

Manual da Marca Construktor

Este manual detalha a identidade completa da marca Construktor, desde seus fundamentos estratégicos até a aplicação visual e verbal em diversos ativos. Ele serve como um guia para garantir a consistência e a integridade da marca em todas as comunicações.

Fase 1: Estratégia e Fundamentos da Marca

Conceito da Marca (Ideia de Referência)

O **Construktor** é um sistema de software (SaaS) inspirado no Notion, mas com foco total em gerenciamento de processos para empresas. A principal proposta de valor é a modularidade e a capacidade de construir fluxos de trabalho, sistemas de gestão de qualidade (SGQ), e procedimentos operacionais padrão (POPs) de forma visual e intuitiva, como se estivessem montando blocos de construção.

Público-Alvo

Gestores de operações, líderes de equipes e donos de pequenas e médias empresas (PMEs) que estão cansados de planilhas complexas e softwares rígidos. Eles buscam controle, eficiência e clareza.

Valores da Marca

A marca Construktor deve transmitir os valores de:

- **Eficiência:** Otimização de tempo e recursos.
- **Controle:** Domínio sobre os processos e resultados.
- **Modularidade:** Flexibilidade e adaptabilidade para diferentes necessidades.
- **Poder:** Capacidade de transformar e otimizar a gestão.
- **Inovação:** Soluções modernas e à frente do mercado.

Fase 2: Identidade Visual

Logo Final

O logo do Construktor é a representação visual central da marca, combinando modernidade, modularidade e a essência de construção e eficiência. Ele é composto por um ícone e o nome da marca.

Ícone:

- **Formato:** Um quadrado com cantos arredondados, idêntico ao da imagem de referência fornecida.
- **Módulos Internos:** Quatro quadrados brancos, planos (sem efeito 3D, chanfro ou sombra), com os cantos visivelmente curvados e ligeiramente menores, criando mais espaço entre eles e a borda externa, e entre si. Estão dispostos em uma grade 2x2.
- **Cor de Fundo:** Um gradiente suave e uniforme de roxo escuro (#6A1B9A) para roxo claro/lavanda (#9C27B0), preenchendo a área do quadrado arredondado atrás dos módulos brancos.

Nome da Marca (Logotipo):

- **Texto:** "Construktor"
- **Fonte:** Uma tipografia moderna, elegante e profissional, sans-serif, que complementa a estética do ícone e transmite inovação e tecnologia.
- **Cor:** Cinza escuro (#333333).

Representação Visual:



Paleta de Cores

A paleta de cores do Construktor é inspirada no gradiente do logo, utilizando tons de roxo que transmitem inovação, sofisticação e confiabilidade, complementados por cores neutras para legibilidade e contraste.

- **Roxo Escuro (Base):** #6A1B9A (Hex)
- **Roxo Claro/Lavanda (Destaque):** #9C27B0 (Hex)
- **Cinza Escuro/Grafite (Texto):** #333333 (Hex)
- **Branco (Elementos e Fundo):** #FFFFFF (Hex)

Tipografia

A tipografia do Construktor foi escolhida para equilibrar modernidade, legibilidade e solidez, refletindo os valores de eficiência, controle e inovação.

- **Fonte Principal (para o nome da marca e títulos):** A fonte moderna e profissional aprovada, que transmite inovação e um design contemporâneo.
- **Fontes Complementares (para corpo de texto e outros elementos):** Sugere-se o uso de fontes sans-serif limpas e legíveis, como Montserrat ou Open Sans, para garantir consistência e clareza em todas as comunicações.

Fase 3: Identidade Verbal

Tom de Voz da Marca

O tom de voz do Construktor deve refletir os valores de **Eficiência, Controle, Modularidade, Poder e Inovação**, transmitindo confiança, clareza e uma abordagem prática e orientada a resultados. Deve ser:

- **Autoritário e Confiável:** Transmitindo expertise e segurança no gerenciamento de processos. A linguagem deve ser precisa e direta, evitando ambiguidades.
- **Claro e Objetivo:** Focando na facilidade de uso e na simplificação de processos complexos. A comunicação deve ser descomplicada e fácil de entender.
- **Inovador e Visionário:** Posicionando o Construktor como uma solução à frente do mercado, que oferece novas perspectivas e possibilidades para a gestão.
- **Empoderador:** Inspirando gestores e equipes a assumirem o controle de seus processos, oferecendo as ferramentas para alcançar a máxima eficiência.
- **Colaborativo (quando aplicável):** Embora focado em controle individual, a linguagem pode sutilmente incentivar a colaboração na construção de fluxos de trabalho.

Mensagens Chave

As mensagens chave devem reforçar a proposta de valor do Construktor e ressoar com o público-alvo:

1. **"Construa o fluxo de trabalho perfeito para o seu negócio."** (Foco em modularidade e personalização)
2. **"Controle total sobre seus processos, do início ao fim."** (Foco em controle e eficiência)
3. **"Diga adeus às planilhas complexas e softwares rígidos."** (Foco na solução de dores do público-alvo)
4. **"Eficiência e clareza na gestão de operações."** (Foco nos benefícios diretos)
5. **"Inovação que simplifica sua gestão."** (Foco em inovação e facilidade)

Naming e Slogan (Revisão e Desenvolvimento)

Naming: Construktor

O nome "Construktor" é forte e direto, evocando a ideia de construção, montagem e criação de estruturas. Ele se alinha perfeitamente com a proposta de valor de modularidade e construção de fluxos de trabalho. A terminação em "-or" confere um ar de agente, de quem constrói, reforçando o poder da ferramenta.

Slogan (Sugestões)

O slogan deve ser conciso, memorável e complementar o nome, reforçando a proposta de valor. Sugestões:

- **Construktor: Onde sua gestão ganha forma.** (Enfatiza a criação e materialização de processos)
- **Construktor: Sua gestão, seus blocos.** (Reforça modularidade e controle)
- **Construktor: Construindo a eficiência do seu negócio.** (Direto e focado no benefício)
- **Construktor: Gestão modular. Resultados sólidos.** (Destaca modularidade e resultado)

Glossário de Termos da Marca

Para manter a consistência na comunicação, é importante definir termos chave:

- **Módulo:** Unidade fundamental de construção de processos no Construktor.
- **Fluxo de Trabalho:** Sequência de etapas e tarefas gerenciadas no sistema.
- **SGQ (Sistema de Gestão da Qualidade):** Estrutura para garantir a qualidade dos processos.
- **POP (Procedimento Operacional Padrão):** Instruções detalhadas para a execução de tarefas.
- **Blocos de Construção:** Metáfora para a facilidade e flexibilidade na criação de processos.

Diretrizes de Comunicação

- **Evitar:** Jargões excessivos, linguagem informal demais, termos vagos ou ambíguos.
- **Priorizar:** Clareza, objetividade, linguagem que empodere o usuário, foco em benefícios e soluções.
- **Canais:** A identidade verbal deve ser consistente em todos os canais de comunicação: website, redes sociais, e-mails, materiais de marketing, interface do software, etc.

Manual da Marca: Construktor

Introdução e Visão Geral da Marca

Este manual de marca serve como um guia abrangente para a identidade da marca Construktor, um sistema de software (SaaS) inovador focado em gerenciamento de processos para empresas. Inspirado na flexibilidade e modularidade de ferramentas como o Notion, o Construktor se distingue por sua capacidade de permitir que gestores de operações, líderes de equipes e donos de pequenas e médias empresas (PMEs) construam fluxos de trabalho, sistemas de gestão de qualidade (SGQ) e procedimentos operacionais padrão (POPs) de forma visual e intuitiva, como se estivessem montando blocos de construção.

A missão do Construktor é empoderar empresas a alcançar controle, eficiência e clareza em suas operações, eliminando a complexidade de planilhas e a rigidez de softwares tradicionais. Através de sua abordagem modular, o Construktor oferece uma solução escalável e adaptável às necessidades dinâmicas de qualquer negócio.

Este documento detalha os elementos essenciais da marca Construktor, desde seus fundamentos estratégicos até sua identidade visual e verbal, garantindo consistência e coerência em todas as comunicações e aplicações. Ao seguir as diretrizes aqui estabelecidas, asseguramos que a marca Construktor transmita de forma eficaz seus valores centrais de Eficiência, Controle, Modularidade, Poder e Inovação.

Estratégia e Fundamentos da Marca

Análise do Conceito

O 'Construktor' é um sistema de software como serviço (SaaS) que se posiciona como uma alternativa modular e intuitiva para o gerenciamento de processos empresariais. Inspirado na flexibilidade do Notion, o Construktor se diferencia por seu foco exclusivo em otimização de fluxos de trabalho, sistemas de gestão de qualidade (SGQ) e procedimentos operacionais padrão (POPs). A metáfora central de 'montar blocos de construção' ressalta a facilidade de uso e a capacidade de personalização da plataforma, permitindo que empresas de diversos portes estruturem suas operações de forma visual e eficiente.

O produto visa resolver a dor de gestores de operações, líderes de equipes e donos de pequenas e médias empresas (PMEs) que enfrentam a rigidez de softwares tradicionais e a complexidade de planilhas. O Construktor promete controle, eficiência e clareza, elementos cruciais para o sucesso operacional e estratégico de qualquer negócio. A proposta de valor reside na capacidade de transformar processos complexos em estruturas gerenciáveis e adaptáveis, empoderando os usuários a construir seus próprios sistemas de gestão de forma autônoma e eficaz.

Pilares da Marca

Com base na análise do conceito e nos valores desejados, os pilares da marca 'Construktor' são:

- 1. Modularidade e Flexibilidade:** A capacidade de adaptar-se a diferentes necessidades e construir soluções personalizadas, como blocos de construção, é o cerne da proposta de valor. Este pilar enfatiza a liberdade e o poder de personalização que o software oferece, contrastando com a rigidez de outras soluções.
- 2. Eficiência e Otimização:** O Construktor é uma ferramenta para alcançar resultados. Este pilar destaca a promessa de simplificar processos, reduzir o tempo gasto em tarefas repetitivas e aumentar a produtividade geral da empresa. A marca deve comunicar que o uso do software leva a operações mais enxutas e eficazes.

3. Controle e Clareza: Em um ambiente de negócios cada vez mais complexo, a necessidade de ter uma visão clara e controle sobre os processos é fundamental. Este pilar foca na capacidade do Construktor de organizar informações, padronizar procedimentos e fornecer insights que permitem tomadas de decisão mais assertivas e um gerenciamento mais seguro.

4. Inovação e Empoderamento: O Construktor não é apenas uma ferramenta, mas um catalisador para a inovação dentro das empresas. Ao permitir que os usuários construam seus próprios sistemas, a marca empodera-os a serem agentes de mudança, a experimentar e a otimizar continuamente. Este pilar ressalta o caráter progressista e transformador da solução.

Arquétipo de Marca

Para o 'Construktor', o arquétipo mais adequado é o **Criador (The Creator)**.

Justificativa:

O arquétipo do Criador é impulsionado pelo desejo de dar forma a algo novo e significativo. Ele busca a inovação, a originalidade e a expressão de uma visão. No contexto do Construktor, isso se manifesta de várias maneiras:

- **Construção e Geração:** O nome 'Construktor' e a metáfora dos 'blocos de construção' se alinham perfeitamente com a essência do Criador, que se dedica a construir e dar vida a ideias.
- **Inovação e Personalização:** O software permite que os usuários criem seus próprios sistemas e fluxos de trabalho, transformando suas ideias em realidade. Isso ressoa com o desejo do Criador de inovar e personalizar soluções.
- **Empoderamento do Usuário:** O Construktor não apenas oferece uma ferramenta, mas empodera seus usuários a serem criadores de seus próprios processos, a moldar suas operações e a resolver problemas de forma inventiva. O software é o meio para a expressão criativa e a materialização de eficiências.
- **Qualidade e Excelência:** Criadores buscam a perfeição e a excelência em suas criações. O Construktor, ao focar em SGQ e POPs, alinha-se com essa busca por processos bem definidos e de alta qualidade.

O arquétipo do Criador permitirá que a marca Construktor se posicione como uma facilitadora da inovação e da organização, atraindo um público que valoriza a

autonomia, a personalização e a capacidade de construir um futuro mais eficiente para seus negócios.

Público-Alvo Detalhado: Personas

Para o 'Construktur', identificamos duas personas principais que representam o público-alvo:

Persona 1: O Gestor de Operações Visionário (Ana Paula)

- **Nome:** Ana Paula Silva
- **Idade:** 38 anos
- **Ocupação:** Gerente de Operações em uma PME de serviços (ex: consultoria, agência de marketing, empresa de TI).
- **Histórico:** Ana Paula começou sua carreira em grandes corporações, onde se acostumou com sistemas robustos, mas agora se sente frustrada com a falta de ferramentas adequadas para a realidade de uma PME. Ela é organizada, orientada a resultados e sempre busca otimizar processos.
- **Desafios:** Lida com a desorganização de processos, a falta de padronização e a dificuldade de treinar novos colaboradores devido à ausência de POPs claros. As planilhas se tornaram um emaranhado de informações, e os softwares existentes são caros e inflexíveis para as necessidades da sua empresa.
- **Objetivos:** Implementar um sistema que traga clareza e controle aos processos, reduza erros, aumente a produtividade da equipe e permita a escalabilidade do negócio. Ela sonha em ter todos os procedimentos documentados e acessíveis de forma intuitiva.
- **Comportamento:** Pesquisa ativamente por soluções de gestão, lê blogs sobre produtividade e eficiência empresarial, participa de webinars sobre gestão de processos. Valoriza ferramentas que ofereçam boa relação custo-benefício e que sejam fáceis de implementar e usar.
- **Citação:** "Preciso de algo que me ajude a construir a estrutura que minha equipe precisa, sem me prender a um sistema engessado. Quero ver o progresso e ter controle total."

Persona 2: O Empreendedor Estruturado (Carlos Eduardo)

- **Nome:** Carlos Eduardo Santos
- **Idade:** 45 anos
- **Ocupação:** Proprietário de uma pequena indústria ou e-commerce.
- **Histórico:** Carlos construiu seu negócio do zero e tem um forte senso de controle. Ele entende a importância da organização para o crescimento, mas o tempo é um recurso escasso. Ele já tentou diversas ferramentas, mas nenhuma se encaixou perfeitamente na sua realidade.
- **Desafios:** Enfrenta gargalos na produção ou na logística, dificuldade em manter a qualidade dos produtos/serviços e a falta de um sistema centralizado para gerenciar todas as operações. Sente que está sempre 'apagando incêndios' em vez de focar no crescimento estratégico.
- **Objetivos:** Encontrar uma solução que o ajude a padronizar processos, garantir a qualidade, otimizar o tempo de sua equipe e liberar seu próprio tempo para focar na expansão do negócio. Ele busca uma ferramenta que seja um investimento, não um custo.
- **Comportamento:** Busca soluções práticas e eficientes, confia em recomendações de outros empreendedores e valoriza a autonomia. É cético em relação a promessas exageradas e prefere testar antes de se comprometer.
- **Citação:** "Minha empresa precisa de uma base sólida para crescer. Se eu puder construir meus próprios processos e ter tudo sob controle, o Construktur será um divisor de águas."

Essas personas guiarão as próximas fases do desenvolvimento da identidade de marca, garantindo que a comunicação e o design ressoem com as necessidades e aspirações do público-alvo do Construktur.

Identidade Visual

Logo e suas Variações

O logo do Construktur é a representação visual central da marca, combinando a ideia de modularidade e construção com um design moderno e minimalista. Apesar de diversas

iterações e refinamentos, o logo final foi aprovado, incorporando elementos que transmitem eficiência, controle, modularidade, poder e inovação.

O logo aprovado possui as seguintes características:

- **Formato Geral:** Um quadrado com cantos arredondados, idêntico ao da imagem de referência original.
- **Módulos Internos:** Quatro quadrados brancos, planos (sem efeito 3D, chanfro ou sombra), com os cantos visivelmente curvados e ligeiramente menores, criando mais espaço entre eles e a borda externa, e entre si. Eles estão dispostos em uma grade 2x2.
- **Cor de Fundo:** Um gradiente suave e uniforme de roxo escuro (#6A1B9A) para roxo claro/lavanda (#9C27B0), preenchendo a área do quadrado arredondado atrás dos módulos brancos.
- **Texto:** A palavra "Construktor" ao lado do ícone, utilizando uma fonte moderna e profissional que complementa a identidade visual, na cor cinza escuro (#333333).

Logo Final:



Paleta de Cores

A paleta de cores do Construktor é inspirada no gradiente presente no logo, utilizando tons de roxo que transmitem inovação, sofisticação e confiabilidade. O roxo,

historicamente associado à realeza e à sabedoria, também evoca criatividade e mistério, qualidades que se alinham com a proposta de empoderamento e construção de soluções personalizadas do Construktor.

Cores Primárias:

- **Roxo Escuro (Base):** #6A1B9A (Hex)
 - **Psicologia e Significado:** Este tom de roxo profundo transmite seriedade, autoridade e estabilidade. É uma cor que inspira confiança e profissionalismo, ideal para um software de gestão que lida com processos críticos de negócios. Sugere também um senso de profundidade e complexidade, mas de forma controlada e organizada.
- **Roxo Claro/Lavanda (Destaque):** #9C27B0 (Hex)
 - **Psicologia e Significado:** Um roxo mais vibrante e energético, que representa criatividade, inovação e visão. Este tom adiciona um toque de modernidade e dinamismo à marca, destacando a capacidade do Construktor de trazer soluções inovadoras e de empoderar os usuários a construir algo novo. É a cor que conecta a seriedade do roxo escuro com a leveza do roxo claro.

Cores Secundárias:

- **Lavanda/Roxo Claro:** #CE93D8 (Hex)
 - **Psicologia e Significado:** Este tom mais suave de roxo transmite leveza, acessibilidade e um toque de humanidade. É ideal para elementos de interface que precisam ser menos imponentes e mais convidativos, como botões de ação ou ilustrações. Sugere também a facilidade de uso e a intuição da plataforma.
- **Cinza Escuro/Grafite:** #333333 (Hex)
 - **Psicologia e Significado:** Um cinza escuro, quase preto, que oferece contraste e solidez. Representa neutralidade, profissionalismo e estabilidade. É uma cor fundamental para o texto e elementos de interface que precisam de alta legibilidade e um senso de base sólida. Ajuda a ancorar a paleta e a dar um ar de sofisticação tecnológica.

- **Branco:** #FFFFFF (Hex)

- **Psicologia e Significado:** O branco é essencial para criar espaços limpos, transmitir clareza e simplicidade. Simboliza pureza, eficiência e minimalismo, reforçando a ideia de uma interface intuitiva e descomplicada. É a cor de fundo ideal para destacar o conteúdo e os elementos visuais da marca.

Tipografia

A escolha da tipografia para o Construktur visa equilibrar modernidade, legibilidade e um senso de solidez, refletindo os valores de eficiência, controle e inovação da marca.

Fonte para Títulos (Header):

- **Sugestão: Montserrat**

- **Por que funciona:** Montserrat é uma fonte sans-serif geométrica, com um design limpo e contemporâneo. Suas formas bem definidas e a variedade de pesos (weights) a tornam extremamente versátil para títulos. Ela transmite modernidade, estabilidade e um toque de sofisticação, alinhando-se com a proposta de um software robusto e inovador. A clareza de seus caracteres garante alta legibilidade, mesmo em tamanhos maiores, e sua estética minimalista complementa a ideia de um sistema organizado e eficiente.
- **Sensação Transmitida:** Moderna, Sólida, Profissional, Clara, Inovadora.

Fonte para Corpo de Texto (Body):

- **Sugestão: Open Sans**

- **Por que funciona:** Open Sans é uma fonte sans-serif humanista, conhecida por sua excelente legibilidade em telas e em diversos tamanhos. Seu design amigável e neutro a torna ideal para o corpo de texto, onde a clareza e a facilidade de leitura são primordiais. Ela complementa a Montserrat ao adicionar um toque de acessibilidade e conforto visual, sem comprometer a seriedade e o profissionalismo da marca. Sua vasta gama de pesos também permite flexibilidade na hierarquia de informações.
- **Sensação Transmitida:** Legível, Amigável, Confiável, Acessível, Eficiente.

Combinação:

A combinação de Montserrat para títulos e Open Sans para o corpo de texto cria uma hierarquia visual clara e uma experiência de leitura agradável. A Montserrat, com sua presença forte e geométrica, atrai a atenção para os pontos-chave, enquanto a Open Sans garante que o conteúdo detalhado seja facilmente compreendido. Juntas, elas reforçam a imagem de um software moderno, eficiente e fácil de usar, que oferece controle e clareza aos seus usuários.

Identidade Verbal

Tom de Voz da Marca

O tom de voz do Construktor deve refletir os valores de **Eficiência, Controle, Modularidade, Poder e Inovação**, transmitindo confiança, clareza e uma abordagem prática e orientada a resultados. Deve ser:

- **Autoritário e Confiável:** Transmitindo expertise e segurança no gerenciamento de processos. A linguagem deve ser precisa e direta, evitando ambiguidades.
- **Claro e Objetivo:** Focando na facilidade de uso e na simplificação de processos complexos. A comunicação deve ser descomplicada e fácil de entender.
- **Inovador e Visionário:** Posicionando o Construktor como uma solução à frente do mercado, que oferece novas perspectivas e possibilidades para a gestão.
- **Empoderador:** Inspirando gestores e equipes a assumirem o controle de seus processos, oferecendo as ferramentas para alcançar a máxima eficiência.
- **Colaborativo (quando aplicável):** Embora focado em controle individual, a linguagem pode sutilmente incentivar a colaboração na construção de fluxos de trabalho.

Mensagens Chave

As mensagens chave devem reforçar a proposta de valor do Construktor e ressoar com o público-alvo:

1. "**Construa o fluxo de trabalho perfeito para o seu negócio.**" (Foco em modularidade e personalização)

2. "**Controle total sobre seus processos, do início ao fim.**" (Foco em controle e eficiência)
3. "**Diga adeus às planilhas complexas e softwares rígidos.**" (Foco na solução de dores do público-alvo)
4. "**Eficiência e clareza na gestão de operações.**" (Foco nos benefícios diretos)
5. "**Inovação que simplifica sua gestão.**" (Foco em inovação e facilidade)

Naming e Slogan (Revisão e Desenvolvimento)

Naming: Construktor

O nome "Construktor" é forte e direto, evocando a ideia de construção, montagem e criação de estruturas. Ele se alinha perfeitamente com a proposta de valor de modularidade e construção de fluxos de trabalho. A terminação em "-or" confere um ar de agente, de quem constrói, reforçando o poder da ferramenta.

Slogan (Sugestões)

O slogan deve ser conciso, memorável e complementar o nome, reforçando a proposta de valor. Sugestões:

- **Construktor: Onde sua gestão ganha forma.** (Enfatiza a criação e materialização de processos)
- **Construktor: Sua gestão, seus blocos.** (Reforça modularidade e controle)
- **Construktor: Construindo a eficiência do seu negócio.** (Direto e focado no benefício)
- **Construktor: Gestão modular. Resultados sólidos.** (Destaca modularidade e resultado)

Glossário de Termos da Marca

Para manter a consistência na comunicação, é importante definir termos chave:

- **Módulo:** Unidade fundamental de construção de processos no Construktor.
- **Fluxo de Trabalho:** Sequência de etapas e tarefas gerenciadas no sistema.

- **SGQ (Sistema de Gestão da Qualidade):** Estrutura para garantir a qualidade dos processos.
- **POP (Procedimento Operacional Padrão):** Instruções detalhadas para a execução de tarefas.
- **Blocos de Construção:** Metáfora para a facilidade e flexibilidade na criação de processos.

Diretrizes de Comunicação

- **Evitar:** Jargões excessivos, linguagem informal demais, termos vagos ou ambíguos.
- **Priorizar:** Clareza, objetividade, linguagem que empodere o usuário, foco em benefícios e soluções.
- **Canais:** A identidade verbal deve ser consistente em todos os canais de comunicação: website, redes sociais, e-mails, materiais de marketing, interface do software, etc.

Esta fase estabelece as bases para como o Construktur se comunicará com seu público, garantindo uma voz de marca coesa e impactante.

Criação de Ativos

Nesta fase, desenvolvemos os ativos visuais e de comunicação que dão vida à marca Construktur em diferentes plataformas. Utilizamos o logo final aprovado, a paleta de cores e a identidade verbal para garantir consistência e impacto.

Ativos para Redes Sociais

Criamos banners e imagens de perfil otimizados para as principais redes sociais, como LinkedIn, Facebook e Instagram, que transmitem a essência da marca e atraem o público-alvo.

Banner para LinkedIn

Descrição: Um banner que utiliza o logo do Construktur, o gradiente roxo da marca e uma mensagem chave que ressoa com gestores de operações e líderes de equipe. O

design é limpo, profissional e moderno.



Imagen de Perfil para Redes Sociais

Descrição: Uma imagem de perfil que utiliza o ícone do logo do Construktor, otimizada para visualização em pequenos tamanhos e que transmite a identidade da marca.



Modelos de Apresentação

Desenvolvemos um modelo de apresentação padrão para o Construktor, utilizando o logo, a paleta de cores e a tipografia definida. Este modelo servirá como base para apresentações de vendas, reuniões internas, webinars, etc.

Slide de Título

Descrição: Um slide de título que inclui o logo do Construktor, o título da apresentação e um subtítulo, seguindo a estética da marca.



Construktor

Transformando a Gestão de Processos

Sua Plataforma Modular para Eficiéncia e Controle

Modelos de Documentos

Criamos modelos de documentos essenciais para a comunicação interna e externa da marca, garantindo a padronização e a aplicação consistente da identidade visual e verbal.

Modelo de Papel Timbrado

Descrição: Um modelo de papel timbrado que inclui o logo do Construktor e informações de contato, seguindo a estética da marca.



Construktur

Endereço: Rua Example, 66 - Colude, Giouse | CEP 200 2006 2036
E-mail: Construktur@exemplo.com.br | Site: www.construktur.com.br

Esta fase demonstra a aplicação da identidade visual e verbal em diversos ativos, garantindo a consistência da marca Construktor em todos os pontos de contato.

Criação de Ativos

Nesta fase, desenvolvemos os ativos visuais e de comunicação que dão vida à marca Construktor em diferentes plataformas. Utilizamos o logo final aprovado, a paleta de cores e a identidade verbal para garantir consistência e impacto.

Ativos para Redes Sociais

Criamos banners e imagens de perfil otimizados para as principais redes sociais, como LinkedIn, Facebook e Instagram, que transmitem a essência da marca e atraem o público-alvo.

Banner para LinkedIn

Descrição: Um banner que utiliza o logo do Construktor, o gradiente roxo da marca e uma mensagem chave que ressoa com gestores de operações e líderes de equipe. O design é limpo, profissional e moderno.



Imagen de Perfil para Redes Sociais

Descrição: Uma imagem de perfil que utiliza o ícone do logo do Construktor, otimizada para visualização em pequenos tamanhos e que transmite a identidade da marca.



Modelos de Apresentação

Desenvolvemos um modelo de apresentação padrão para o Construktor, utilizando o logo, a paleta de cores e a tipografia definida. Este modelo servirá como base para apresentações de vendas, reuniões internas, webinars, etc.

Slide de Título

Descrição: Um slide de título que inclui o logo do Construktor, o título da apresentação e um subtítulo, seguindo a estética da marca.



Modelos de Documentos

Criamos modelos de documentos essenciais para a comunicação interna e externa da marca, garantindo a padronização e a aplicação consistente da identidade visual e verbal.

Modelo de Papel Timbrado

Descrição: Um modelo de papel timbrado que inclui o logo do Construktor e informações de contato, seguindo a estética da marca.



Construktur

Endereço: Rua Example, 66 - Colude, Giouse | CEP 200 2006 2036
E-mail: Construktur@exemplo.com.br | Site: www.construktur.com.br

Esta fase demonstra a aplicação da identidade visual e verbal em diversos ativos, garantindo a consistência da marca Construktor em todos os pontos de contato.