

abc
da construção

MANUAL DE MARCA • 2024

Índice

1. Arquétipo
2. Slogan
3. Logotipo
4. Área de Proteção
5. Redução
6. Paleta de Cores
7. Normas e Usos
8. Usos Proibidos
9. Desfoque de Fundo
10. Ponto de Cor
11. Tipografia
12. Elementos
13. Moodboard
14. Proporção das Peças
15. Alinhamento de Assinatura

1. Arquétipo

O arquétipo dominante da ABC é Cuidador. Caracterizado por uma profunda preocupação com o bem-estar dos outros e o desejo de ajudar, proteger e cuidar. Marcas que adotam o arquétipo Prestativo geralmente buscam criar uma conexão emocional forte com seus clientes, oferecendo suporte, confiança e um sentido de segurança.

**Principais características das
marcas neste arquétipo:**

Confiabilidade - Empatia - Proteção - Comunidade

2. Slogan

Pensar em uma obra não é pensar apenas em materiais, tintas, acabamentos, mas também em quem vai habitar essas paredes, nas histórias que vão ser criadas ali, nos laços, nos bons momentos, na vida que ganha espaço em cada canto, em cada cômodo.

E por saber de tudo isso, que uma obra não é só uma obra, que temos orgulho de dizer, que somos uma marca diferente.

**ABC,
em cada
detalhe,
a gente
pensa
em você.**

3. Logotipo

O logotipo se mantém o mesmo para que possamos trazer a tradição e a solidez da marca. Juntamente ao logotipo, teremos o nosso slogan sempre presente nas peças, principalmente, as institucionais.

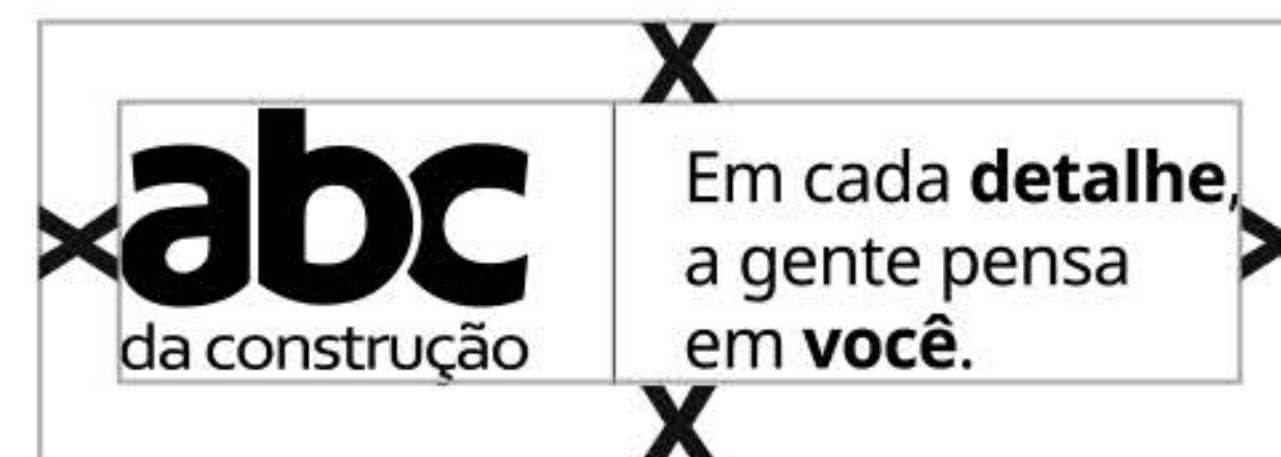


Em cada **detalhe**,
a gente pensa
em **você**.

4. Área de Proteção

A aplicação da marca deve respeitar as áreas estabelecidas com as seguintes regras:

1. Nenhum outro elemento deve ser inserido na área.
2. O campo de aplicação não deve ser menor do que o indicado ao lado.
3. Deverá ser adotada para todas as aplicações de marca.



5. Redução

Para assegurar a legibilidade da marca, foi definido um tamanho mínimo de aplicação para o impresso e o digital:



6. Paleta de Cores

O vermelho ABC vai aparecer em todas as peças se misturando às cenas, através de filtros e detalhes, representando a presença da ABC na vida de nossos clientes, fazendo parte dessa construção de rotina, do lar.

#131313

R19 G19 B19
C73 M67 Y66 K81

#ffffff

R255 G255 B255
C0 M0 Y0 K0

#c80c1e

R200 G12 B30
C16 M100 Y100 K5

7. Normas e usos em fundos



Em cada **detalhe**,
a gente pensa
em **você**.



Em cada **detalhe**,
a gente pensa
em **você**.



Em cada **detalhe**,
a gente pensa
em **você**.



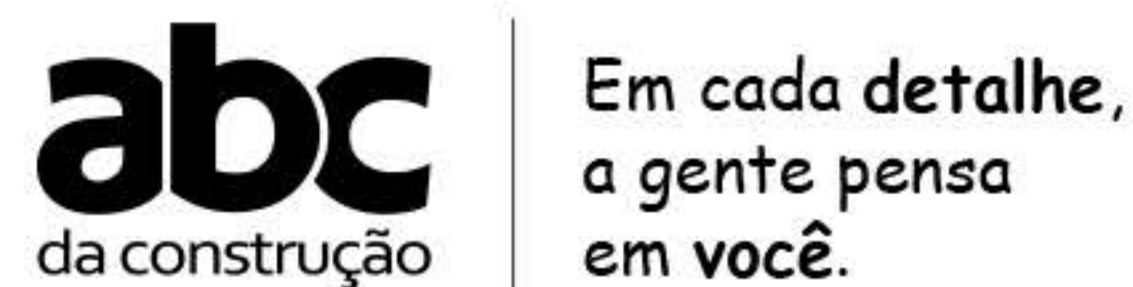
Em cada **detalhe**,
a gente pensa
em **você**.

8. Usos Proibidos

Para preservar a identidade visual proposta pela marca, é proibido:

1. Alterar as cores padrão
2. Inverter as cores
3. Distorcer
4. Rotacionar
5. Marca fora da área de respiro
6. Alteração da tipografia
7. Inversão de posição dos elementos de marca

Exemplos:



9. Desfoque de fundo

Para os backgrounds das peças, vamos usar fotos de ambientes com um desfoque para que as informações da mesma fiquem com uma boa legibilidade e para mantermos os padrões em todas as peças.

Photoshop

Filter > Blur > Gaussian Blur

Desfoque de 10% até 15%*

*Proporção de desfoque feito em uma peça 1920x1080px.
Dependendo do formato do arquivo, analisar o arquivo base e colocar um desfoque que fique de acordo com as peças exemplo.



Imagem Original



Imagem Desfocada

10. Ponto de Cor

Usaremos backgrounds que tenham pontos de luz vermelha através dos bancos de imagens.

Esse ponto de luz deve estar em algum dos quatro cantos da peça para que seja apenas um detalhe pontual.

Lembrando que conseguimos mudar a cor dos feixes de luz através da ferramenta HUE do Photoshop.

Para essa luz se comportar bem no layout, usaremos o modo de mesclagem soft light e devemos analisar peça por peça a questão da opacidade da camada.

Podemos usar também as máscaras para suavizar o vermelho em cima de pessoas e produtos.

Obs: garantir que o ponto de cor seja na cor vermelha e se aproxime de todas as referências apresentadas



Aplicação Filtro Correto



Aplicação Filtro Incorreto

11. Tipografia

É utilizada a fonte Noto Sans e todos os seus pesos. Ela pode ser utilizada em caixa baixa ou alta, com alteração no espaçamento entre letras.

É uma tipografia clássica, mas que traz modernidade e força para as peças.

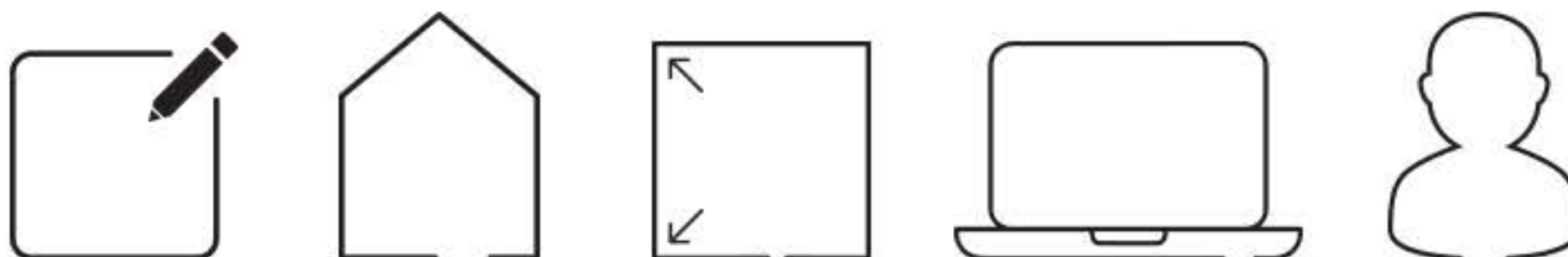
Noto Sans

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Xx Ww Yy Zz
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
? ! @ & % \$: ; . , < " { } []

 fazer download

12. Elementos

Além das fotos humanizadas, grandes protagonistas da nova identidade, vamos trazer elementos gráficos que remetam ao universo da ABC e dos públicos. Esses elementos serão variáveis, podendo ser criadas e utilizadas novas variações de acordo com o tema abordado em cada peça. Exemplos:



13. Moodboard

Buscamos trazer a humanização como grande destaque, pessoas, famílias interagindo, tendo a casa como principal cenário, representando o nosso cuidado para garantir que tudo ocorra bem durante o processo de uma obra, para que o resultado final fique do jeito que o cliente sonhou.

Sempre que possível, mostrar pessoas reais dentro do ambiente ABC, recebendo o apoio dos consultores e podendo escolher cada detalhe do seu lar dos sonhos.



14. Proporções das peças

A seguir temos regras e aplicações para serem usadas nas peças criadas para que possamos manter a unidade e a coerência entre elas.

14.1 - Imagens x Título

14.2 - Diagramação do Título

14.3 - Palavras-Chave

14.4 - Elementos x Imagens

14.1. Imagens x Título

Os itens centrais das peças são: as pessoas, os elementos e o título. Quando combinados, cria-se uma unidade entre as peças e, para que essa unidade se mantenha, precisamos equilibrar sempre a proporção entre eles para que todos tenham o mesmo destaque.

Podemos usar como base para o tamanho do texto a altura dos elementos que vamos utilizar, juntamente, com nossos personagens.

Obs: Fique de olho no espaçamento entre as linhas para que os textos não fiquem sem respiro, prejudicando a leitura.

Exemplos:



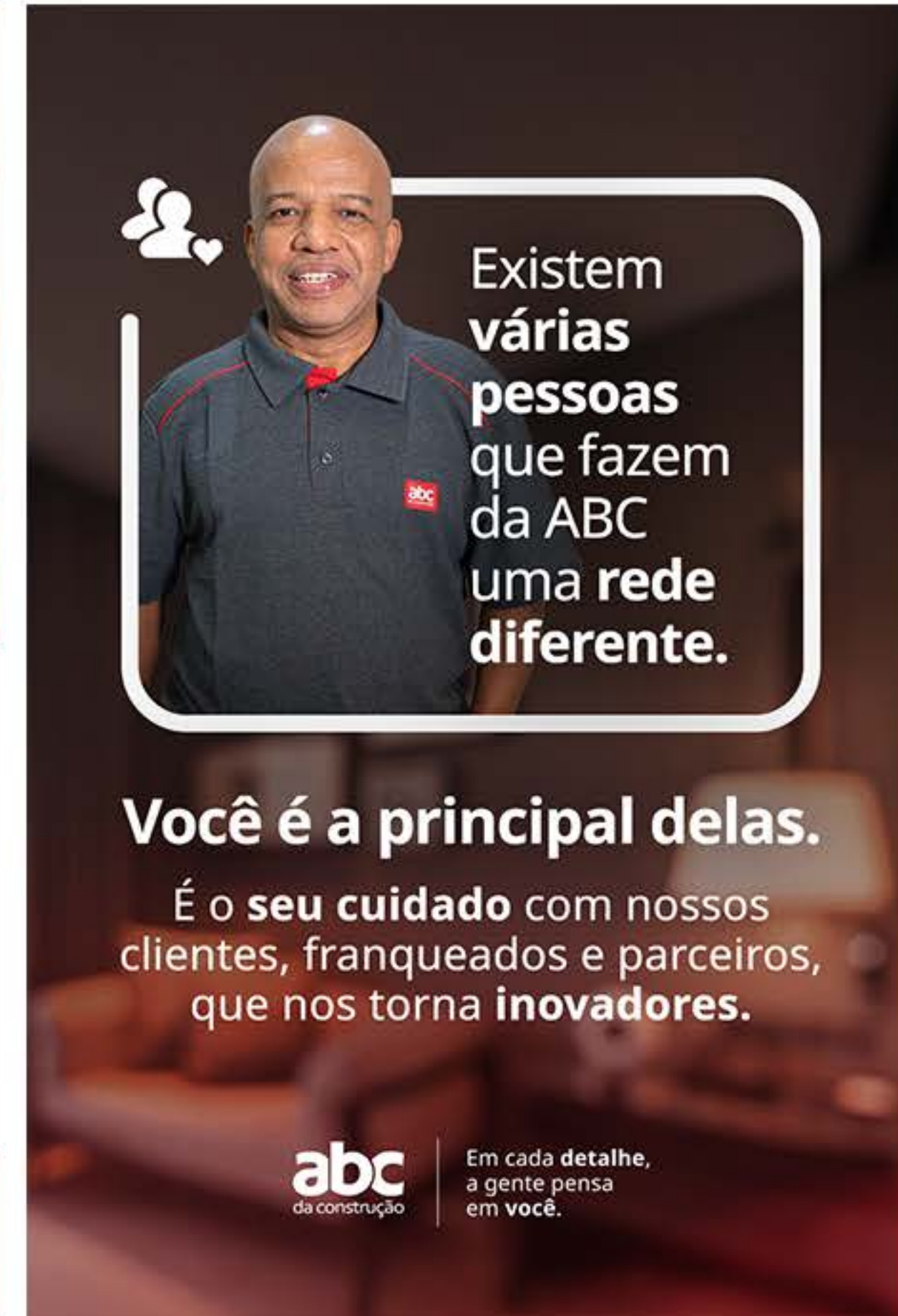
Em cada detalhe, a gente pensa nas pessoas.

A partir de agora, a comunicação da ABC vai trazer cada vez mais o nosso foco nas pessoas. Afinal, cuidar delas é a maior missão que assumimos em nosso modelo de vendas assistidas. Não é só sobre o produto. Nós enxergamos que o nosso cliente não quer um porcelanato, e sim, ver a casa pronta. E é para isso que trabalhamos, para otimizar cada etapa para que ele chegue logo no melhor momento de uma obra, ver tudo concluído. E já que estamos falando em pessoas, gostaríamos de agradecer a cada um de vocês do time, que nos ajudam diariamente a assistir nossos públicos, seja o interno, final, franqueado ou especificador.

A sua parceria e dedicação fazem a diferença!
#SomosABC

abc
da construção

Em cada detalhe, a gente pensa em você.



Existem várias pessoas que fazem da ABC uma rede diferente.

Você é a principal delas.

É o seu cuidado com nossos clientes, franqueados e parceiros, que nos torna **inovadores.**

abc
da construção

Em cada detalhe, a gente pensa em você.

14.2. Diagramação do Título

Os títulos e suas aplicações vão variar de acordo com o texto criado para cada peça.

Sempre que possível

Possuir um título não muito extenso para que possamos fazer uso dele em cima dos objetos centrais da peça (pessoas e elementos).

Diagramação: Dividir a frase em dois blocos, começando da esquerda pra direita para maior fluidez na leitura.

Se não for possível

Quando essa diagramação não for possível, podemos diagramar esse texto para direita ou abaixo desses elementos.

Exemplo de aplicação ideal do título



A woman is shown in a white-bordered frame. The text "Em cada detalhe, a gente pensa nas pessoas." is split: "Em cada detalhe," is on the left and "a gente pensa nas pessoas." is on the right, with a small person icon above the second part.

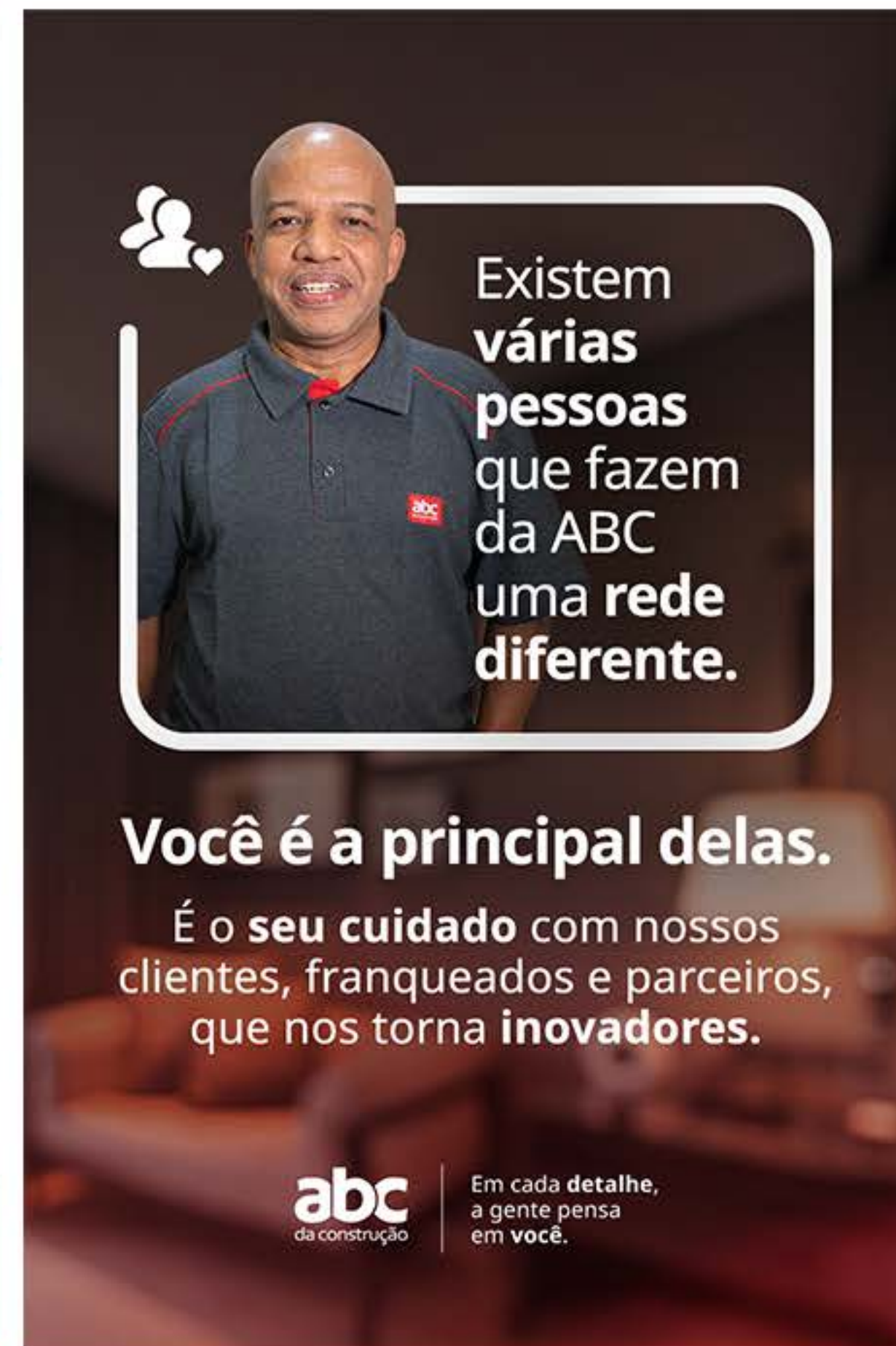
A partir de agora, a comunicação da ABC vai trazer cada vez mais o nosso foco nas pessoas. Afinal, cuidar delas é a maior missão que assumimos em nosso modelo de vendas assistidas. Não é só sobre o produto. Nós enxergamos que o nosso cliente não quer um porcelanato, e sim, ver a casa pronta. E é para isso que trabalhamos, para otimizar cada etapa para que ele chegue logo no melhor momento de uma obra, ver tudo concluído. E já que estamos falando em pessoas, gostaríamos de agradecer a cada um de vocês do time, que nos ajudam diariamente a assistir nossos públicos, seja o interno, final, franqueado ou especificador.

A sua parceria e dedicação fazem a diferença!
#SomosABC

abc
da construção

Em cada detalhe,
a gente pensa
em você.

Exemplo de aplicação alternativa quando o título for extenso



A man is shown in a white-bordered frame. The text "Existem várias pessoas que fazem da ABC uma rede diferente." is on the right, with a small group of people icon above it.

Você é a principal delas.

É o **seu cuidado** com nossos clientes, franqueados e parceiros, que nos torna **inovadores**.

abc
da construção

Em cada detalhe,
a gente pensa
em você.

14.3. Palavras-chave

Percebemos também a utilização do **bold** da nossa tipografia em palavras-chave das nossas peças. É importante compreender as palavras de maior relevância no texto criado e dar o devido destaque a elas sempre pensando em quem você quer atingir com aquele texto.

Exemplos:

Em cada **detalhe**,
a gente pensa nas **pessoas**.

Existem **várias pessoas** que
fazem da ABC, uma **rede diferente**.
Você é a principal delas.

Desde o **projeto** até o
“-**Nossa ficou perfeito**”.

Toda **casa dos sonhos**
começa com uma **obra**.

A ABC cuida de tudo para que **você invista**
na parte mais importante do seu negócio:
nosso cliente.

14.4. Elementos x Imagens

Para dar continuidade a essa unidade visual, devemos utilizar os elementos junto com os personagens.

Lembrando que esses elementos devem estar sempre envolvendo os personagens na peça, mas com o cuidado de manter uma parte deles para fora, para que se crie equilíbrio e fluidez no layout.





Recap

1. Elemento envolvendo personagem da peça, mas sem dar a sensação de que ele está “preso”. Para isso, sempre utilizar parte desse personagem para fora do elemento escolhido.

2. Sempre que possível, título menor para que possamos diagramar dessa maneira que está ao lado: em dois blocos de texto, da esquerda pra direita e de cima pra baixo.

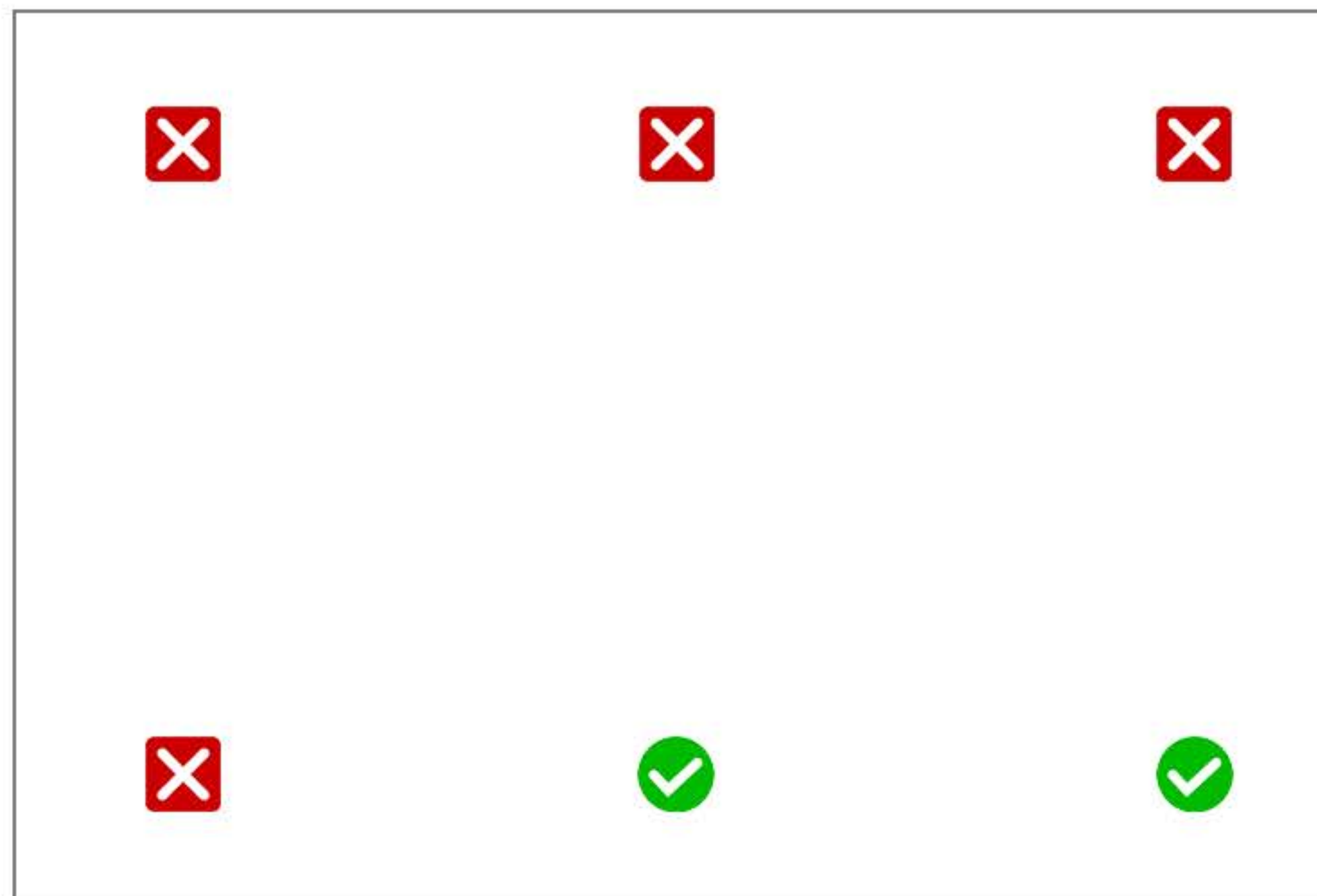
Obs: Lembre-se do espaçamento entre as linhas para melhorar a leitura do texto e utilizar a tipografia **Noto Sans**.

3. Lembrar que o filtro vermelho tem que ser utilizado, mas é preciso estar atento para que ele não fique muito forte e nem em cima de coisas importantes da peça como personagem e produtos.

4. Para o padrão de assinatura, veremos a seguir.

15. Alinhamento de assinatura

Para unificar as peças, as assinaturas deverão ser feitas na direita inferior ou no meio inferior, dependendo da diagramação da peça (lembrando sempre da área de respiro com a marca). Mas em outros lugares, esse uso está proibido.



abc
da construção