação, sua pele sente a diferença.”

Não usamos pronomes de tratamento formais

Evitamos “Senhor(a)”, “Prezados”, pois queremos uma comunicação fluida e próxima.

Exemplo: “A cada uso, sua pele responderá com mais equilíbrio e vitalidade.”

Evitar o excesso de “nós”

O foco não é a marca, é a experiência do consumidor.

Exemplo: “Sua pele merece o essencial. Criamos um produto para isso.”

Regras gramaticais

Para garantir consistência na comunicação, seguimos regras gramaticais específicas que refletem nossa essência.

4. Substantivos e Adjetivos

Menos adjetivos, mais substantivos fortes

Nossos produtos falam por si. Usamos descrições objetivas e sensoriais, sem exageros.

Exemplo: “Hidratação profunda com toque leve.”

Usamos adjetivos sensoriais para descrever texturas e experiências

Queremos que o consumidor “sinta” a comunicação.

Exemplo: “Textura cremosa que desliza na pele como um toque de conforto.”

Adjetivos de valor devem ser objetivos

Quando usamos palavras como “puro”, “essencial”, “sofisticado”, é porque há um propósito real por trás.

Regras gramaticais

Para garantir consistência na comunicação, seguimos regras gramaticais específicas que refletem nossa essência.

5. Pontuação e Estrutura

Pontuação que reforça o ritmo e impacto

Frases curtas e diretas, muitas vezes separadas por pontos para enfatizar.

Exemplo: “Menos passos. Mais presença.”

Uso estratégico de reticências para pausa e convite à reflexão

Exemplo: “E se sua pele precisasse de menos para ser mais?...”

Uso pontual de interrogações para conexão com o leitor

Exemplo: “Por que o autocuidado virou uma obrigação?”

Evitamos exclamações excessivas

Nosso tom não precisa gritar para ser ouvido.

Exemplo: “Sua pele sente a diferença desde o primeiro toque.”

Uso moderado de vírgulas e semicolon (;)

A fluidez é importante, mas evitamos frases muito longas e fragmentadas.

Regras gramaticais

Para garantir consistência na comunicação, seguimos regras gramaticais específicas que refletem nossa essência.

6. Uso de Inglês e Estrangeirismos

O português é sempre priorizado

Mas podemos usar palavras estrangeiras quando fizer sentido para reforçar o conceito.

Exemplo: “Skincare sem concessões.” (quando o termo for amplamente compreendido)