

Kadir Seymen

||

# Brandbook

---



# ÍNDICE

Introdução	3
Variantes de Logo	4
Slogan	5
Público-alvo	6
Análise SWOT	7
Cores	9
Tipografia	10
Identidade Visual	12
Mockups	13

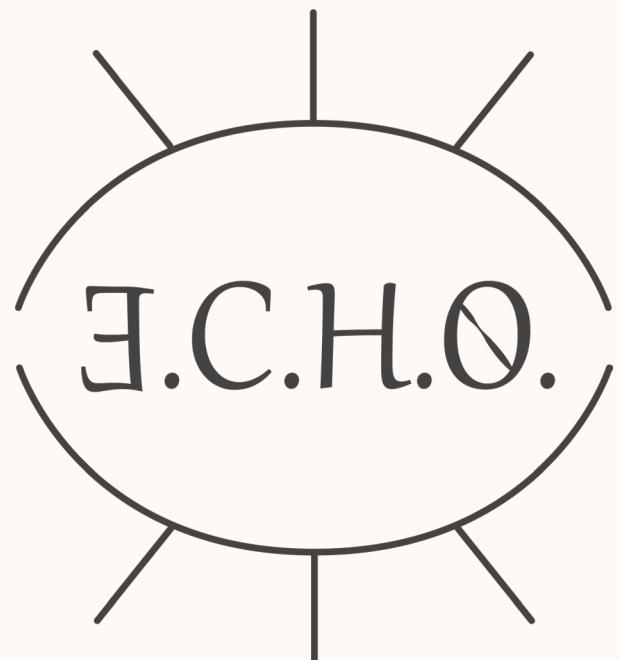
# Bem-vindos

## Introdução

- Há marcas que nascem para ser vistas, outras para ser sentidas. A nossa existe para deixar uma marca subtil, mas inesquecível. Porque tudo que toca no olhar, “E.C.H.O.” na memória



# Variantes do Logo



EYES COLOR HUES AND OUTLINES

E.C.H.O.

MAKE AN IMPACT, LEAVE AN ECHO

E.C.H.O.

EYES COLOR HUES AND OUTLINES

E.C.H.O.

# Slogan

“MAKE AN IMPACT, LEAVE AN E.C.H.O.”

---

→ Mais do que um traço, é uma afirmação. O impacto nasce no instante: no olhar, na confiança, no gesto. A E.C.H.O. permanece na expressão, na memória, na forma como deixamos a nossa marca.



# Público-alvo

→ O público-alvo prioritário da marca é predominantemente feminino, abrangendo a faixa etária dos 15 aos 45 anos, com enfoque especial nas gerações Z e Millennials.

Embora as mulheres representem o potencial mais significativo, a marca também se dirige ao género masculino e contempla outros géneros, oferecendo espaço para a diversidade.

Em termos comportamentais, este público maioritariamente inclui trabalhadores, estudantes, criadores de conteúdo que apresentem uma forte presença digital, independentemente do seu estado civil.



# Análise SWOT

## Forças e Fraquezas

- Pontos Fortes: Proposta de valor diferenciadora, comunicação de valores consistentes e um design atrativo, que reforça a identidade e a narrativa da marca.
- Fraquezas: Baixo reconhecimento inicial no mercado, recursos financeiros limitados e dependência de fornecedores externos, o que pode impactar os prazos de produção.

## Oportunidades de Mercado

- O crescimento do mercado de maquilhagem sustentável, o potencial de colaboração com influenciadores e a valorização crescente de marcas autênticas e transparentes que representam oportunidades cruciais para a expansão.

# Análise SWOT

## Ameças e Riscos Externos

- É necessário monitorizar as ameaças, tais como a saturação do mercado de beleza, as rápidas mudanças nas preferências dos consumidores e futuras oscilações económicas ou regulamentares.

## Plano de Ação e Expansão

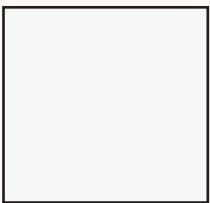
- O plano estratégico seria reforçar a autenticidade da marca, apostar em parcerias estratégicas e utilizar as plataformas digitais como principal meio de expansão, de modo a mitigar as ameaças e consolidar a posição no mercado competitivo.

# Cores

→ A identidade visual da marca é sustentada por uma paleta de cores cuidadosamente definida para garantir consistência e impacto em todos os materiais, abrangendo desde o manual de normas gráficas até o fundo dos mockups.



Bordeuax  
#651d32  
R91 G7 B34  
C0% M92% Y63% K64%  
PMS 7421 C



Bright White  
#f4f5f1  
R255 G255 B255  
C0% M0% Y0% K0%  
PMS 11-0601 TCX



Smoky Black  
#454142  
R69 G65 B66  
C0% M6% Y4% K73%  
PMS 412 C



Floral White  
#ffff7f1  
R255 G247 B241  
C0% M3% Y5% K0%  
PMS 7436 C



Cinza Nevoeiro  
#e9e8e8  
R233 G232 B232  
C0% M0% Y0% K9%  
PMS Cool Gray 1C

# Tipografia Principal

GABRIOLA

A B C D E F 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 0

{ [ / \* º á à â â € ! ? ] }

# Tipografias Secundárias

## ANDALE MONO

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  
1234567890  
{ [ / \* ° á à ã â € ! ? } ]

---

## LUCIDA GRANDE

A B C D E F 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  
1234567890  
{ [ / \* ° á à ã â € ! ? } ]

# Identidade Visual

E.C.H.

- O presente brandbook estabelece as diretrizes essenciais para a aplicação uniforme e rigorosa da identidade visual da marca E.C.H.O..

A nossa imagem de marca assenta na confiança e na inovação, comunicando o desempenho superior do nosso lápis de olhos de base em gel. O seu uso deve refletir a nossa promessa de beleza inalterável.

Esta imagem é única e deverá ser respeitada em toda a comunicação - desde materiais gráficos e embalagens, até à presença digital e meios de comunicação.

Em momento algum o logótipo, a paleta de cores ou a tipografia podem ser alterados, distorcidos ou adaptados. A consistência garante a força e o reconhecimento da nossa identidade no mercado.

# Mockups

