



MANUAL

DE IDENTIDADE VISUAL

SUMÁRIO

Sobre a agência	1
Escolha do nome	2
Explicação do logo	3
Simbologia	3
Tipografia	4
Paleta de cores	5
Área reservada	6
Variações	7
Aplicações	8
Aplicações sobre fundos	8
Aplicações sobre fotos	9
Branding Book	10
Missão, visão e valores	11
Serviços	12
Sobre a equipe	15

SOBRE A AGÊNCIA

A Need é uma agência de Relações Públicas que foi criada em 2014, está localizada em São Paulo e é liderada por três mulheres que se juntaram a fim de administrar todas as necessidades de comunicação e propor soluções à pequenas e médias empresas por meio da prática das Relações Públicas. Acreditamos que a comunicação tem grande relevância para as organizações, por ser uma estratégia de integração da organização com seus públicos.



ESCOLHA DO NOME

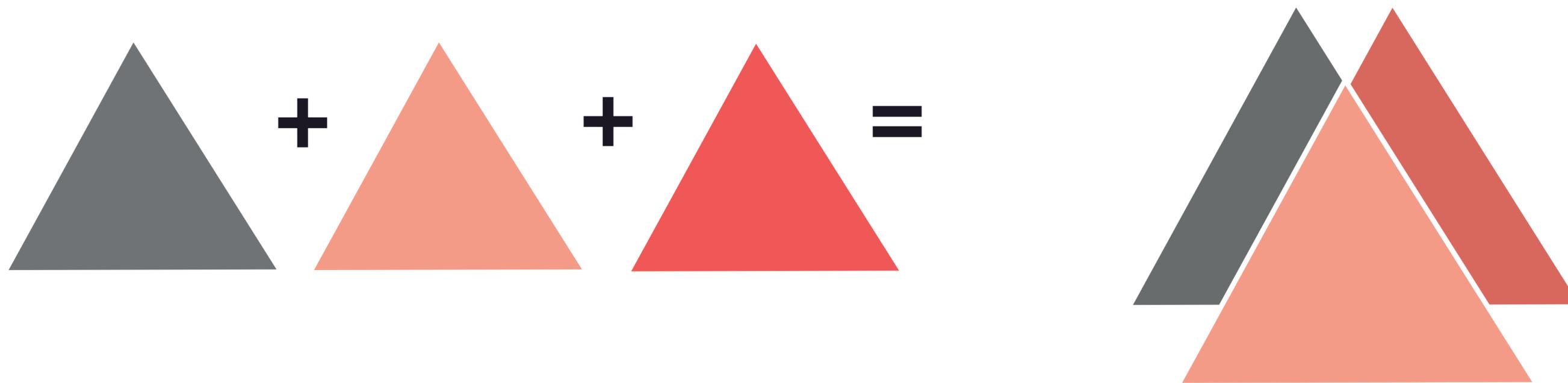
Com o intuito de ter um nome simples, uma sonoridade boa e traduzir a nossa essência, originou-se o nome Need, que vem do verbo "to need" em inglês, que significa precisar, necessitar. Acreditamos que as empresas precisam ou vão precisar de um Relações Públicas um dia, pois é ele que vai analisar desde pontos positivos até os pontos negativos. Sendo assim, executar estratégias de relacionamento e de comunicação para atingir os objetivos de negócio.



EXPLICAÇÃO DO LOGO

- Simbologia

Os três triângulos do nosso logo representam as três integrantes da agência e também parte de um conceito matemático onde para se fazer qualquer coisa são necessárias pelo menos três linhas e com essas linhas pode-se fazer tudo.



TIPOGRAFIAS

Arial Pro Rounded Bold

A B C D E F G H I J K L
M N O P Q R S T U V
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 x w y z

A Arial Pro é a tipografia utilizada na grafia da expressão "Need", nome da agência. Ela está sendo usada no estilo bold e não pode vir em outro, quando tratar do uso da agência. É a tipografia primária. Marcada, ela trás a proposta conceitual da marca, associada ao demais elementos.

Futura Pro Medium

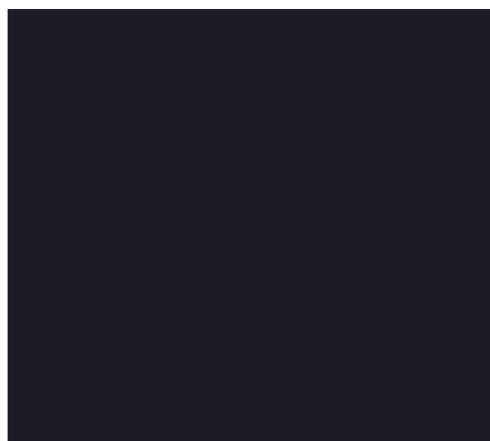
A B C D E F G H I J K L
M N O P Q R S T U V
W X Y Z
a b c d e f g h i j k l
m n o p q r s t u v w x y z

A Futura Pro é a tipografia utilizada na grafia da expressão "agência". Ela está sendo usada no estilo medium e não pode vir em outro, quando tratar do uso da agência. É a tipografia secundária. Leve, ela trás a proposta conceitual da marca, associada ao demais elementos.

A tipografia usada para o corpo desse texto é a Arial e suas variações e para títulos a tipografia usada é a CoolveticaRg-Regular

PALETA DE CORES

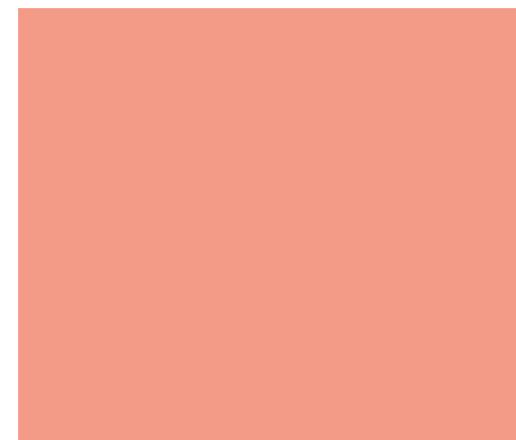
Assim como as formas e elementos, foram usadas quatro cores, denotando a simplicidade e elegância. Cores complementares, tons quentes de rosa que simboliza emoção e companheirismo. Outros dois tons frios, cinza remete a elegância, sofisticação e o azul marinho harmonia. As cores foram aplicadas de forma harmônica que simbolizam a identidade da agência.



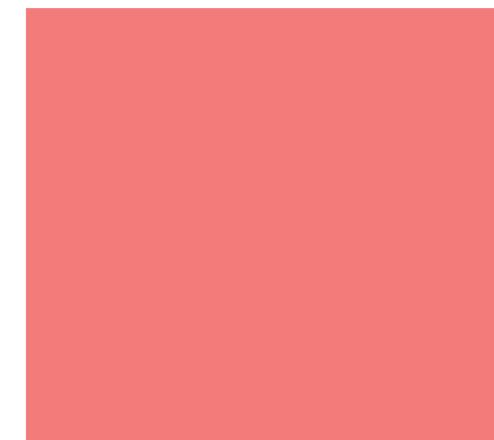
AZUL MARINHO
código HTML:#224E69
código RGB:R: 34
G: 78 B: 105
HSV:202.82° 67.62% 41.18%



CINZA CHUMBO
código HTML:#4F5E71
código RGB:R: 79
G: 94 B: 113
HSV:213.53° 30.09% 44.31%



CORAL
código HTML:#EFA18B
código RGB:R: 239
G: 161 B: 139
HSV:13.2° 41.84% 93.73%



ROSA QUEIMADO
código HTML:#EB847F
código RGB: R: 235
G: 132 B: 127
HSV:2.78° 45.96% 92.16%

ÁREA RESERVADA

Esta é a área que define a distância mínima necessária o logo da agência e outros elementos (textos, quadros, cores, imagens, ilustrações, margens...). A distância deve ser determinada pela proporção abaixo:

**X= DISTÂNCIA ENTRE O LOGO
E OUTRO ELEMENTO**

“X” é a distância entre o triângulo cinza e a margem do retângulo. Essa distância deve ser preservada para não interferir na leitura do logo como elemento gráfico, seja em mídia impressa, seja mídia eletrônica.



A área tracejada compreende a distância de não interferência, ou seja, o limite máximo de aproximação do logo, para que seja percebido corretamente

VARIAÇÕES

A agência também pode vir de acordo com as variações abaixo Vale lembrar que só podem estar nas cores elencadas.



A redução da marca não deve ultrapassar 1,5 cm de altura, tanto em mídias impressas, como em mídias eletrônicas e digitais. Esse limite máximo deve ser respeitado (tendo em vista que a largura deve ser proporcional. A exceção deste padrão só se aplica para a reprodução em materiais menores, como canetas, bottons, óculos, chaveiros, dentre outros.



APLICAÇÕES SOBRE FUNDOS

Aplicações não aceitáveis:

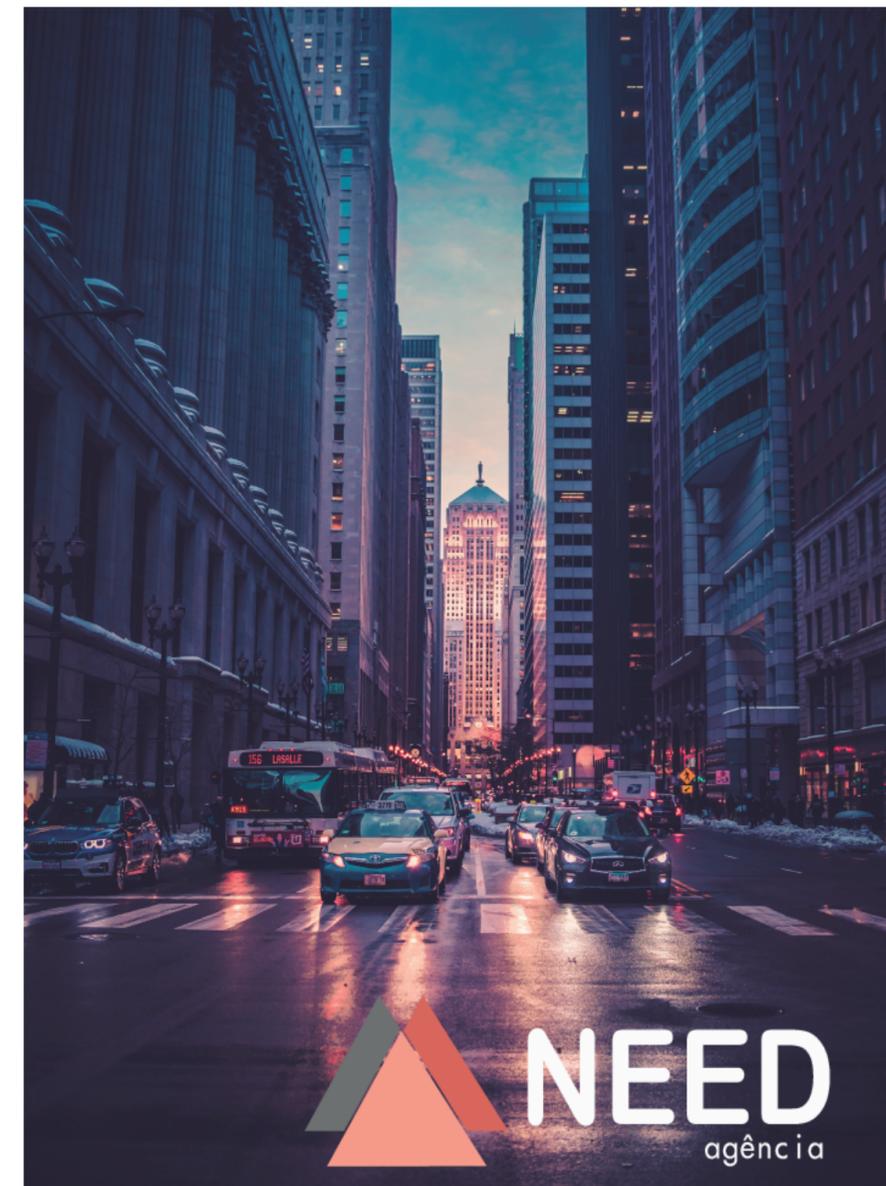


Aplicações aceitáveis:



APLICAÇÕES SOBRE FOTOS

Quando aplicadas sobre fotografias o logo não precisa de fundo, desde que o fundo facilite sua visualização. É importante lembrar que o logo deve aparecer no canto da foto, preservando a área reservada.





BRANDING BOOK

MISSÃO

Por meio de estratégias de comunicação e relacionamento, nossa missão é proporcionar ao nosso cliente resultados eficazes para sua organização, integrando necessidades do mercado e relações públicas.

VISÃO

Ser reconhecida como uma empresa que cria relacionamentos consolidados com seus clientes, sendo referência de credibilidade no mercado. Além disso, ser caracterizada como um ambiente descontraído e que respeita a singularidade de cada um.

VALORES

- Ética
- Transparência
- Diversidade
- Empatia
- Proatividade

SERVIÇOS

- GESTÃO DE MÍDIAS SOCIAIS

A partir de um estudo de Benchmark, identificaremos qual o posicionamento da marca, quem são os seus públicos, concorrentes diretos e como é vista por seus seguidores. Criaremos conteúdos específicos para atingir os públicos e também parcerias. Depois das postagens, iremos interagir com os seguidores e monitorar o engajamento do público, fazendo a mensuração dos resultados para gerar um relatório sobre a performance obtida.

Desenvolvemos toda a personalidade da marca para as mídias sociais, tal como a brand persona, criando o tom de voz e os manuais de conduta e media training .

Além disso, fazemos o gerenciamento de crises para que qualquer situação que escape do controle da organização seja amenizada e não ganhe tanta visibilidade, por meio de ações com todos os públicos envolvidos. E, ainda, a prevenção de crises para evitar surpresas e/ou possíveis exposições negativas da empresa.



SERVIÇOS

- GESTÃO DE IMAGEM

Após um processo de investigação, propomos um planejamento estratégico destinado exclusivamente à comunicação de marca, ou seja, um gerenciamento constante, para que ela se torne conhecida no mercado, construindo uma imagem positiva perante seus públicos, criando relacionamento e, com isso, desenvolvendo uma reputação sólida.

Ou seja, fazemos todo o monitoramento de marca que consiste em acompanhar a reputação da empresa perante suas redes sociais, o que os usuários comentam e compartilham da marca, para então analisar o envolvimento do público e o nível de engajamento desses com as postagens.



SERVIÇOS

- GESTÃO DOS RELACIONAMENTOS

Estabelecemos uma interação constante na equipe interna, informando e compartilhando os acontecimentos da organização. Tais como os objetivos e interesses organizacionais, estimulando o diálogo e a troca de informação, promovendo assim, a satisfação e a motivação nos colaboradores. Além disso, criamos um grupo de estratégias a partir de ações de Relações Públicas com o intuito de satisfazer as necessidades do cliente, para ampliar e manter o relacionamento a longo prazo.

Fazemos ainda relações com os públicos estratégicos em geral, tais como a imprensa e os influenciadores para defenderem a empresa e preservar a imagem positiva da marca na mídia. Através desses relacionamentos é possível conquistar a confiança dos clientes e os influenciadores são capazes de alavancar o sucesso de uma campanha por exemplo.



SOBRE A EQUIPE



Bianca Paes, responsável pela área de Gestão de Imagem, 22 anos, sagitariana, que preza pela sua liberdade. É apaixonada por moda e uma das coisas que mais ama fazer é analisar o comportamento das pessoas por meio da indústria fashion . Viciada em reality show e no mundo das celebridades, também ama ler e seu livro preferido é Metamorfose de Franz Kafka.

SOBRE A EQUIPE



Giovanna Moreli, responsável pela área de Gestão dos Relacionamentos, 21 anos, apaixonada por hambúrguer, viagens, conhecer lugares novos e frequentar academia. Nas horas vagas, curte se juntar aos amigos em um bar descontraído ou um bom restaurante, correr e assistir séries.

SOBRE A EQUIPE



Thirza de Oliveira, responsável pela área de Gestão de Mídias Sociais , 21 anos, apaixonada pela confeitaria e por esportes. Cristã, adora estar sempre rodeada de amigos e família. Adora reality show culinário e fazer maratona de séries.



**MANUAL DE IDENTIDADE
VISUAL - SIMPLES.**

**ESSE MANUAL DE
IDENTIDADE
FOI ELABORADO PELA
AGÊNCIA NEED.**

SÃO PAULO - 2019