



*BRAND BOOK*

# **Olá.**

*SOMOS A AGÊNCIA MAGISTRI*



*O principal objetivo deste manual é apresentar o processo de construção da nossa marca e auxiliar nos direcionamentos que a utilizem, garantindo que a nossa identidade e essência sempre sejam mantidas.*

# Sumário

<i>Introdução</i> .....	04
<i>01. Propósito</i> .....	05
<i>02. DNA</i> .....	06
<i>02.1. Essência</i> .....	07
<i>02.2. Missão, Visão e Valores</i> .....	07
<i>02.3. Personalidade</i> .....	08
<i>02.4. Arquétipos</i> .....	08
<i>03. Posicionamento</i> .....	11
<i>03.1. Proposta de Valor</i> .....	12
<i>03.2. Promessa da Marca</i> .....	13
<i>03.3. Declaração de Posicionamento</i> .....	13
<i>03.4. Mapa de Posicionamento</i> .....	15
<i>03.5. Voz da Marca</i> .....	15
<i>03.6. Tom de Voz</i> .....	15
<i>03.7. Brand Persona</i> .....	16
<i>03.8. Pontos de Prova</i> .....	17
<i>03.9. Prisma de Identidade</i> .....	17
<i>04. Identidade Verbal</i> .....	19
<i>04.1. Naming</i> .....	20
<i>04.2. Slogan</i> .....	20
<i>05. A Marca</i> .....	21
<i>05.1. Construção da Marca</i> .....	22
<i>05.2. Logotipo</i> .....	23
<i>05.3. Logomarca</i> .....	24
<i>05.4. Apresentação da Marca</i> .....	25
<i>05.5. Proporções</i> .....	26
<i>05.6. Zonas de Exclusão</i> .....	27
<i>05.7. Tamanhos Mínimos</i> .....	28
<i>05.8. Inversão de Cores</i> .....	29
<i>05.9. Não Aplicações</i> .....	30
<i>05.10. Ícones</i> .....	31
<i>05.11. Logos Secundárias</i> .....	32
<i>05.12. Aplicação de Slogan</i> .....	33
<i>05.13. Submarcas</i> .....	34
<i>06. Tipografias</i> .....	35
<i>06.1. Poppins</i> .....	36
<i>06.2. Roboto Condensed</i> .....	37
<i>06.3. Whitecase</i> .....	38
<i>07. Cores</i> .....	39
<i>08. Elementos Gráficos</i> .....	41
<i>08.1. Gráficos</i> .....	42
<i>08.2. Ícones</i> .....	43
<i>09. Aplicações</i> .....	46



**CRE  
ATIV  
ITY**

ESSÊNCIA DA MARCA

# **Intro**

SOBRE A AGÊNCIA

*Nascemos como uma agência de publicidade comum, mas a motivação por desafios somada ao desejo de explorar novos caminhos, acabaram por nos transformar. Nos tornamos uma agência de marketing totalmente disruptiva, ao mesmo tempo que dominante de todas as bases sólidas do marketing tradicional.*

*E ao longo destes mais de 20 anos de história, entendemos que somente a criatividade e a qualidade das nossas entregas não nos tornavam únicos. Precisávamos ir além, precisávamos olhar o marketing por outro ângulo. Ousamos, idealizamos soluções e encontramos novas alternativas para o mercado.*

*Desenvolvemos métodos, mapeamos os processos e simplificamos o marketing através de um ecossistema completo e funcional, que vai desde a coleta e análise de dados até o planejamento estratégico e a operacionalização, tudo conectado a um só objetivo, entregar resultados reais. Resultados estes, sustentados por criatividade, números e pelo crescimento constante dos nossos clientes.*

# 01 **PROPÓSITO**

*Transformar a comunicação e o relacionamento entre empresas e clientes através de soluções de marketing que contribuam para o posicionamento e o crescimento de marcas.*



The background of the slide is a dark purple color with a repeating pattern of stylized human figures. Each figure is composed of a white circle for a head and a dark purple shape for a body, with arms and legs extending outwards. The figures are arranged in a grid-like pattern, slightly offset from each other.

# 02 DNA

# ESSÊNCIA

CRIATIVIDADE

INOVAÇÃO

TECNOLOGIA

# MISSÃO

*A Agência Magistri está engajada em aproximar empresas e clientes através de soluções criativas, inovadoras e tecnológicas, a fim de posicionar, fortalecer e acelerar o crescimento de marcas e negócios.*

# VISÃO

*Prover soluções inovadoras e criativas, com alta qualidade e tecnologia, permitindo que empresas e clientes se aproximem, se conectem e se relacionem.*

# VALORES

EMPATIA

TRANSPARÊNCIA

CRIATIVIDADE

PROATIVIDADE

RESPONSABILIDADE

QUALIDADE

COMPROMISSO

RESPEITO





# **MAGO**

*O mago quer criar novas realidades, quer transformar crenças antigas, quer ajudar as pessoas a realizarem os sonhos delas, a lidarem com as dificuldades e com as próprias provações. Ele quer ajudar as pessoas a ressignificarem e entenderem a realidade de um ponto de vista completamente diferente, a expandir ou ampliar a consciência.*

## **SUBTIPO**

*Engenheiro: Usando uma abordagem estruturada para resolução de problemas, o Engenheiro transforma a energia criativa em expressão prática. Lógico e curioso, o Engenheiro é o subtipo a quem recorrer em busca de soluções para os problemas cotidianos.*

# **CRIADOR**

*O Criador é o inimigo da padronização, pois ele quer sair fora da caixinha, ele não quer fazer um negócio igual a todo mundo. Ele quer ser diferente, mudar, inovar, realizar, ajudar as pessoas a se expressarem, quer demonstrar sua personalidade, sua visão de mundo.*

## **SUBTIPO**

*Visionário: Com bons insights e observação acima da média, o Visionário costuma ser um estrategista muito bom. Trazendo uma perspectiva “de fora” junto com uma grande imaginação, este subtipo é capaz de ver o potencial para um bem maior que outros podem não perceber.*



# INNO VAT TION

ESSÊNCIA DA MARCA



# 03 **POSICIONAMIENTO**

# PROPOSTA DE VALOR



## ***Marketing de alto impacto para crescimento e expansão de empresas***

*Soluções de marketing que aproximam e conectam empresas e clientes, visando acelerar o crescimento de marcas e negócios.*

- *Criatividade*
- *Inovação*
- *Tecnologia*
- *Conexão*
- *Relacionamento*
- *Resultado*

# **PROMESSA DE MARCA**

*A Magistri transforma os processos de marketing através de um método exclusivo e de um ecossistema completo, que une do planejamento estratégico à operacionalização, tornando tudo mais fluido e impactando positivamente nos resultados desejados.*

## **CLIENTES-ALVO**

*Empresas de todos os portes que desejam posicionar e fortalecer suas marcas bem como acelerar o crescimento dos seus negócios.*

## **CATEGORIA DE MERCADO**

*Marketing, Publicidade e Tecnologia.*

# **DECLARAÇÃO DE POSICIONAMENTO**

## **PROMESSA**

*Crescimento e expansão de empresas e negócios.*

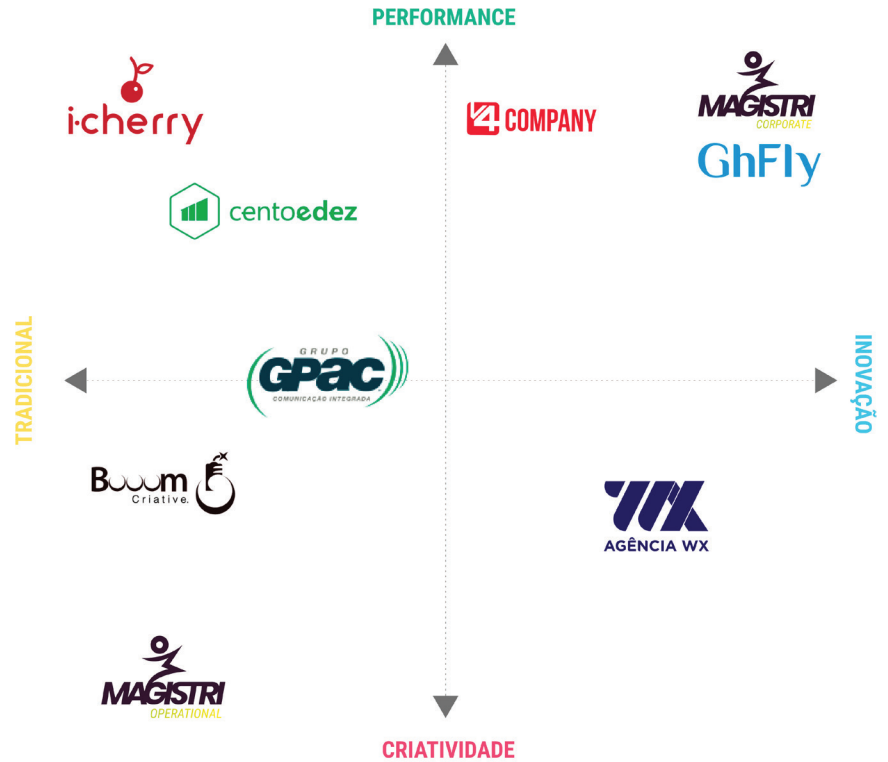
## **RAZÃO PARA ACREDITAR**

*Somos especialistas em soluções de marketing de alto impacto focadas em resultados.*

*DECLARAÇÃO DE POSICIONAMENTO*

*“Somos especialistas na aceleração e crescimento de empresas qualquer que seja o seu tamanho ou segmento. Fazemos isso através de soluções de marketing de alto impacto e estratégias totalmente focadas em resultados”.*

# MAPA DE POSICIONAMENTO



## VOZ DA MARCA

- ACONSELHADORA
- SINCERA
- EXPERIENTE
- BEM-HUMORADA

## TOM DE VOZ

- OBJETIVO
- INFORMATIVO
- TRANSPARENTE
- ASSERTIVO



# BRAND PERSONA



**NICHOLAS DE SOUZA**  
*Consultor de Marketing*  
38 anos

*Engajado em novos desafios e focado na excelência qualitativa e resultados.*

## HABITOS

*Adora inventar e construir novas coisas. Mesmo nos momentos de lazer prefere à ação como pescaria, jogos e eventos.*

## FRUSTRAÇÕES

*Perder tempo com coisas que considera supérfluas, brigas e discussões.*

*Nicholas tem 38 anos, é do sexo masculino, casado e possui 2 filhas. Seu salário atual é de R\$ 12.200 e ele trabalha e mora em Curitiba. Formou-se em Marketing e concluiu um MBA em Gestão de Marcas. Atua com marketing desde 2007 e atua como consultor de marketing.*

*Motivado por desafios e pelo constante crescimento profissional, está sempre em busca do conhecimento e de novas especializações.*

*Seus principais objetivos estão em aprimorar constantemente os seus conhecimentos e especializar-se cada vez mais em marketing e gestão de marcas embora diversos dos conteúdos disponíveis passam a se tornar rasos em relação aos conhecimentos já adquiridos.*

*Receoso em não ter o conhecimento de tudo, este é um fator que amedronta Nicholas assim, cada vez mais ele busca novos conhecimentos afinal, ele quer se tornar autoridade e referência em tudo o que diz respeito a marketing e marcas.*

*Com uma agenda bastante atarefada, algumas dificuldades surgem dentre elas, pouco tempo para estudos, para família e para novos projetos. Para Nicholas é necessário reinventar-se a todo o momento devido a escassez de conteúdos para aprimorar-se ainda mais.*

*Costuma acessar sites de notícias, blogs de marketing, tecnologia e negócios, apps de gestão e organização, plataformas de cursos e games.*

# PONTOS DE PROVA



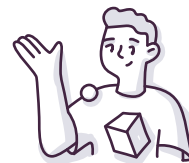
METODOLOGIA ÚNICA



PLATAFORMAS PRÓPRIAS



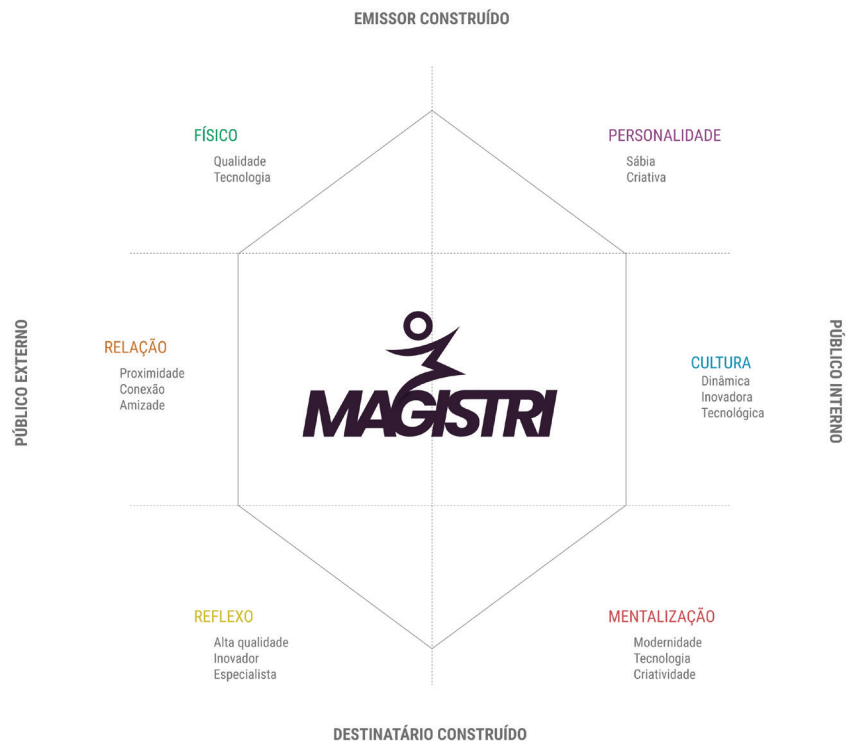
+16 ANOS DE MERCADO



EQUIPE DE ESPECIALISTAS

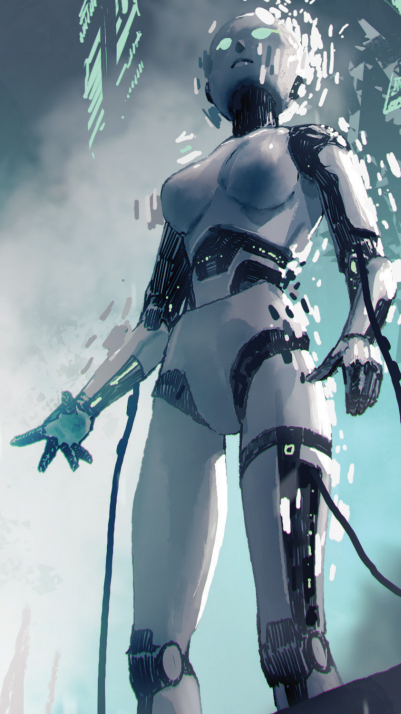


PORTFÓLIO PARA GRANDES EMPRESAS



## PRISMA DE IDENTIDADE

**TECH  
NOL  
OGY**



ESSÊNCIA DA MARCA

The background features a repeating pattern of stylized human figures in a dark purple color. Each figure is composed of a circular head and a body with arms and legs, all rendered in a simplified, geometric style.

# 04 IDENTIDADE VERBAL

# **NAMING**

## *AGÊNCIA MAGISTRI*

*A Agência Magistri apresenta 3 (três) subdivisões de marca representando os 3 (três) pilares da empresa:*

*MAGISTRI CORPORATE*

*MAGISTRI OPERATIONAL*

*MAGISTRI LICITAÇÕES*

# **SLOGAN**

***“Marketing do jeito certo”.***



**05** **A MARCA**

# Marca

A CONSTRUÇÃO

*Com base na nossa missão, que preza pela comunicação entre todos, emprestamos o canto dos pássaros para representar a comunicação entre todas as pontas relativas aos nossos serviços, visto que o canto dos pássaros tem um enorme alcance, sendo agradável e amigável.*

*Outro elemento forte na nossa comunicação é a transformação prometida e a capacidade de percebermos a realidade de uma forma diferente, sempre buscando o crescimento através da inovação e evolução. Optamos por utilizar linhas inclinadas (itálico) e curvilíneas, além dos tons de roxo que remetem a criação de novos mundos, de novas realidades.*

MAGISTRI



COMUNICAÇÃO



PESSOAS

**M**

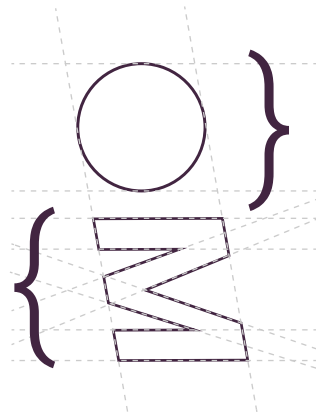


# LOGOTIPO

PROCESSO CRIATIVO

1

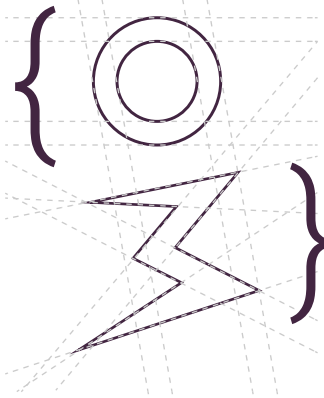
Letra "M" invertida  
Representação de um corpo  
Representação de um bico



Representação de uma cabeça  
Representação de um olho

2

Estilização do  
olho / cabeça



Estilização do "M"  
corpo / bico

3

Refinamentos



4

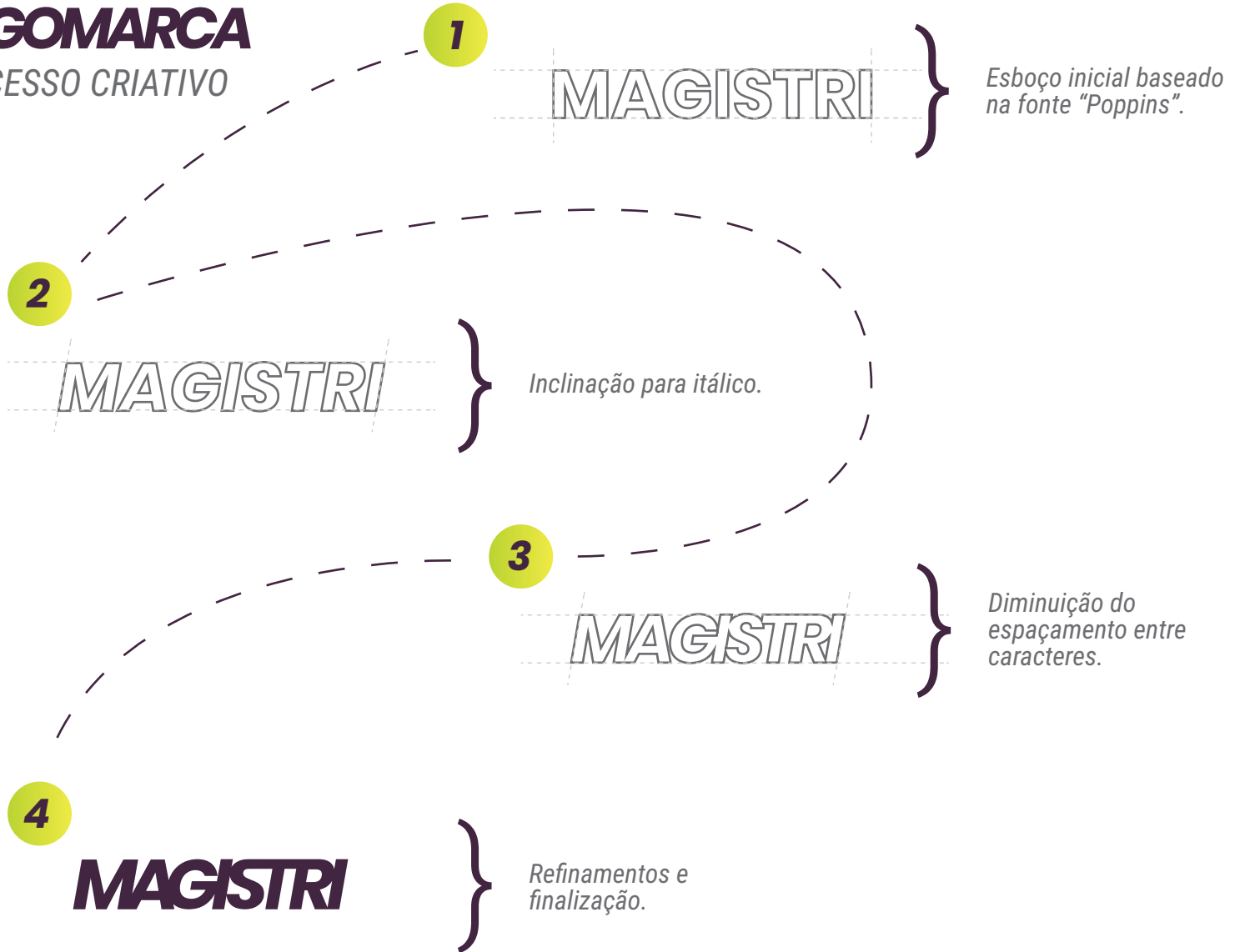
Resultado Final





# LOGOMARCA

PROCESSO CRIATIVO

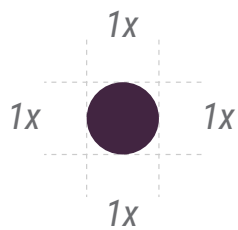


**MARCA**  
RESULTADO FINAL



# MARCA

PROPORÇÕES



# MARCA

## ZONAS DE EXCLUSÃO



# MARCA

## TAMANHOS MÍNIMOS

*35px é o tamanho mínimo permitido para a aplicação da marca.*



35 px é o tamanho mínimo

# MARCA

INVERSÃO DE CORES



**MARCA**  
NÃO APLICAÇÕES



*Não distorça a logomarca*



*Não aplique sobre fundos sem contraste*



*Não substitua a cor original por linhas*



*Não aplique sombra*



*Não altere o espaçamento dentre caracteres*



*Não altere as cores originais*

**MARCA**

ÍCONES



20 px é o tamanho mínimo



20 px é o tamanho mínimo



**MARCA**

LOGOS SECUNDÁRIAS



**MARCA**

APLICAÇÃO DE SLOGAN



# SUBMARCAS



The background features a repeating pattern of stylized human figures in a dark purple color. Each figure is composed of a circular head and a body with arms and legs, all rendered in a simplified, geometric style.

# 06 TIPOGRAFIA

# *Poppins*

---

*Aa*

**Light Italic**

*Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo*  
*Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz*  
*0123456789*  
*~!@#\$%^&\*(){}[]<>?:“`|*

---

*Aa*

**Medium Italic**

*Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo*  
*Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz*  
*0123456789*  
*~!@#\$%^&\*(){}[]<>?:“`|*

---

*Aa*

**Bold Italic**

*Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo*  
*Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz*  
*0123456789*  
*~!@#\$%^&\*(){}[]<>?:“`|*

# Roboto Condensed

Aa

## **Light Italic**

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo  
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9  
~ ! @ # \$ % ^ & \* ( ) { } [ ] < > ? : " ' \ |

Aa

## **Italic**

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo  
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9  
~ ! @ # \$ % ^ & \* ( ) { } [ ] < > ? : " ' \ |

Aa

## **Bold Italic**

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo  
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9  
~ ! @ # \$ % ^ & \* ( ) { } [ ] < > ? : " ' \ |

# Whitecase Regular

Aa

## Regular

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo

Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

~ ! @ # \$ % ^ & \* ( ) { } [ ] < > ? : " ' | \



**07** **CORES**



# CORES

## A PALETA

*A criatividade, magia e conhecimento, aliados a organização e reponsabilidade, traduzem um pouco do que a marca representa.*

*Criatividade, independência, mistério e magia.*

**Roxo**  
HEX: #432642

R	67	C	72	PANTONE 7449 C
G	38	M	86	
B	66	Y	41	
		K	48	

90%

70%

50%

30%

10%

*Entusiasmo, praticidade e conhecimento.*

**Amarelo**  
HEX: #D5DE3C

R	213	C	24	PANTONE 380 C
G	222	M	0	
B	60	Y	84	
		K	0	

90%

70%

50%

30%

10%

*Organização, responsabilidade e autocontrole.*

**Cinza**  
HEX: #6D6E71

R	109	C	0	PANTONE 424 C
G	110	M	0	
B	113	Y	0	
		K	0	


90%

70%

50%

30%

10%

The background features a repeating pattern of stylized human figures in a dark purple color. Each figure is composed of a circular head and a body with arms and legs, all rendered in a simplified, geometric style.

# 08 ELEMENTOS GRAFICOS

# GRÁFICOS

## ELEMENTOS DA MARCA







# ÍCONES

## ELEMENTOS DA MARCA



The background features a repeating pattern of stylized human figures in a dark purple color. Each figure is composed of a circular head and a body with arms and legs, all rendered in a simplified, geometric style.

# 09 APLICAÇÕES

# PAPELARIA

## ID VISUAL







agenciamagistri  
Curitiba, Paraná



ESSÊNCIA DA MARCA



# SOCIAL MEDIA

REDES SOCIAIS



agenciamagistri  
Curitiba, Paraná



ESSÊNCIA DA MARCA



**PORTO ALEGRE, RS**

*Avenida Carlos Gomes, 700*

*Boa Vista*

*Cep: 90480-000*

*+55 (51) 2165.4352*

**FLORIANÓPOLIS, SC**

*Avenida Prefeito Osmar Cunha, 416*

*Centro*

*Cep: 88015-100*

*+55 (48) 3197.4169*

**CURITIBA, PR**

*Rua Augusto Stresser, 1691*

*Hugo Lange*

*Cep: 80030-340*

*+55 (41) 3300.0196*

**SÃO PAULO, SP**

*Avenida Brigadeiro Faria Lima, 1811*

*Jardim Paulistano*

*Cep: 01452-001*

*+55 (11) 4570.0196*



***<https://agenciamagistri.com.br>***

