

**Essa é a **SUA**  
identidade visual.**

Proposta de Identidade Visual

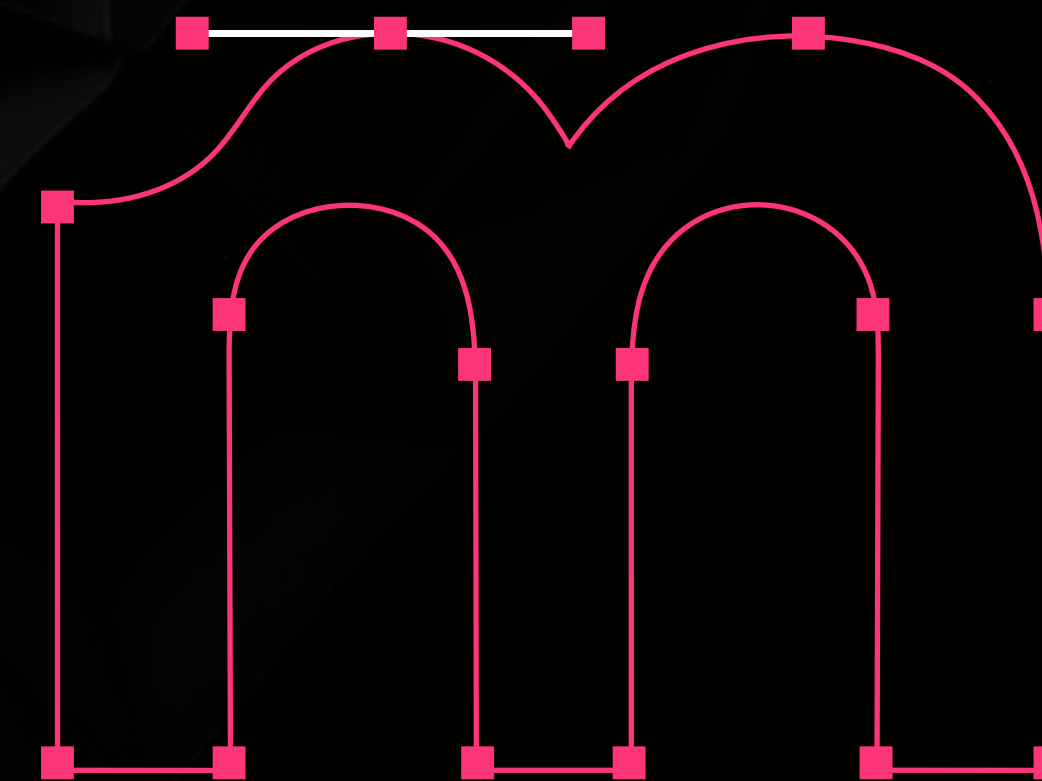
2023



# Identidade Visual

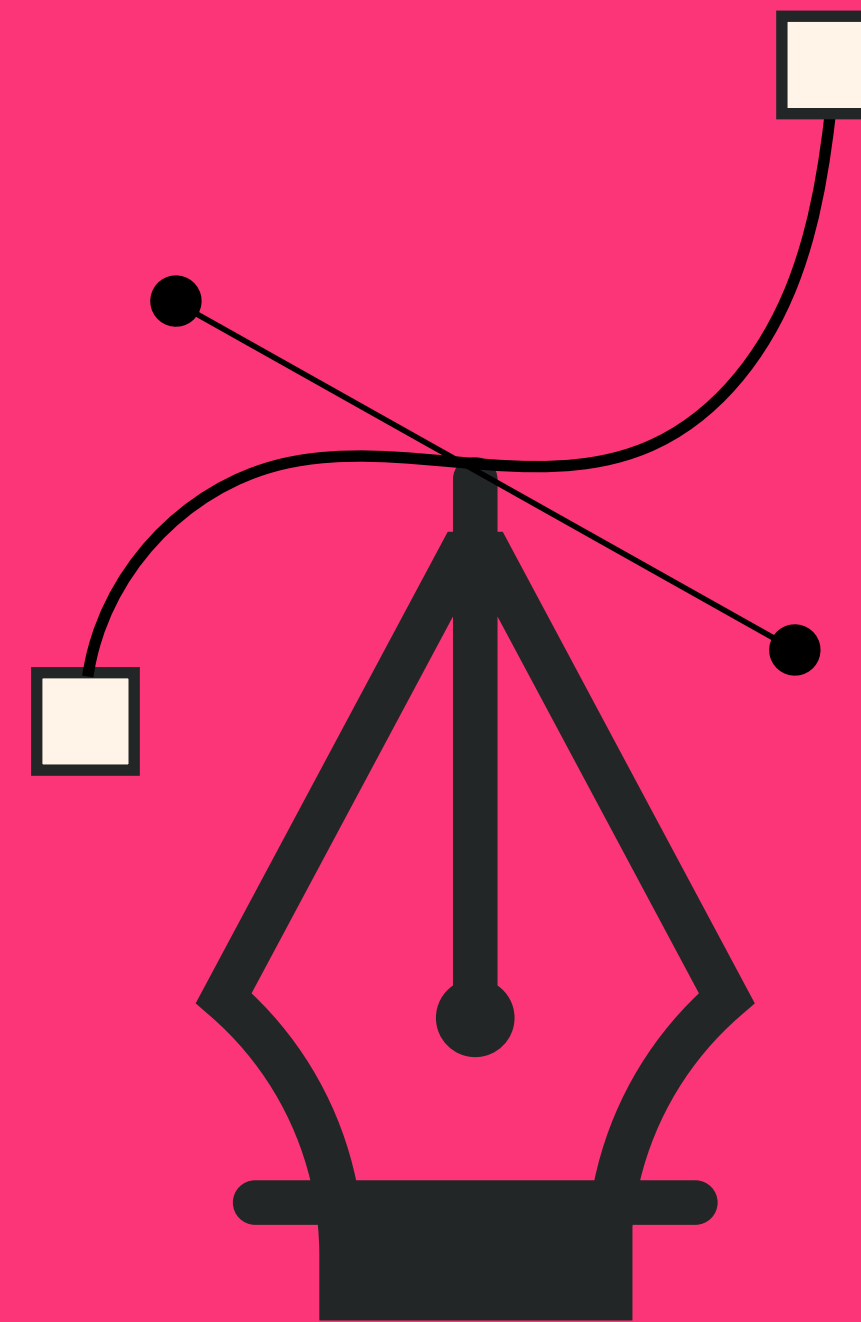
A marca é o bem mais valioso que uma empresa ou uma pessoa pode ter e sua Identidade Visual é responsável por traduzir graficamente toda a essência que ela representa. Uma marca forte necessita de uniformidade e coerência, por isso foram criados padrões que garantem que todos os elementos estejam integrados em todas as manifestações gráficas - que inclui logotipo, tipografia e cores - garantindo uniformidade e harmonia.

O objetivo deste Manual é orientar e facilitar a utilização correta dos elementos que identificam a marca, facilitando a aplicação e, conseqüentemente, a assimilação por parte do público alvo.



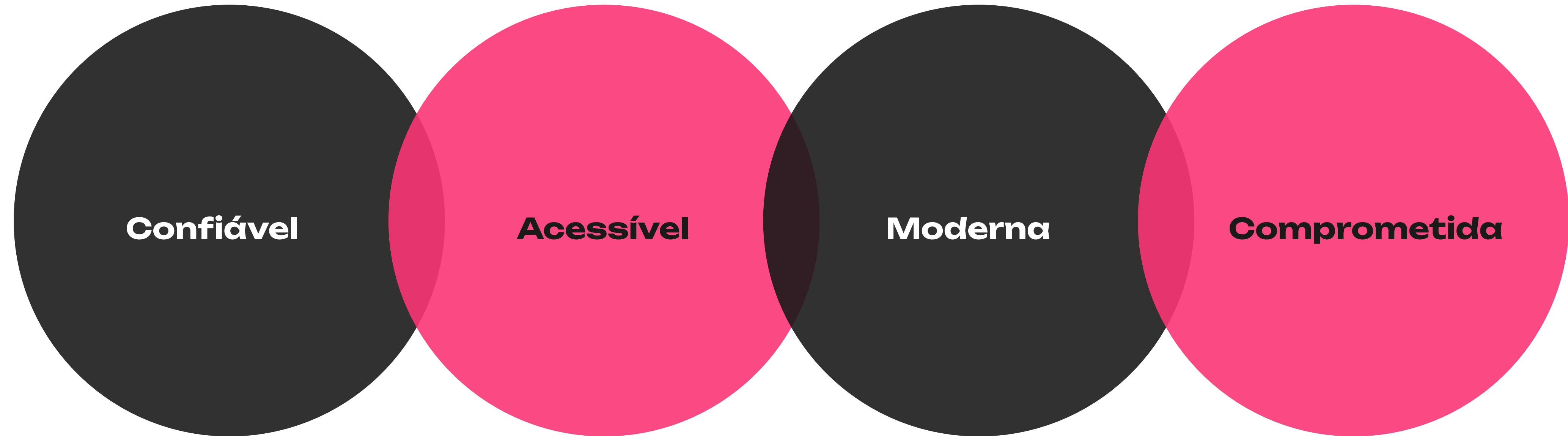
**A IDENTIDADE VISUAL É COMPOSTA POR 7 FATORES. SÃO ELES:**

1. PERSONALIDADE
2. CORES
3. TIPOGRAFIA
4. PADRÃO VISUAL
5. FOTOGRAFIA
6. MARCA
7. COMUNICAÇÃO



# 01 - PERSONALIDADE

---



# 02 - CORES

**Azul:** O azul é uma cor associada à confiança, integridade e estabilidade. Representa a credibilidade da Elo Solutions na entrega de soluções confiáveis e de alta qualidade. Além disso, o azul transmite a ideia de eficiência e tecnologia.

**Vermelho:** O vermelho evoca energia, paixão e ação. Ele reflete o compromisso da empresa em oferecer respostas rápidas e soluções eficazes para os clientes. Também sugere a importância de abordar problemas com entusiasmo e determinação.

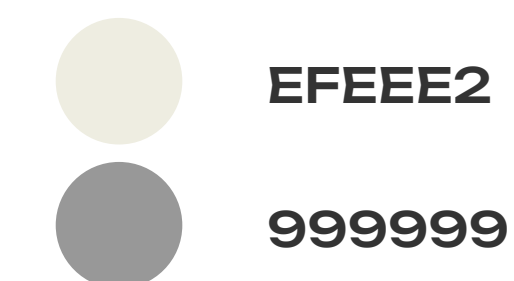
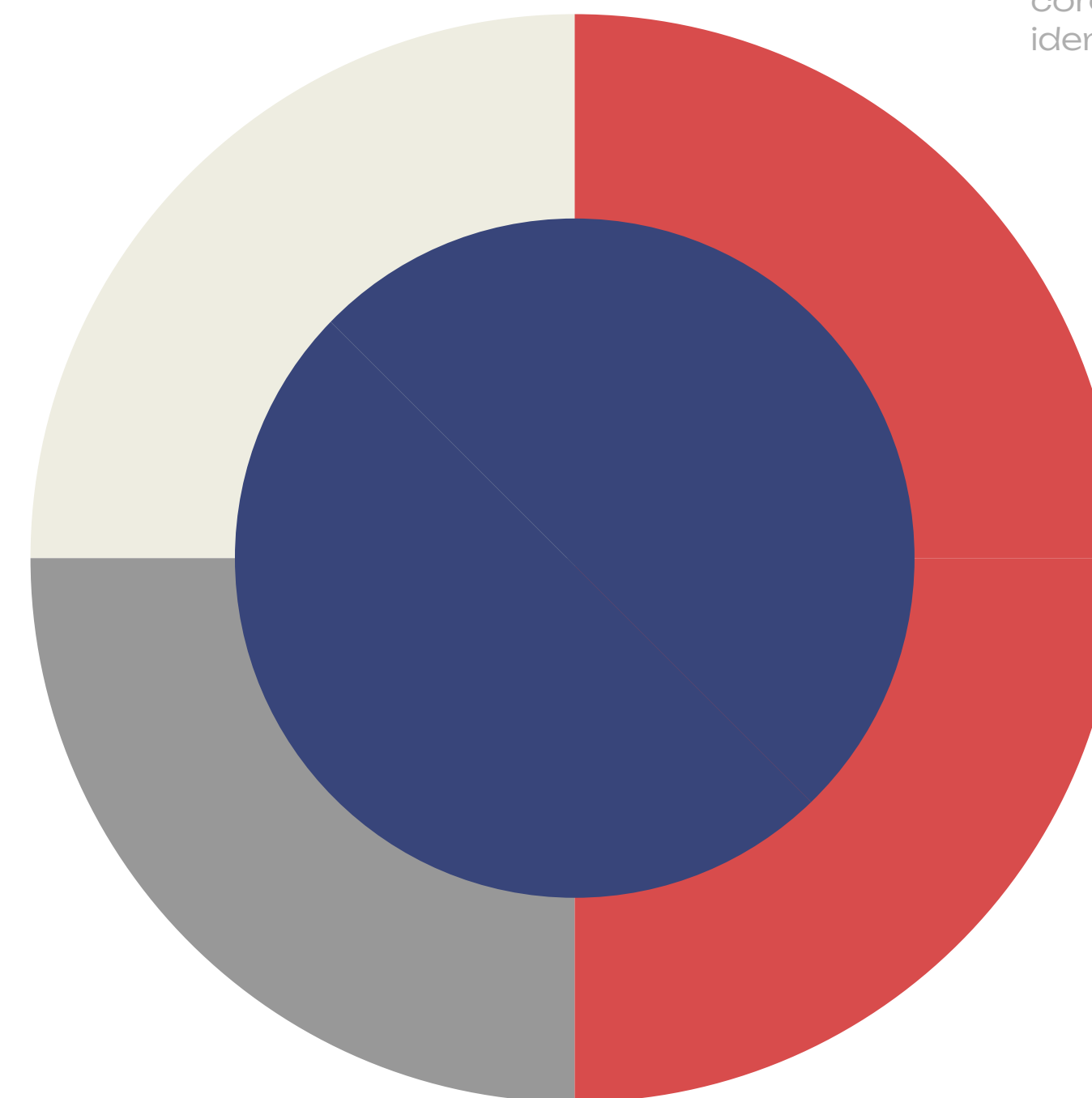
**Bege:** O bege traz um toque de neutralidade e sofisticação, equilibrando as cores mais vibrantes. Isso representa a abordagem profissional da Elo Solutions e sua capacidade de trabalhar em parceria com os clientes de maneira eficaz e amigável.

## CORES PRIMÁRIAS

Serão as cores utilizadas como principais nos projetos visuais, reforçando ainda mais a identidade visual da marca.

## CORES COMPLEMENTARES

Serão as cores utilizadas como coadjuvantes nos projetos visuais, apoiando e complementando as cores primárias e reforçando a identidade visual da marca.



C: 54% R: 56  
M: 43% G: 69  
Y: 0% B: 122  
K: 52%

C: 0% R: 216  
M: 65% G: 76  
Y: 65% B: 76  
K: 15%

C: 0% R: 239  
M: 0% G: 238  
Y: 5% B: 226  
K: 6%

C: 0% R: 153  
M: 0% G: 153  
Y: 0% B: 153  
K: 40%

# 03 - TIPOGRAFIA

## HIERARQUIA TIPOGRÁFICA

A tipografia é a voz da marca. Manter um padrão ajuda a reforçar a pregnância da marca na memória do público.

Estabelecemos uma família de fontes para a marca. A ideia é tornar a comunicação dinâmica e diversificada, abrindo um leque de possibilidades e combinações.

A fonte escolhida para compor o projeto é a família de fontes **Signika Negative** que tem de variados pesos para diferenciar para títulos, campanhas e texto.



a A

abcdefghijklmn  
opqrstuvwxyz

abcdefghijklmn  
opqrstuvwxyz

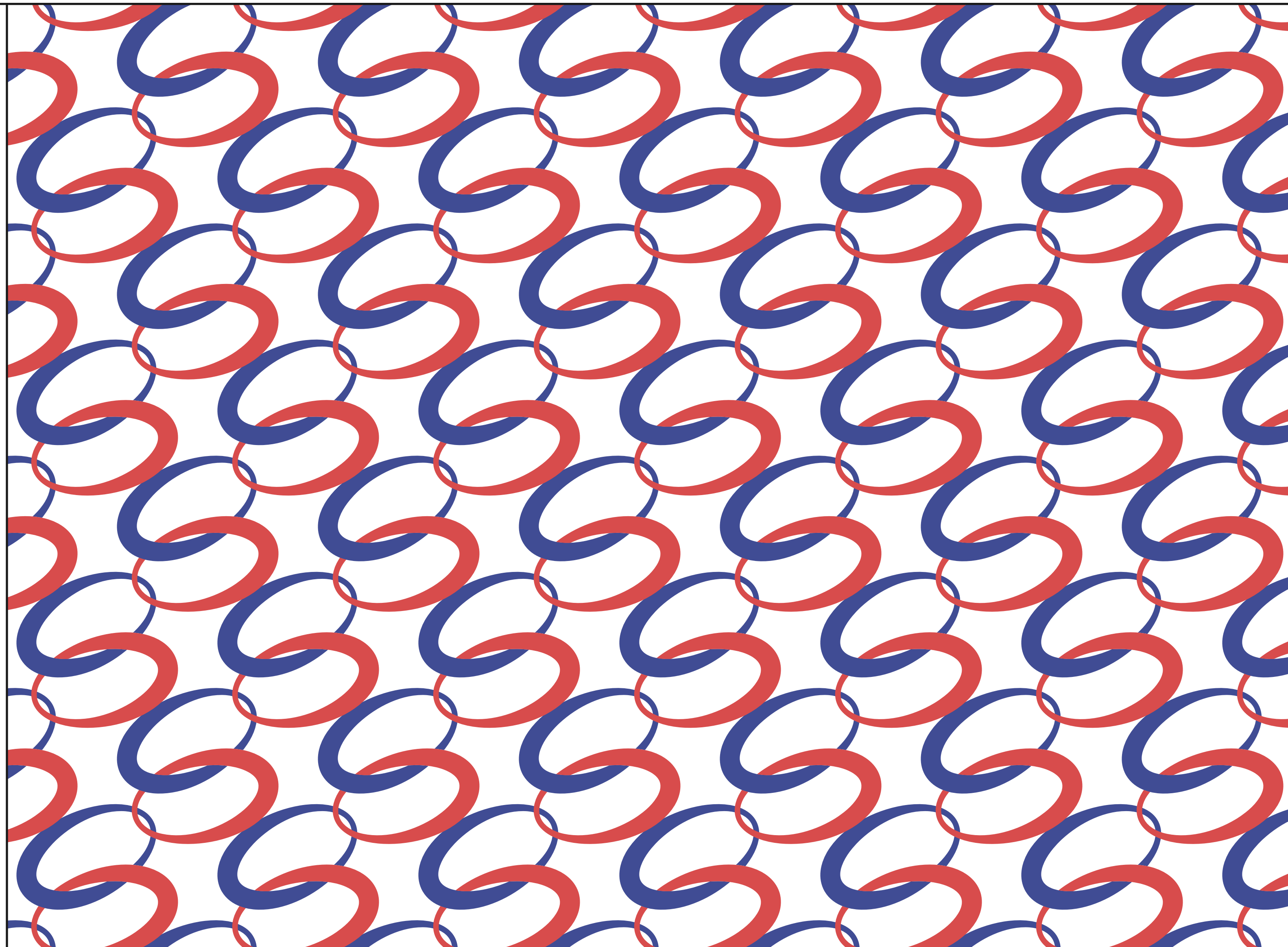
abcdefghijklmn  
opqrstuvwxyz

## 04 - PADRÃO VISUAL

### **PATTERN, ÍCONES FILTROS, TUDO ISSO FAZ PARTE DE UM PADRÃO VISUAL.**

A marca conta com um padrão visual, cujo objetivo é dar apoio aos materiais da marca.

O material foi inspirado pelas formas e cores trabalhadas na marca, mantendo assim coerência e harmonia visual na linguagem, reforçando a identidade da marca.





# 05 - FOTOGRAFIA

## CLICK!

A fotografia sugere situações que são trabalhadas na comunicação como conceitos ou mensagens que devem ser transmitidas de maneira ilustrativa, humana e pessoal.

A fotografia utilizada na identidade visual remete ao segmento, com imagens que humanizam um atendimento, um serviço e trazem proximidade do cliente com a empresa de forma simples e direta.

Além de ser utilizada em materiais publicitários afim institucional ou promocional, a fotografia faz parte de um todo e vende a ideia do produto com emoção e expressão.



**A SUA MARCA...**



## O CONCEITO

### **Tipografia: Signika Negative**

A escolha da tipografia Signika Negative é uma decisão estratégica. A tipografia é legível, moderna e possui uma sensação acolhedora. Ela transmite a ideia de acessibilidade e comunicação clara, valores importantes para uma empresa que se dedica a entender e atender às necessidades dos clientes. A tipografia trabalhada para ficar mais harmoniosa sugere atenção aos detalhes e um cuidado especial na apresentação da marca.

### **Isotipo: O elo formado**

O isotipo da marca, criado a partir da imagem de um "elo entre correntes", é altamente simbólico. Ele representa a conexão forte e duradoura que a empresa estabelece entre todos os elementos da indústria. O formato circular sugere a ideia de continuidade e unidade, enquanto as correntes se entrelaçam para representar parcerias sólidas e colaboração.

### **Personalidade da Marca: Confiável, Acessível, Alegre, Exclusiva, Moderna e Comprometida**

Esses atributos refletem a identidade da marca e definem como ela se posiciona no mercado. A confiabilidade é transmitida através da combinação de cores e tipografia sólida, enquanto a acessibilidade e a alegria são sugeridas pelo verde claro e pela tipografia acolhedora. A exclusividade e a modernidade são refletidas no design único do isotipo e na escolha da tipografia contemporânea. A marca também se destaca por seu compromisso com soluções eficientes e personalizadas.





**ELO** solutions



**ELO** solutions



**ELO** solutions



# 07 - COMUNICAÇÃO

---

## APLICAÇÕES & SUGESTÕES DE USO

A seguir disponibilizamos algumas imagens de aplicações e sugestões de uso do projeto de identidade visual.

Elas servem para dar um direcionamento de como pensamos que esse projeto poderá ser utilizado no dia a dia da marca.

Lembrando que as peças aqui expostas serão um exemplo de aplicação, não necessariamente é obrigatória o uso das mesmas.

**Pedro Silva**  
CEO

(18) 9 9725-5828  
ceo@elosolutions.com.br  
www.elosolutions.com.br  
R. José Nogueira, 999 - Centro





ELO solutions



(11) 9 9725.3828  
ceo@elosolutions.com.br  
www.elosolutions.com.br  
R. José Nogueira, 999 - Centro



ELO solutions





**ELO** solutions

**ELO** solutions

IS

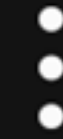




2:13 PM



Elo Solutions 



**200**  
Posts

**14.6K**  
Followers

**155**  
Following

**Elo Solutions - Tecnologia e Automação**

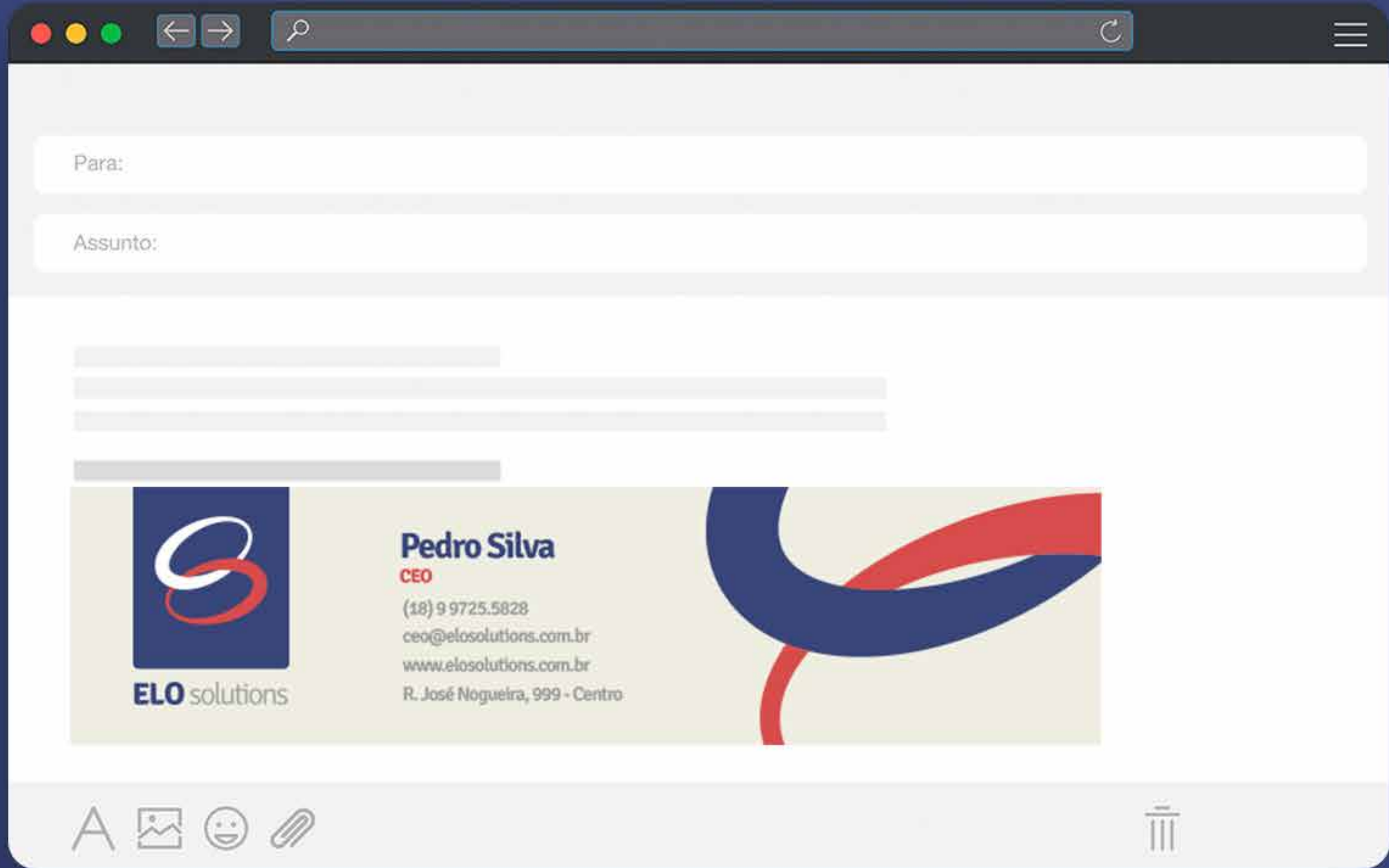
25 anos de expertise unindo tecnologia, engenharia e compromisso para otimizar processos e elevar sua produção a novos patamares.

[www.elosolutions.com.br](http://www.elosolutions.com.br)

Follow

Message





Para:

Assunto:

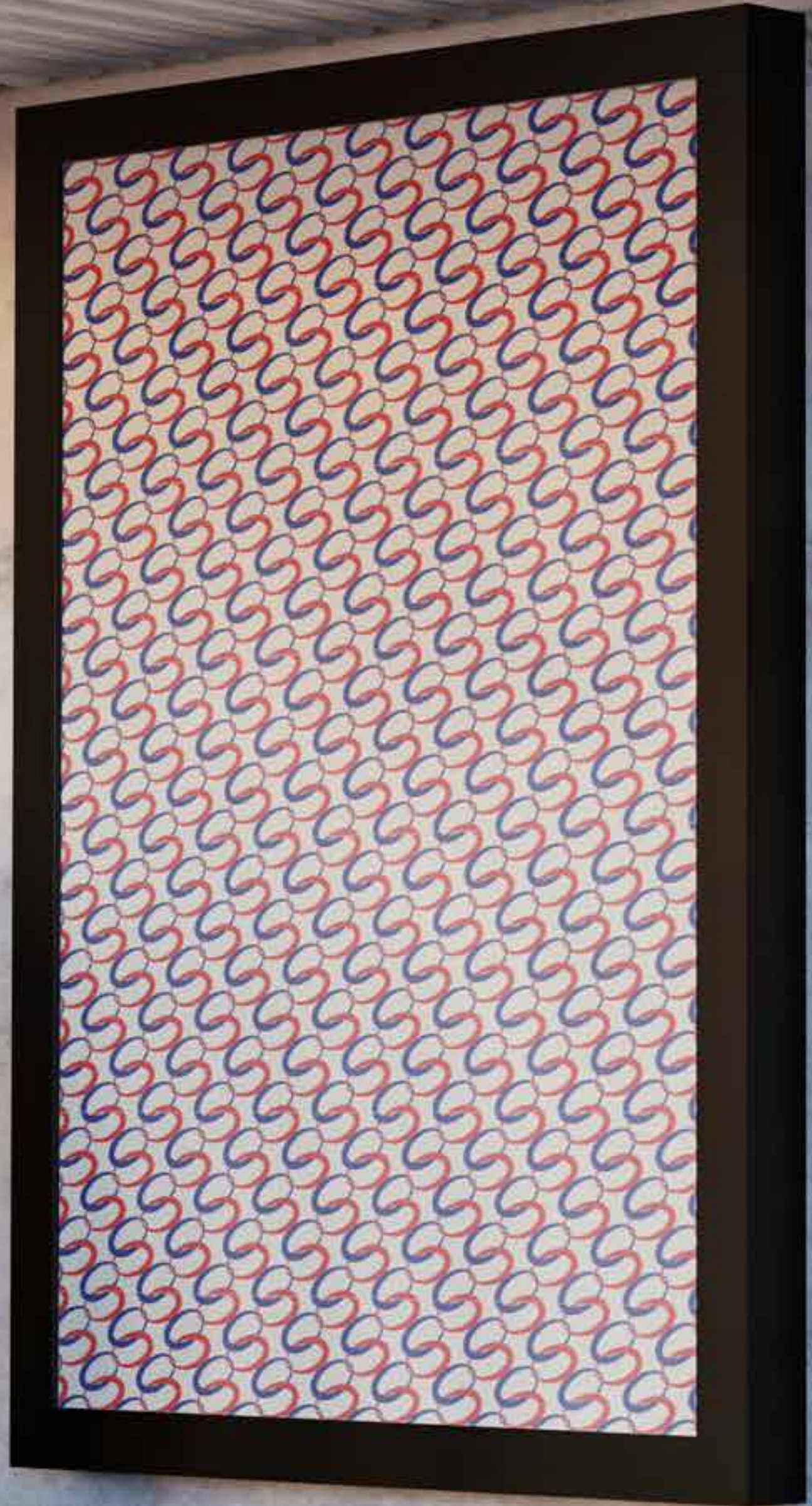


**ELO** solutions

**Pedro Silva**  
CEO

(18) 9 9725.5828  
ceo@elosolutions.com.br  
www.elosolutions.com.br  
R. José Nogueira, 999 - Centro









ELO solutions

## Manutenção que Impulsiona Performance

Do diagnóstico à solução, nossa equipe especializada mantém seus equipamentos de alto valor agregado operando com máxima eficiência.

[www.elosolutions.com.br](http://www.elosolutions.com.br)



# VERSÕES DA MARCA

## SUA MARCA É DINÂMICA

Para proporcionar mais flexibilidade nas aplicações, o logotipo possui algumas versões, são elas:

Horizontal



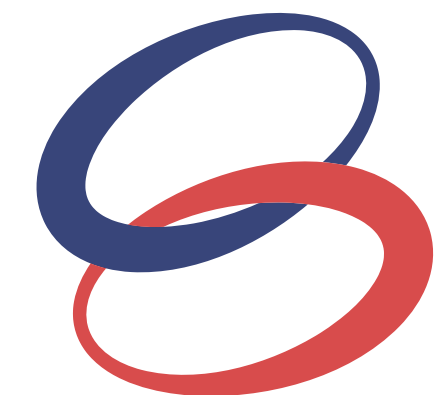
Vertical



Vertical O2



Isotipo



# POSITIVO E NEGATIVO

**PRETO NO  
BRANCO,  
BRANCO NO  
PRETO.**

É importante manter as cores institucionais da marca, mas caso ocorram limitações que impeçam as cores de serem reproduzidas, o logotipo pode ser aplicado em positivo ou negativo.

Positivo



Negativo



# USOS INCORRETOS

## SUA MARCA TEM A MANEIRA CERTA DE SER UTILIZADA.

A fim de manter a identidade da marca, o logotipo nunca deverá ser alterado, seja nas suas cores, diagramação ou proporções.

Verifique os usos incorretos da marca e compare com a versão correta.

✓ CORRETO



✗ FORAM USADAS CORES NÃO INSTITUCIONAIS



✗ FOI ALTERADA A PROPORÇÃO ENTRE OS ELEMENTOS.



✗ FOI ALTERADA A TIPOGRAFIA



✗ O LOGO FOI DEFORMADO

# UTILIZAÇÃO DOS ARQUIVOS

## **RGB**

Devem ser usados quando o objetivo é a leitura em telas de dispositivos eletrônicos, como sites, redes sociais, vídeos, etc.

## **CMYK**

Devem ser usados quando o objetivo final é impressão.

## **NEGATIVO / POSITIVO**

Para usos específicos. Utilize apenas quando seu fornecedor pedir.



**Lemund**  
marketing