

# Manual de Marca MarcBuddy

## Guia Completo de Identidade Visual e Comunicação

### Prefácio

Este manual é o guia definitivo para a identidade da marca MarcBuddy. Ele foi cuidadosamente elaborado para garantir que todos os elementos visuais, verbais e de comunicação da marca sejam aplicados de forma consistente em todos os pontos de contato com o cliente, construindo uma marca forte, coesa, memorável e profissional.

Cada seção deste manual fornece diretrizes precisas sobre como usar, reproduzir e aplicar os elementos da marca. Conformidade com estas diretrizes é essencial para manter a integridade da marca.

## PARTE 1: FUNDAMENTOS DA MARCA

### 1. O Conceito da Marca

#### 1.1 Essência e Propósito

**MarcBuddy** não é apenas uma ferramenta. É um **parceiro criativo** que entende os desafios únicos de designers e profissionais criativos.

##### Propósito Principal:

Eliminar o atrito do fluxo de trabalho, permitindo que criatividade flua sem interrupções.

##### Posicionamento:

MarcBuddy capacita designers a focarem no que realmente importa: **a criação**. Não substitui o designer; empodera-o, facilitando a execução de tarefas complexas e repetitivas.

##### Promessa de Marca:

"Seu fluxo de trabalho criativo, potencializado por ferramentas inteligentes."

#### 1.2 Slogan Oficial

**"O seu parceiro criativo. Ferramentas essenciais para designers. Otimizando seu fluxo de trabalho."**

Este slogan encapsula a proposta de valor tríplice:

- 1. Parceria** – Relação humana e de confiança
- 2. Essencialidade** – Não é supérfluo; é necessário
- 3. Otimização** – Resultado palpável: tempo economizado

## 1.3 Valores de Marca

Valor	Definição	Aplicação
<b>Empatia</b>	Entender as dores do designer	Comunicação acessível, suporte humanizado
<b>Excelência</b>	Ferramentas de qualidade premium	Produto polido, sem bugs, performático
<b>Inovação</b>	Estar à frente das tendências	Novos plugins, recursos beta, feedback loops
<b>Transparência</b>	Clareza nos preços, políticas e atualizações	Comunicação honesta, changelog detalhado
<b>Comunidade</b>	Conectar criativos entre si	Newsletter, comentários, recursos compartilhados

## 1.4 Voz e Tom da Marca

**Personalidade da Marca:** Um amigo especialista – alguém que você confia, que sabe do assunto e que te ajuda com entusiasmo.

### Características da Voz:

- **Empática** – Entende seus desafios; não é robótica
- **Encorajadora** – Inspira confiança; celebra sucessos
- **Descomplicada** – Explica sem jargão; acessível para todos
- **Profissional** – Mantém credibilidade; não é amadora
- **Humana** – Usa linguagem natural; ocasionalmente informal

### Exemplos de Tom em Diferentes Contextos:

Contexto	Exemplo
<b>Erro de usuário</b>	"Oops! Parece que a chave expirou. Sem problemas, renove seu plano aqui."
<b>Sucesso</b>	"Uau! Você extraiu uma paleta incrível dessa imagem!"
<b>Suporte</b>	"Estou aqui para ajudar! Qual é o seu desafio?"
<b>Newsletter</b>	"Olá! Veja as 3 maiores tendências de design esta semana..."
<b>Admin</b>	"Relatório de dezembro consolidado. Ver detalhes"

## 2. Promessa e Diferenciadores

### 2.1 Promessa de Marca

"Dê aos seus designers as ferramentas que eles precisam para criar melhor e mais rápido."

## 2.2 Diferenciadores Competitivos

1. **Integração Profunda** – Plugins nativos que vivem dentro do Adobe/Figma, não fora
2. **Ferramentas Web Gratuitas** – Utilidade imediata sem paywall
3. **Comunidade Criativa** – Newsletter + conteúdo + comentários (não apenas softwares)
4. **Plano para Times** – Suporte a equipes com controle de acesso
5. **Suporte Premium** – Respostas rápidas do amigo especialista
6. **Precificação Justa** – Baseada em valor; sem surpresas

# PARTE 2: IDENTIDADE VISUAL

## 3. Sistema de Logo

### 3.1 O Buddy Mark (Logo Principal)

#### Conceito:

O logo é um símbolo minimalista de linha única e contínua que une as letras "M" e "B" em um formato amigável. O design é profissional, mas com um sorriso sutil, tornando-o acessível e memorável.

#### Elementos:

- Linha única contínua (sem preenchimento)
- Raio de curvatura suave (estilo arredondado)
- Sorriso sutil implícito no design
- Proporções quadradas (adaptável)

#### Uso:

- Como marca de website
- Como favicon
- Como ícone em redes sociais
- Como watermark em conteúdo

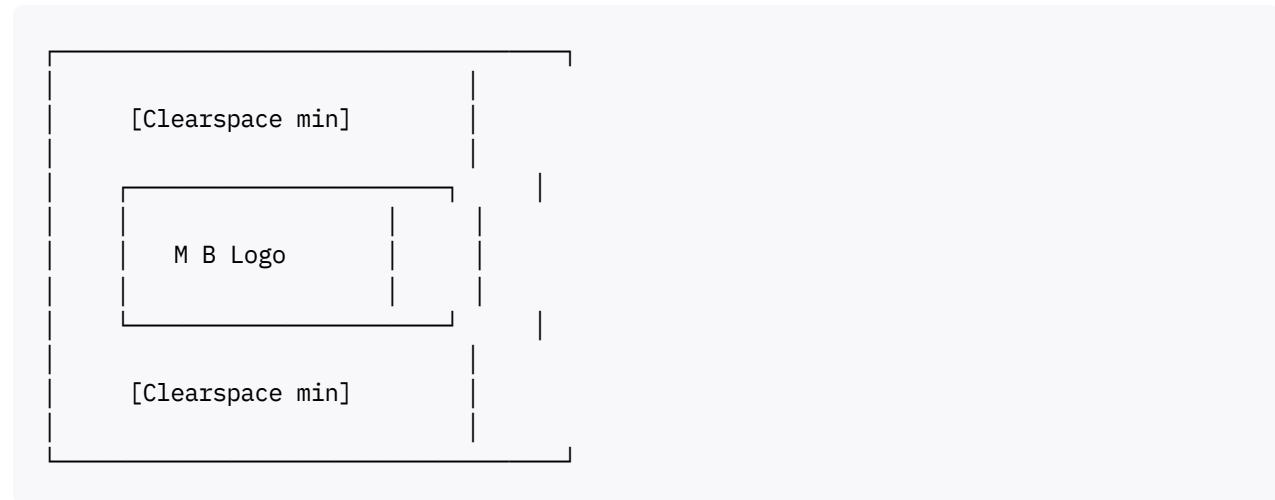
#### Versões do Logo:

Versão	Uso
Logo Horizontal	Websites, cabeçalhos, apresentações
Logo Quadrado	Favicon, ícones, avatares
Logo com Tipografia	Marketing, print, apresentações formais
Logo Monocromático Preto	Documentos impressos, assinaturas de email
Logo Monocromático Branco	Fundos escuros, overlays

### 3.2 Espaçamento Mínimo (Clearspace)

O logo deve ter sempre um espaço livre mínimo ao redor para garantir legibilidade e impacto visual.

**Regra:** O espaço mínimo é equivalente a **25% do tamanho da altura do logo**.



### 3.3 Redimensionamento

- **Tamanho Mínimo:** 32px (tela), 10mm (print)
- **Tamanho Máximo:** Sem limite, mas manter proporções
- **Escala:** Sempre manter proporções 1:1

**Nunca:**

- ✗ Distorcer ou esticar o logo
- ✗ Comprimir ou condensar
- ✗ Rotacionar (exceto ícone que pode ter pequenas rotações contextuais)
- ✗ Adicionar efeitos (sombra, reflexo) sem documentação
- ✗ Usar versão de baixa resolução

**Sempre:**

- ✓ Usar SVG para web (escalável)
- ✓ Usar PNG 300dpi para print
- ✓ Fornecer espaço livre
- ✓ Testar legibilidade em múltiplos tamanhos

## 4. Paleta de Cores

## 4.1 Cores Primárias

### Verde Vibrante (Action Green)

- **Hex:** #87c508
- **RGB:** 135, 197, 8
- **CMYK:** 32%, 0%, 95%, 23%
- **HSL:** 74°, 96%, 40%
- **Uso:** CTAs, botões primários, destaque, ação

### Azul Marinho (Trust Blue)

- **Hex:** #011526
- **RGB:** 1, 21, 38
- **CMYK:** 97%, 45%, 0%, 85%
- **HSL:** 209°, 95%, 8%
- **Uso:** Fundo principal, textos primários, cabeçalhos

### Off-White (Clean White)

- **Hex:** #F5F5F5
- **RGB:** 245, 245, 245
- **CMYK:** 0%, 0%, 0%, 4%
- **HSL:** 0°, 0%, 96%
- **Uso:** Superfícies secundárias, contraste, clareza

## 4.2 Paleta Estendida

### Cinzas Neutros (Accessibility)

Nome	Hex	RGB	Uso
Gray-100	#EBEBEB	235, 235, 235	Borders leves
Gray-300	#C4C4C4	196, 196, 196	Dividers, separadores
Gray-500	#7A7A7A	122, 122, 122	Texto secundário
Gray-700	#3A3A3A	58, 58, 58	Texto primário (alt)

## Cores de Status

Status	Hex	RGB	Uso
Success	#10B981	16, 185, 129	Confirmação, ativo
Warning	#F59E0B	245, 158, 11	Alerta, atenção
Error	#EF4444	239, 68, 68	Erro, bloqueio
Info	#3B82F6	59, 130, 246	Informação, dica

## 4.3 Aplicação de Cores

### Recomendações de Contraste (WCAG AA):

- Texto sobre verde vibrante: **Preto ou Azul Marinho**
- Texto sobre azul marinho: **Off-white ou verde vibrante**
- Texto sobre off-white: **Azul marinho ou gray-700**

### Exemplo de Hierarquia Visual:



## 5. Tipografia

### 5.1 Fonte Principal: Nunito

**Uso:** Títulos, slogans, CTAs, destaque

#### Características:

- Família: Sans-serif
- Estilo: Geométrica, arredondada, amigável
- Pesos disponíveis: 300 (Light), 400 (Regular), 600 (SemiBold), 700 (Bold)
- Licença: Open Source (Google Fonts)

## **Quando usar Nunito:**

- H1, H2, H3 (títulos)
- Slogans e taglines
- Botões e CTAs
- Destaque em cards
- Headlines de newsletter

## **Exemplo de Hierarquia com Nunito:**

H1 (Nunito 700, 48px): MarcBuddy – O seu parceiro criativo  
H2 (Nunito 600, 32px): Ferramentas Essenciais para Designers  
H3 (Nunito 600, 24px): Plugins Profissionais  
Body text (Nunito 400, 16px): [Descrição em Poppins]

## **5.2 Fonte Secundária: Poppins**

**Uso:** Corpo de texto, descrições, parágrafos, dados

### **Características:**

- Família: Sans-serif
- Estilo: Geométrica, moderna, legível
- Pesos disponíveis: 300, 400, 500, 600, 700
- Licença: Open Source (Google Fonts)

### **Quando usar Poppins:**

- Parágrafos e corpo
- Labels e descrições
- Valores e dados numéricos
- Textos de suporte
- Emails e newsletters

### **Tamanhos Recomendados:**

Elemento	Tamanho	Peso	Linha	Uso
<b>Body</b>	16px	400	1.5	Padrão
<b>Small</b>	14px	400	1.4	Labels, hints
<b>Caption</b>	12px	400	1.3	Footnotes
<b>Label</b>	14px	600	1.5	Form labels

## 5.3 Fonte Monoespacial: JetBrains Mono

**Uso:** Código, license keys, valores técnicos

**Exemplo:**

```
License Key: MBK-X7K9-P2Q8-R5T6-U9V0  
Comando: npm install marchbuddy-plugin
```

## 6. O Mascote

### 6.1 Conceito e Personalidade

**Nome:** Buddy (ou "Marc" é o nome completo: Marc Buddy)

**Personalidade:**

- Amigável e acessível
- Inteligente e confiável
- Energético mas profissional
- Sempre pronto para ajudar

**Estilo Visual:**

- Linha única e contínua (similar ao logo)
- Cantos arredondados
- Expressões simples mas emotivas
- Sem preenchimento complexo (minimalista)

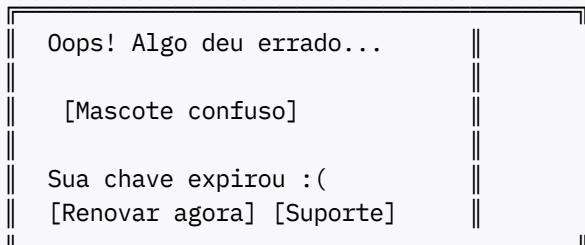
### 6.2 Expressões e Usos

Expressão	Uso
<b>Feliz/Soridente</b>	Sucesso, conclusão, celebração
<b>Pensativo</b>	Processando, carregando, pensando
<b>Confuso</b>	Erro, problema, necessidade de ajuda
<b>Entusiasmado</b>	Novo recurso, melhoria, novidade
<b>Neutro</b>	Onboarding, instruções, documentação

### 6.3 Aplicações do Mascote

- **Onboarding:** Guiar usuários pelo processo de signup
- **Checkout:** Próximo ao botão de confirmar pagamento
- **Erro 404:** Mascote confuso com mensagem amigável
- **Success Page:** Mascote feliz celebrando conversão
- **Email Marketing:** Assinatura com mascote
- **Suporte:** Avatar do chatbot de suporte

**Exemplo de Uso em Erro:**

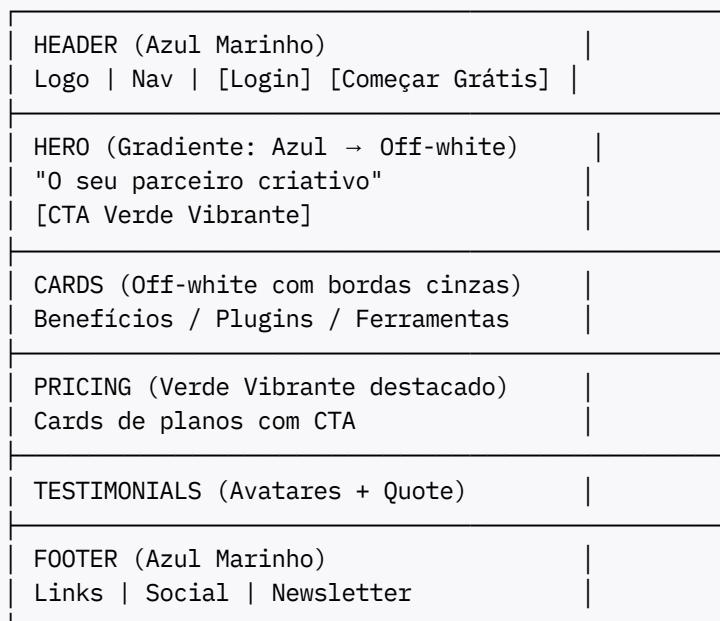


## PARTE 3: APLICAÇÕES DA MARCA

### 7. Aplicações Digitais

#### 7.1 Website Principal

**Estrutura Visual:**



## Paleta por Seção:

- **Header/Footer:** Azul Marinho + Off-white
- **Hero:** Gradiente suave (Azul Marinho → Off-white)
- **Cards:** Off-white com bordas Gray-100
- **CTAs:** Verde Vibrante com hover mais escuro
- **Acento:** Verde Vibrante para destaque

## 7.2 Aplicação Web (Dashboard)

### Componentes:

Componente	Cor Primária	Cor Secundária
<b>Sidebar</b>	Azul Marinho	Gray-100 border
<b>Topbar</b>	Off-white	Gray-300 border
<b>Cards</b>	Off-white	Gray-100 border
<b>Botões Primários</b>	Verde Vibrante	Branco texto
<b>Botões Secundários</b>	Gray-300 bg	Azul Marinho texto
<b>Links</b>	Verde Vibrante	Underline ao hover
<b>Inputs</b>	Off-white bg	Gray-300 border
<b>Status (ativo)</b>	Success green (#10B981)	—
<b>Status (inativo)</b>	Gray-500	—

## 7.3 Redes Sociais

### Instagram

#### Bio:

□ Ferramentas criativas para designers  
☆ Plugins + Web Tools + Comunidade  
□ Newsletter semanal  
□ [marcbuddy.com](http://marcbuddy.com)

#### Visual do Feed:

Padrão xadrez das cores da marca (alternando Verde Vibrante, Azul Marinho, Off-white) com conteúdo educativo, dicas rápidas, anúncios de novos recursos.

#### Exemplo de Post:

Verde Vibrante (fundo)

"Extraia cores de imagens  
em segundos com MarcBuddy"

[Imagen de exemplo]

[CTA: Link na bio]

Caption (Poppins): "Você já se viu perdendo tempo extraindo cores manualmente? Não mais!"

Hashtags: #Design #Ferramenta #Designer #MarcBuddy #ProFit #CreativeTools

## LinkedIn

### Bio:

MarcBuddy – Ferramentas essenciais para designers

Ajudando designers a trabalhar mais rápido e criar melhor. Plugins para Adobe e Figma, fe

### Conteúdo:

- Case studies
- Tendências de design
- Dicas profissionais
- Atualizações de produto
- Vagas de emprego

## Email Marketing

### Template Base:

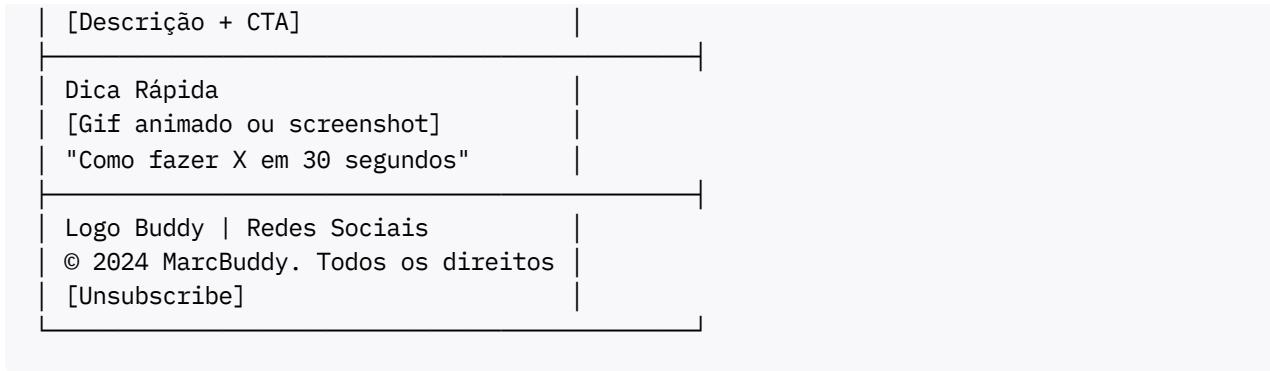
Logo MarcBuddy | [Preferences]

Olá, [Nome]! ☺

Essa semana em Design:

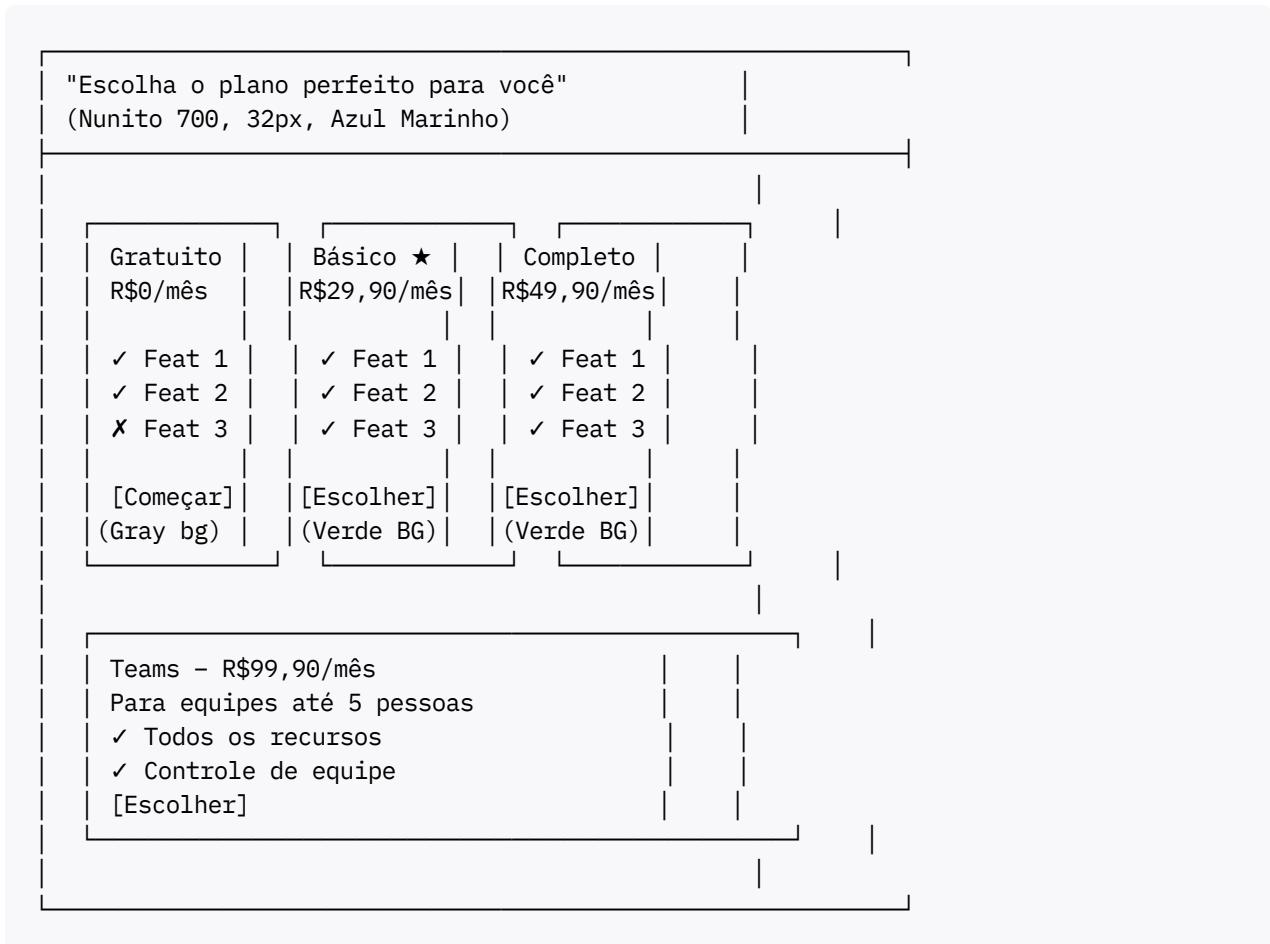
- Notícia 1
  - Notícia 2
- [Ver mais]

Resource da Semana  
[Imagen]



## 7.4 Página de Pricing

**Design Conceitual:**



**Elementos:**

- **Card destaque:** Plano Básico com ★ e badge "Mais Popular"
- **Cores:** Off-white cards, Verde Vibrante para CTA primária
- **Tipografia:** Nunito para títulos, Poppins para features
- **Hover:** Card com sombra leve e verde vibrante na borda

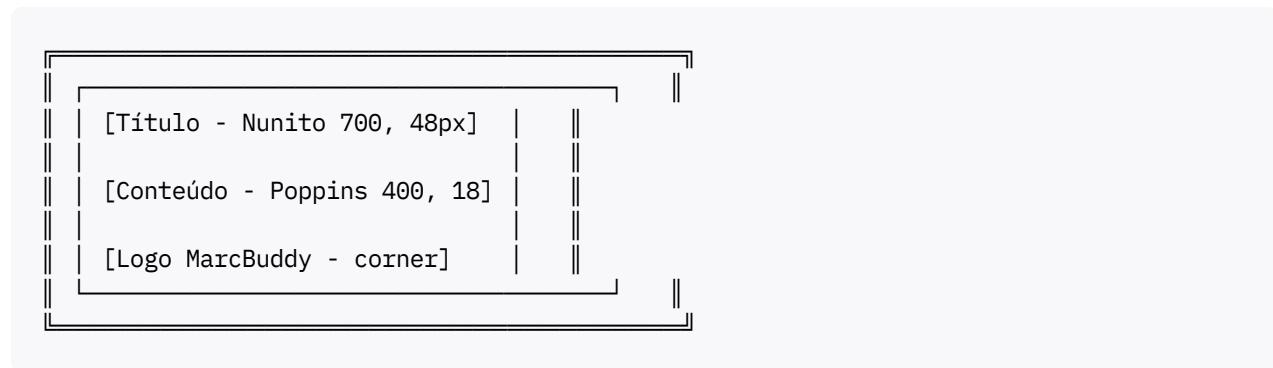
## 8. Materiais de Marketing

### 8.1 Apresentações (Pitch Deck)

Estrutura de Cores:

- **Background:** Azul Marinho ou Off-white (alternando)
- **Títulos:** Nunito 700, Verde Vibrante ou Azul Marinho
- **Corpo:** Poppins 400, Azul Marinho ou Gray-700
- **Destaque:** Verde Vibrante para números e métricas

Template de Slide:



### 8.2 Brochura (1–2 páginas)

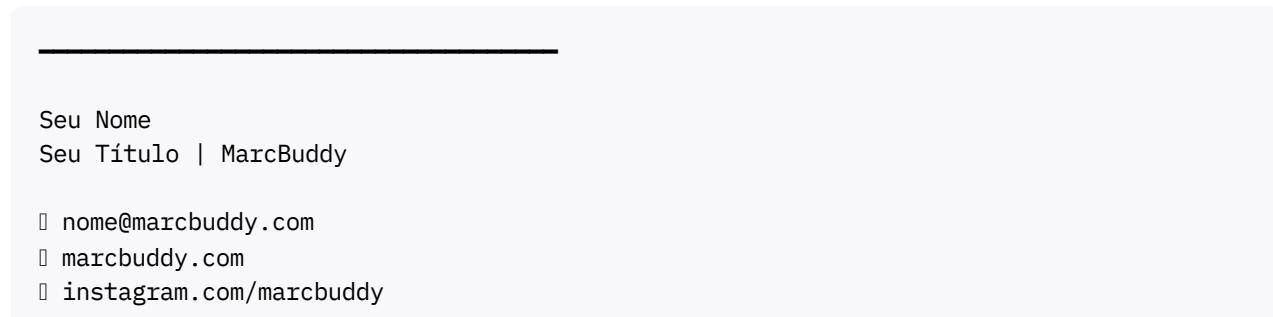
Frente:

- Logo grande
- Slogan principal
- 3 benefícios principais
- CTA central

Verso:

- Comparação de planos (simplificada)
- Depoimentos
- Contato e redes sociais

### 8.3 Assinatura de Email



## PARTE 4: DIRETRIZES DE USO

### 9. O Que Fazer ✓

#### Boas Práticas

- ✓ **Usar SVG para web** – Escalável, leve, nítido em qualquer tamanho
- ✓ **Manter espaço livre** – 25% da altura do logo
- ✓ **Testar contraste** – WCAG AA mínimo (4.5:1 para texto pequeno)
- ✓ **Ser consistente** – Mesmas cores, tipografia, tom em todos os materiais
- ✓ **Usar Nunito para títulos** – Reforça identidade visual
- ✓ **Usar Poppins para corpo** – Legibilidade ótima
- ✓ **Destacar com Verde Vibrante** – CTAs e ações principais
- ✓ **Documentar exceções** – Se precisar de variação, documentar
- ✓ **Revisar regularmente** – Manter consistência ao crescer

### 10. O Que NÃO Fazer ✗

#### Erros Comuns

- ✗ **Distorcer o logo** – Esticar, comprimir ou rotacionar
- ✗ **Usar cores não autorizadas** – Apenas as definidas no manual
- ✗ **Sobrepor textos fracos** – Verificar contraste sempre
- ✗ **Misturar tipografias** – Usar apenas Nunito + Poppins + JetBrains Mono
- ✗ **Adicionar efeitos não documentados** – Sem shadows, gradients ou filters aleatórios
- ✗ **Reducir abaixo de 32px** – Logo fica ilegível
- ✗ **Usar screenshots antigos** – Manter materiais atualizados
- ✗ **Ignorar orientações de acessibilidade** – Sempre testar com ferramentas
- ✗ **Comunicar em tom diferente** – Manter "amigo especialista" consistente

### 11. Hierarquia de Cores

#### Aplicação Visual da Paleta

##### NÍVEL 1 (Principal):

- [Azul Marinho] [Color Box] – Fundo, estrutura, confiança
- [Verde Vibrante] [Color Box] – Ação, destaque, energia
- [Off-white] [Color Box] – Clareza, superfícies limpas

##### NÍVEL 2 (Secundário):

- [Cinzas] [Color Box] – Texto, borders, separadores

[Success Green]  - Confirmação, ativo  
[Warning Orange]  - Alerta, atenção

NÍVEL 3 (Raro):

[Error Red]  - Erro, bloqueio  
[Info Blue]  - Dica, informação

## 12. Accessibility (Acessibilidade)

### 12.1 Contraste de Cores

Combinação	Ratio	Status
Verde Vibrante + Off-white	7.2:1	✓ AAA
Azul Marinho + Off-white	16.5:1	✓ AAA
Gray-500 + Off-white	5.1:1	✓ AA
Gray-300 + Off-white	2.5:1	✗ Evitar para texto

### 12.2 Tipografia Acessível

- **Tamanho mínimo:** 14px para corpo, 18px para títulos
- **Line-height mínimo:** 1.5 para corpo, 1.2 para títulos
- **Font-weight:** Evitar menos de 400 (use Regular ou Bold)
- **Espaçamento:** Adeq

uado entre linhas e palavras

### 12.3 Ordem de Leitura

Sempre tomar cuidado com estrutura semântica:

- H1 → H2 → H3 (não pular níveis)
- Alt text em imagens
- Labels em form inputs
- Estrutura lógica de navegação

## PARTE 5: CASOS DE USO

### 13. Exemplos Práticos de Aplicação

### 13.1 Email de Boas-vindas (Novo Usuário)

De: MarcBuddy &lt;[hello@marcbuddy.com](mailto:hello@marcbuddy.com)&gt;  
Assunto: Bem-vindo ao MarcBuddy, [Nome]! □

---

[Logo]

Olá [Nome]!

Estamos muito felizes em ter você no MarcBuddy!

Você agora tem acesso a:

- ☆ Ferramentas web gratuitas (7 dias)
- 1 plugin básico para começar
- Newsletter com dicas de design

[Botão Verde: Explorar Dashboard]

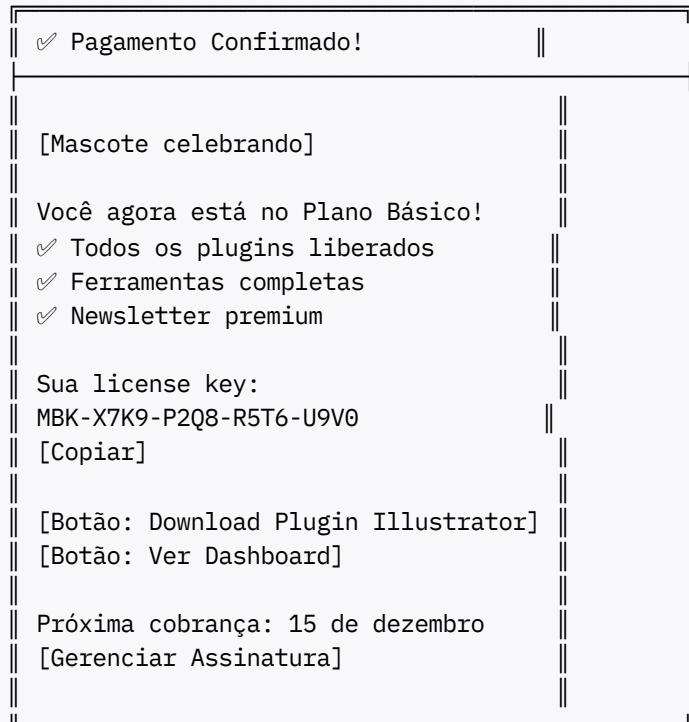
Se precisar de ajuda, estou aqui! Responda este email.

Seu parceiro criativo,

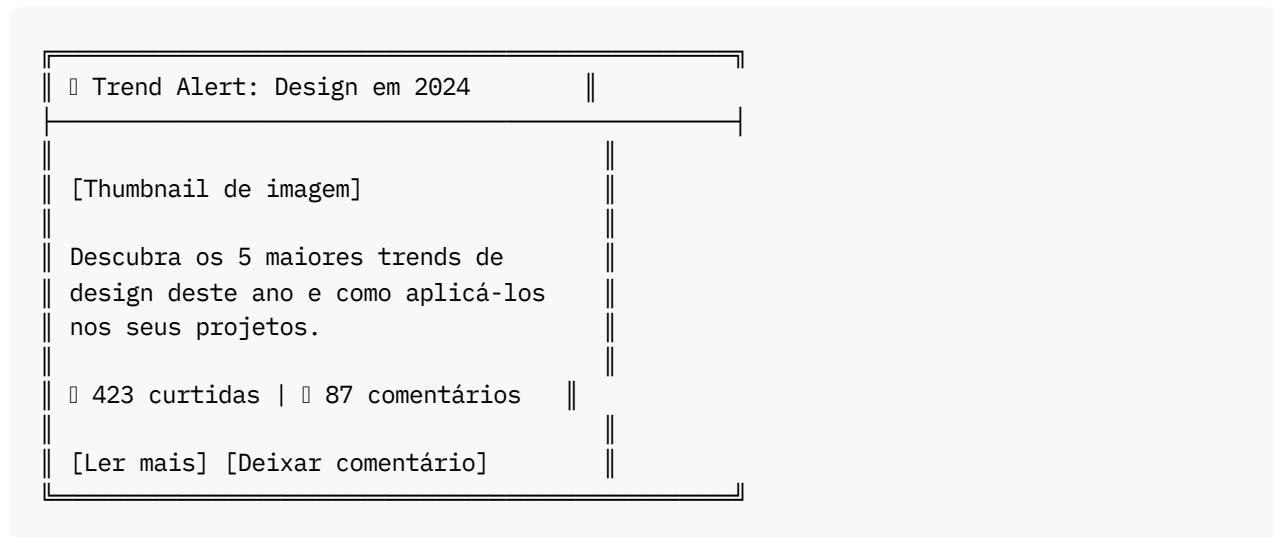
Marc Buddy □

---

### 13.2 Notificação de Sucesso (Post-Pagamento)



### 13.3 Card de Comunidade (Newsletter)



## 14. Inconsistências & Exceções

### 14.1 Quando Pedir Exceção

Às vezes, situações especiais requerem variações. Se precisar:

1. **Documentar:** Por que a exceção é necessária?
2. **Revisar:** O design mantém a essência da marca?
3. **Aprovar:** Gestor de marca ou líder de design deve validar
4. **Registrar:** Adicionar ao documento de exceções autorizadas

### 14.2 Exemplo de Exceção Aprovada

**Situação:** Logo em fundo fotográfico complexo

**Solução:** Versão de logo com contorno branco + sombra suave

**Documentação:** Adicionada seção no manual

## PARTE 6: MANUTENÇÃO DA MARCA

### 15. Verificação de Consistência (Auditorias)

#### 15.1 Checklist de Auditoria Trimestral

- [ ] Cores estão corretas em todo material?
- [ ] Tipografia está consistente?
- [ ] Logo está sendo usado corretamente?
- [ ] Tom de voz mantém personalidade?
- [ ] Redes sociais seguem template?

- Website está atualizado?
- Emails seguem template?
- Materiais de marketing são atuais?

## 15.2 Responsáveis

Responsabilidade	Dono
<b>Marca Overall</b>	Gestor de Marca
<b>Design Visual</b>	Designer Líder
<b>Comunicação/Ton</b>	Marketing Lead
<b>Website</b>	Dev Lead
<b>Redes Sociais</b>	Social Media Manager

## 16. Evolução da Marca

### 16.1 Quando Atualizar Este Manual

- A cada 12 meses (revisão anual)
- Quando novo elemento visual for criado
- Quando paleta de cores sofrer ajustes
- Quando mascote ganhar novas expressões
- Quando voz de marca mudar significativamente

### 16.2 Versionamento

v1.0 – Lançamento inicial (2024)  
v1.1 – Adição de mascote (2024)  
v2.0 – Revisão completa (2025)

# APÊNDICE

## A. Arquivos de Origem

Os seguintes arquivos estão disponíveis no repositório de marca:

- logo-horizontal.svg – Logo com texto
- logo-square.svg – Logo quadrado
- mascote-expressions.ai – Arquivo de mascote com expressões
- color-palette.ase – Paleta de cores para Adobe
- typography-guide.pdf – Especificações detalhadas

- `email-templates.html` – Templates de email prontos
  - `social-media-templates.figma` – Componentes de redes sociais

## B. Fontes Recomendadas

## Para Design/Prototipagem:

- Google Fonts (Nunito, Poppins, JetBrains Mono)

## **Para Desenvolvimento:**

## C. Ferramentas de Validação

- **Contrast Checker:** <https://webaim.org/resources/contrastchecker/>
  - **Color Picker:** <https://htmlcolorcodes.com/>
  - **Accessibility:** <https://www.axe-devtools.com/>

## D. Contato

Para dúvidas sobre aplicação da marca:

**Email:** [brand@marcbuddy.com](mailto:brand@marcbuddy.com)

**Slack:** #marca-marcbuddy

**Confluence:** [Link ao wiki de marca]

## **Conclusão**

Este manual é o coração visual e verbal da MarcBuddy. Seguindo estas diretrizes, garantimos que cada ponto de contato com nossos usuários reforce a promessa de marca: **ser o parceiro criativo que capacita designers a criar melhor e mais rápido.**

A consistência constrói confiança. A confiança constrói comunidade. A comunidade cria oportunidade.

**Somos MarcBuddy. Somos seus parceiros criativos.** ☺

Versão: 1.0

Data: Novembro 2024

**Próxima revisão:** Novembro 2025

**Última atualização:** 27 de Novembro de 2024