

Distribuidor Autorizado



Manual da Marca
Distribuidor Autorizado
Serasa Experian

Versão 7

Bem-vindo ao Livro da Marca Distribuidor Autorizado Serasa Experian

Este documento leva você a conhecer nossa estratégia de branding e entender como ela se expressa em nossa identidade de marca. Por favor, leia e siga essas diretrizes com atenção quando for desenvolver qualquer material de comunicação da Serasa Experian, para garantir que a gente continue construindo uma marca forte e consistente.

Se você tiver alguma dúvida ou precisar de mais informações, entre em contato com o seu gerente de conta Serasa Experian.

Índice

1.0 - Apresentação.....	4	7.0 - Materiais de Apoio	28
1.1 - Introdução.....	5	7.1 - Cartões de visita.....	29
2.0 - Identidade da marca	6	7.2 - Envelopes	30
2.1 - Nosso posicionamento de marca	7	7.3 - Papel Timbrado.....	31
2.2 - Slogan de marca.....	8	7.4 - Camisas - Uniformes	32
2.3 - Nossas crenças.....	9	7.5 - Camisas modelo polo - Uniformes	33
2.4 - Narrativa da nossa marca	10	7.6 - Crachá.....	34
2.5 - Nossos traços de personalidade	11	7.7 - Banner Físico	35
3.0 - Logomarca	12	7.8 - Móbile	36
3.1 - Logomarca.....	13	8.0 - Brindes	37
3.2 - Respiro	14	8.1 - Caneta e Cadernos tipo Molekine®	38
3.3 - Tamanho mínimo.....	15	8.2 - Pen drive, Squeeze	39
3.4 - Modelos de aplicação.....	16	9.0 - Peças Digitais.....	40
3.5 - Aplicações da logomarca sobre fundos chapados.....	17	9.1 - Site	41
3.6 - Aplicações incorretas.....	18	9.2 - E-mail Marketing	42
3.7 - Aplicação com a Logomarca do Distribuidor Autorizado.....	19	9.3 - Banners Digitais	43
4.0 - Cor.....	20	9.4 - Facebook.....	44
4.1 - Composição das cores primárias	21	9.5 - Assinatura de e-mail	45
4.2 - Cores secundárias	22	10.0 - Redes Sociais.....	46
5.0 - Tipografia.....	23	10.1 - Header e post para mídias sociais	47
5.1 - Fontes	24	10.2 - Boas práticas nas redes sociais.....	48
6.0 - Fotografia	25		

1.0

Apresentação

1.1

Introdução

A Serasa Experian tem uma finalidade clara: ajudar a criar um amanhã melhor, ampliando oportunidades para pessoas e empresas.

Buscamos entender por completo as crenças e necessidades de nossos múltiplos tipos de clientes e, a partir disso, de forma empática, dialogamos e cocriamos soluções inovadoras e sob medida para cada um deles.

Com isso surge uma nova Serasa Experian, muito mais criativa, dinâmica e proativa, imersa nas necessidades reais dos nossos clientes e criando todos os dias uma relação muito mais próxima, amigável e transparente, colocando sempre o cliente no centro de tudo.

Nossa marca é constituída por posicionamento, crenças, narrativa e traços de personalidade. Este livro de marca explica como esses componentes constroem nossa identidade. Mostraremos como esse posicionamento é expresso em nossa identidade visual e em nosso tom de voz.

Observe que esta estratégia de marca é apenas para nossos públicos internos e não deve ser exibida para o cliente.

Você poderá pedir ao seu gerente de contas arquivos originais da marca para aplicar em suas peças de comunicação.

De qualquer maneira, é imprescindível que você compartilhe com ele todas as peças em que aplique as marcas Serasa Experian antes de finalizá-las.

Conforme determina nosso contrato, a área de Marketing deve avaliar e aprovar toda e qualquer ação do Distribuidor Autorizado que envolva as marcas Serasa Experian.

Estamos à sua disposição para compartilhar os arquivos, esclarecer dúvidas ou trocar ideias sobre o assunto.

Bons negócios.

2.0

Identidade da marca



2.1

Nosso posicionamento de marca

Nosso posicionamento define e orienta todas as nossas ações e ajuda a nos diferenciar das demais empresas do setor.

Temos uma finalidade definida: ajudar a criar um amanhã melhor. Essa é a verdade absoluta para a Serasa Experian.

O propósito de marca nada mais é do que uma maneira de materializar as razões para as quais uma marca deve existir. Não apenas nossos produtos ou diferenciais, mas sim como nossa marca pretende contribuir com o mundo e com as pessoas que vivem nele. É o norte capaz de unificar a companhia e nossos clientes em toda nossa cultura organizacional.

A “ideia de marca” é a forma como a organização quer ser percebida pelo seu público. Ela é expressa na nossa aparência, na nossa fala e até na nossa maneira de se relacionar.

Juntamente com nosso “propósito de marca”, nossa “ideia da marca” nos ajuda a remar todos na mesma direção e, por isso, nos destacamos de nossos concorrentes e nos tornamos mais importantes para a vida das pessoas.

Nosso negócio é focado em dados e o que importa mesmo é o que fazemos com esses dados. Nós ajudamos as pessoas e empresas a atingirem seus objetivos.

Propósito da marca:

Criar um
amanhã melhor

Ideia de marca:

Ampliar
oportunidades

2.2

Slogan de marca

O slogan é a “alma” da marca traduzida em poucas palavras. E, nesse momento em que a companhia passa por uma importante transformação, é fundamental definir um slogan que, além de ser único e proprietário, também potencialize essa nova Serasa Experian. Uma empresa mais vigorosa, brilhante, amistosa e muito mais próxima dos nossos clientes, compartilhando de seus desejos, anseios e propósitos.

Slogan:

Seus planos
no centro
dos nossos

2.3

Nossas crenças

Lado a lado com nosso propósito e nossa ideia de marca estão nossas crenças, pensamentos que nos inspiram e orientam em tudo o que fazemos.

Acreditamos
que:

- Dados são muito importantes para o estilo de vida de todos. Eles têm o potencial de transformar nossas vidas para melhor.
- Nossos múltiplos clientes estão no centro de tudo.
- Nossa atuação é mais próxima e aberta ao diálogo e à cocriação.
- Nós podemos liberar o potencial dos dados para alavancar oportunidades para pessoas e organizações.
- O que nos destaca é a forma como podemos ajudar.
- Nós colocamos o poder dos dados e nosso conhecimento nas mãos dos clientes, ampliando oportunidades e ajudando-os no planejamento de um futuro melhor com confiança.
- Podemos fazer a diferença para a comunidade, ajudando pessoas a extrair o melhor de seus dados.
- Como trabalhamos é tão importante quanto o que fazemos: tratamos todos de forma justa e seus dados com respeito. Trabalhamos com integridade, sempre.

2.4

Narrativa da nossa marca

Não existe nada mais poderoso do que a vontade humana. Uma energia única, capaz de materializar simples desejos em realidades concretas e transformadoras.

A Serasa Experian acredita nessa força e coloca todo o poder dos dados na criação de soluções que potencializem os planos de pessoas e empresas. Numa busca incessante pelas reais necessidades e expectativas dos múltiplos tipos de clientes, a Serasa Experian dialoga e cria, de forma colaborativa, soluções tecnológicas e inovadoras sob medida para cada um deles. Diminuímos a distância entre as nossas soluções e a realização dos sonhos e objetivos de pessoas e empresas. Com uma relação muito mais olho no olho, transparente e de confiança, ajudamos as pessoas a realizar seus objetivos e prosperar.

Afinal, todos têm planos, e a Serasa Experian coloca os planos dos clientes no centro de tudo.

Serasa Experian.
Seus planos no centro dos nossos.

2.5

Nossos traços de personalidade

Os "traços de personalidade" são características mais específicas da nossa expressão de marca. Eles determinam a forma como nos apresentamos e, portanto, revelam nossa personalidade e o modo como nos envolvemos com as pessoas. Quando falamos com o público, devemos nos perguntar:

Estamos usando um estilo otimista e confiante?

Estamos sendo úteis e inteligentes?

Estamos sendo questionadores e criativos para encontrar soluções?

Traços de Personalidade:

- Prestativo
- Questionador
- Perspicaz
- Criativo
- Confiante
- Otimista
- Amigável
- Verdadeiro

Somos **prestativos** e podemos até nos desviar do nosso caminho para ajudar pessoas e organizações a alcançarem seus objetivos.

Somos **questionadores**, fascinados e interessados no mundo.

Somos **perspicazes** com as pessoas e na solução de problemas. Trazemos um profundo conhecimento e soluções para enfrentar cada jornada.

Somos **criativos**, trabalhamos para encontrar novas formas de resolver os problemas.

Somos **confiantes** em nossas habilidades e sabemos como motivar equipes. Estamos dispostos a assumir um risco calculado e somos sempre um parceiro com o qual você pode contar.

Temos um profundo senso de **otimismo** em tudo o que fazemos, sempre olhando para frente e abordando desafios com "como é possível resolver?"

Somos **amigáveis**, sempre dispostos a ouvir e dialogar. Usamos nosso carisma para transmitir segurança e estreitar nosso relacionamento.

Somos **verdadeiros**, nossa relação é transparente e muito mais olho no olho, símbolo de nossa proximidade com o cliente.

3.0

Logomarca



3.1

Logomarca

Assinatura Distribuidor
Autorizado Serasa Experian

A Serasa Experian possui uma logomarca. Para o Distribuidor Autorizado foi criada uma versão especial dessa logomarca para **aplicar em suas peças de comunicação referentes aos produtos Serasa Experian.**

A logomarca da Serasa Experian deve ser utilizada na comunicação com empresas. Ao lado, estão as logomarcas que você poderá usar em todas as ações de marketing.

Utilize sempre os arquivos técnicos dessas logomarcas, que devem ser usados em consonância com as determinações deste manual. Se você ainda não tem esses arquivos, solicite-os ao seu gerente de contas.

Você precisará da autorização da Serasa Experian para todas as ações de comunicação que levem essas marcas.

Distribuidor Autorizado



Logo Serasa Experian – versão Distribuidor Autorizado

Distribuidor Autorizado



Logo Serasa Experian – versão Distribuidor Autorizado

3.2

Respiro

Para garantir o máximo de destaque, clareza e legibilidade para a logomarca Distribuidor Autorizado Serasa Experian, foi definida uma área de respiro, espaço mínimo ao redor da marca, que deve permanecer livre de quaisquer elementos como texto, gráficos ou imagens.

O respiro mínimo da marca principal Serasa Experian é definido por dois *squircles* cor-de-rosa de baixo, conforme as figuras ao lado.

O respiro é um parâmetro que define apenas a área mínima sem interferência ao redor da marca. Essa área pode ser maior quando necessário, mas nunca menor.

Observação: o respiro não considera os símbolos ® ou ™. Ele vale a partir das bordas dos *squircles* e do logotipo.



Respiro da logomarca Distribuidor Autorizado Serasa Experian



Respiro da logomarca Distribuidor Autorizado Serasa Experian versão horizontal

3.3

Tamanho mínimo

As recomendações de tamanho mínimo visam garantir e conservar a clareza visual de todos os elementos da logomarca em pequenas áreas como, por exemplo, pequenos brindes.

Definimos um tamanho mínimo para a aplicação da nossa marca. Isso evitará distorções na reprodução impressa e em tela.

O tamanho mínimo se refere à dimensão horizontal da logomarca (excluindo o símbolo TM).

Em impressão, o tamanho mínimo da marca Distribuidor Autorizado Serasa Experian são 20 mm, e para uso em tela são 105 pixels, conforme a figura ao lado.

Para a sua versão horizontal, o tamanho mínimo é de 31 mm em impressão e 165 pixels em tela.

Distribuidor Autorizado



Sempre medir da borda esquerda do maior *squircle* até a borda direita do logotipo, conforme demonstrado acima



20 mm em impressão ou 105 pixels em tela

Tamanho mínimo da marca
Distribuidor Autorizado Serasa Experian



31 mm em impressão ou 165 pixels em tela

Tamanho mínimo da marca
Distribuidor Autorizado Serasa Experian
versão horizontal

3.4

Modelos de aplicação

A logomarca pode ser usada com as três combinações de cores a seguir:

Aplicação colorida em positivo (principal)

Esta versão deve ser usada na maioria das aplicações, desde que o fundo seja adequado.

Aplicação em preto

Deve ser usada sobre um fundo claro, quando o processo de reprodução não permitir a aplicação colorida, como em jornais em preto e branco.

Aplicação em azul Serasa Experian

Aplicamos esta versão em ocasiões em que a metodologia de impressão em quadricromia (CMYK) for inviável, mas possamos usar uma cor especial, como na personalização de brindes.

Aplicação em negativo

Deve ser usada sobre um fundo escuro ou quando o processo de reprodução não permitir aplicação colorida, como gravação em relevo.

Um fundo branco ou de cor clara é definido como o equivalente à gradação de 0% a 20% de preto. A partir do equivalente a 20% de preto, já consideramos o fundo de cor escura.

Fundos brancos ou de cores claras

Distribuidor Autorizado



Versão principal (colorida em positivo)

Distribuidor Autorizado



Versão positiva (em preto).
Apenas para impressão em uma cor ou gravação em relevo

Distribuidor Autorizado



Versão monocromática
(1 cor - Pantone 7686)

Fundo preto ou em cor escura

Distribuidor Autorizado



Versão negativa

3.5

Aplicações da logomarca sobre fundos chapados

Os exemplos mostram qual marca deve ser aplicada sobre fundos chapados claros ou escuros.

Ao direcionarmos um projeto de design, sempre evitamos fundos chapados escuros ou com fotografias escuras. Também procuramos aplicar a logomarca principal (colorida em positivo) sempre que possível.

Em fundos coloridos, fotográficos ou conturbados (fundos que de alguma maneira causem um ruído visual), usar a logomarca dentro de um box branco, respeitando a área de respiro já predefinida no capítulo 3.1 deste manual.

Um fundo branco ou de cor clara é definido como o equivalente à gradação de 0% a 20% de preto. A partir do equivalente a 20% de preto, já consideramos o fundo de cor escura.

Exemplos de fundos de cor única clara



Fundos pretos ou em cor escura



Exemplos de fundos coloridos ou fotográficos



Fundos conturbados



3.6

Aplicações incorretas

Uma marca forte é aplicada consistentemente. E, para isso, é fundamental seguir regras rígidas de aplicação. Ao lado, exemplos de aplicações que nunca devem ser executadas.

Você deve sempre garantir que a logomarca seja aplicada seguindo os princípios estabelecidos aqui. Use sempre o arquivo técnico oficial e nunca recrie ou redesenhe nenhum elemento da marca.



Não altere os elementos e fontes do logo. Use o arquivo técnico exatamente como foi enviado



Nunca inverta as cores dos elementos da marca nem coloque algum formato de suporte (como a caixa azul do exemplo)



Não rotacione a logomarca. Ela deve ser usada apenas na posição configurada no arquivo técnico



Nunca mude as cores de nenhum elemento da logomarca



Nunca use o logotipo isoladamente. Nenhum elemento deve ser extraído da logomarca

Distribuidor Autorizado



Nada, não oficial, deve ser adicionado à logomarca Serasa Experian (isso inclui slogans, mensagens comerciais, nomes de divisão, produtos, etc.)

Distribuidor Autorizado



Nunca aplique qualquer estilo ou efeito, como sombras ou brilho, à logomarca

Distribuidor Autorizado



Nunca distorcer ou comprimir, tirando a logomarca da proporção original



Nunca aplique a versão negativa da logomarca sobre fundos claros (com menos de 20% de cor)



Não use a versão colorida sobre fundos escuros que prejudiquem a leitura



Nunca aplique a versão colorida sobre fundos que tenham cores semelhantes às dos elementos da logomarca



Nunca aplique sobre fundos conturbados. Nesses casos, a logomarca deverá ser aplicada sobre um fundo branco respeitando o respiro da logomarca

3.7

Aplicação com a Logomarca do Distribuidor Autorizado

A logomarca Serasa Experian nunca deve estar isolada. O logotipo do Distribuidor Autorizado deve vir sempre à esquerda da logomarca Distribuidor Autorizado Serasa Experian.

O logotipo do Distribuidor Autorizado pode ocupar até a altura máxima do topo da inscrição “Distribuidor Autorizado” e não exceder a base da logomarca Distribuidor Autorizado Serasa Experian, tendo como limite inferior a sua letra “p”, conforme figura ao lado. Isso foi criado para que a marca do distribuidor sempre apareça com maior destaque que a marca Distribuidor Autorizado Serasa Experian.

Retângulo arredondado:

Para evitar interferências e dificuldade de visualização das logomarcas, elas devem ser aplicadas sobre uma base branca em forma de retângulo com o canto superior esquerdo arredondado na mesma curvatura de um *squirrel*.

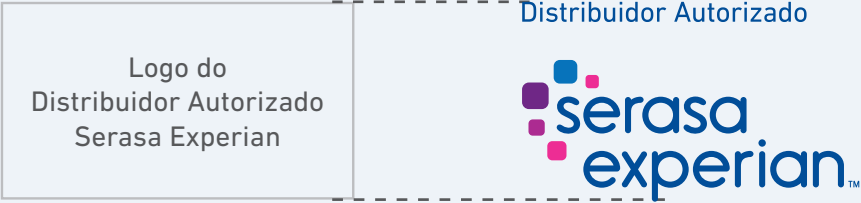
Isso deve ser aplicado em todos os materiais de comunicação (anúncios, folhetos etc).

Quando houver a necessidade de inclusão de informações sobre o Distribuidor, elas deverão vir à direita do logotipo do Distribuidor, dentro da mesma base branca.

Em casos em que o Distribuidor não possuir uma logomarca, ele poderá escrever o nome da empresa por extenso na fonte Arial, com a cor Azul Escuro Serasa Experian, conforme capítulo 4.2 deste manual.

Exceção:

Quando a peça não tiver nenhum outro elemento além dos logotipos (verso de móbile, por exemplo). Nesses casos será permitida a inserção direta dos logotipos (sem a base branca).



4.0 Cor



4.1

Composição das cores primárias

Cada cor foi concebida seguindo regras rígidas de design. Por isso, para evitarmos equívocos de cor, é importante que você siga as escalas abaixo.

Azul Escuro Serasa Experian
Pantone®* 7686 C

CMYK com Revestimento:
100/73/0/10
RGB: 29/79/145
HEX (HTML): #1D4F91

Azul Claro Serasa Experian
Pantone 7683 C

CMYK com Revestimento:
87/51/0/0
RGB: 66/109/169
HEX (HTML): #426DA9

Violeta Serasa Experian
Pantone 259 C

CMYK com Revestimento:
67/100/4/5
RGB: R109/32/119
HEX (HTML): #6D2077

Roxo Serasa Experian
Pantone 241C

CMYK com Revestimento:
34/96/0/0
RGB: 175/22/133
HEX (HTML): #AF1685

Cor-de-Rosa Serasa Experian
Pantone 2039 C

CMYK com Revestimento:
0/92/0/0
RGB: 230/56/136
HEX (HTML): #E63888

Branco
CMYK: 0/0/0/0
RGB: 255/255/255
HEX (HTML): ffffff

Preto
Pantone –
CMYK: 0/0/0/100
RGB: 0/0/0
HEX (HTML): 000000

Cinza
Pantone Coll Gray 10
CMYK: 0/0/0/80
RGB: 99/102/106
HEX (HTML): #63666A

Cinza Platinum
Cor de apoio primário
Gradação de 20% do Cinza
CMYK: 0/0/0/16
RGB: 224/224/225
HEX (HTML): #E0E0E1

Observação para designers e responsáveis pela arte:
Toda a arte foi criada com o uso de configurações de cores 'Europe Prepress 3' dentro do Adobe® Creative Suite®.
Para reprodução correta de cores, use sempre esse perfil.
*Pantone® é marca registrada da Pantone, Inc.

4.2

Cores secundárias

Cinco cores compõem nossa paleta secundária, que pode ser usada para aprimorar os layouts, aumentando as possibilidades da paleta primária – especialmente para infográficos, tabelas e gráficos.

Vermelho Serasa Experian Pantone®* 185 C	Laranja Serasa Experian Pantone 1495 C	Amarelo Serasa Experian Pantone 108 C	Verde Cítrico Serasa Experian Pantone 583 C
CMYK com Revestimento: 0/95/80/0 RGB: 228/0/43 HEX (HTML): #E4002B	CMYK com Revestimento: 0/42/90/0 RGB: 225/143/28 HEX (HTML): #FF8F1C	CMYK com Revestimento: 0/4/96/0 RGB: 254/219/0 HEX (HTML): #FEDB00	CMYK com Revestimento: 22/0/100/10 RGB: 183/191/16 HEX (HTML): #B7BF10
Verde Serasa Experian Pantone®* 7482 C	Verde Água Serasa Experian Pantone 326 C	Safira Serasa Experian Pantone 2391 C	
CMYK com Revestimento: 92/0/90/0 RGB: 0/159/77 HEX (HTML): #009F4D	CMYK com Revestimento: 82/0/41/0 RGB: 0/178/169 HEX (HTML): #00B2A9	CMYK com Revestimento: 86/23/16/9 RGB: 0/129/166 HEX (HTML): #0081A6	

5.0

Tipografia



5.1

Fontes

Usamos três tipos de fonte:

- DIN Next: nossa fonte principal da marca para material impresso
- Roboto: nossa fonte principal para material digital
- Arial: nossa fonte de sistema

DIN Next é usada para todos os materiais e aplicações projetados profissionalmente.

A fonte de sistema Arial, por outro lado, é usada para aplicações em Microsoft® Office®, como PowerPoint® ou Word® e aplicações em tela quando a fonte DIN Next não estiver disponível.

Observação: DIN Next será sempre a fonte preferencial. Arial deve ser usada apenas quando DIN Next não estiver disponível.

Nota: usamos os pesos e estilos listados nesta página.

DIN Next

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&*()

Light	Regular	Medium	Bold
<i>Light Italic</i>	<i>Regular Italic</i>	<i>Medium Italic</i>	<i>Bold Italic</i>

Roboto

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&*()

Light	Regular	Medium	Bold
<i>Light Italic</i>	<i>Regular Italic</i>	<i>Medium Italic</i>	<i>Bold Italic</i>

Arial

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&*()

Regular	Bold
<i>Regular Italic</i>	<i>Bold Italic</i>

6.0

Fotografia



6.0

Fotografia

Com a chegada do slogan “Seus planos no centro dos nossos”, surge uma Serasa Experian muito mais próxima e comprometida com os objetivos dos clientes e das pessoas. Essa atitude tem que ser refletida em vários itens como no próprio slogan, na parte gráfica, nas fotos, na linguagem corporal dos modelos, etc.

Especificamente nas fotos, agora os modelos/pessoas precisam estar com uma atitude corporal adequada, muito mais positiva, mais aberta ao diálogo. Essa sensação precisa estar evidente no gestual, nas poses e na composição integral das imagens, por isso, elas devem seguir diretrizes e orientações, tais como:

- Agora os modelos precisam estar voltados à frente, como se olhassem e interagissem com quem está vendo aquela peça. Além disso, precisam estar em poses positivas, criando uma aura receptiva e uma sensação de acolhimento, passando uma atitude mais “olho no olho” para quem tem contato com a peça.
- Essas imagens devem ser entonadas seguindo a paleta de cores institucional de Serasa Experian.

Outro fator fundamental da composição da foto: o(a) modelo que representa o consumidor deve sempre ficar em primeiro plano.

Uso de squircles: nos materiais de Distribuidor Autorizado as imagens (principalmente as primárias) podem conter os squircles como elementos decorativos para compor a imagem. Quando houver o uso deles, eles deverão aparecer em porcentagens e transparências da cor azul Serasa Experian.

Fotos secundárias: para dar mais flexibilidade na produção de materiais, também foi criada a possibilidade da utilização das fotos secundárias, que, sim, respeitam as regras de branding da Serasa Experian, mas também podem ter outro tipo de acting/ linguagem corporal, menos olho no olho e, eventualmente, usar ou não os squircles.



6.0

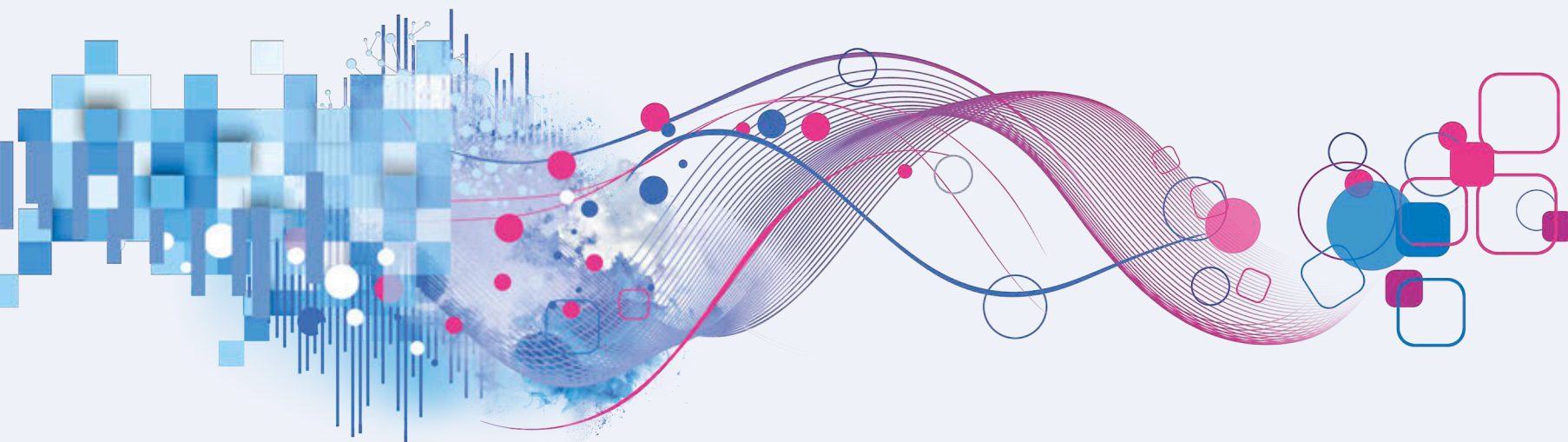
Fotografia

Mais exemplos: ao lado alguns exemplos para ilustrar melhor o tom das imagens.



7.0

Materiais de Apoio



7.1

Cartões de visita

Indicamos ao lado o modelo para cartões de visita.

Faça cartões personalizados para todos os profissionais da empresa.

Não use carimbos nos cartões de visita.

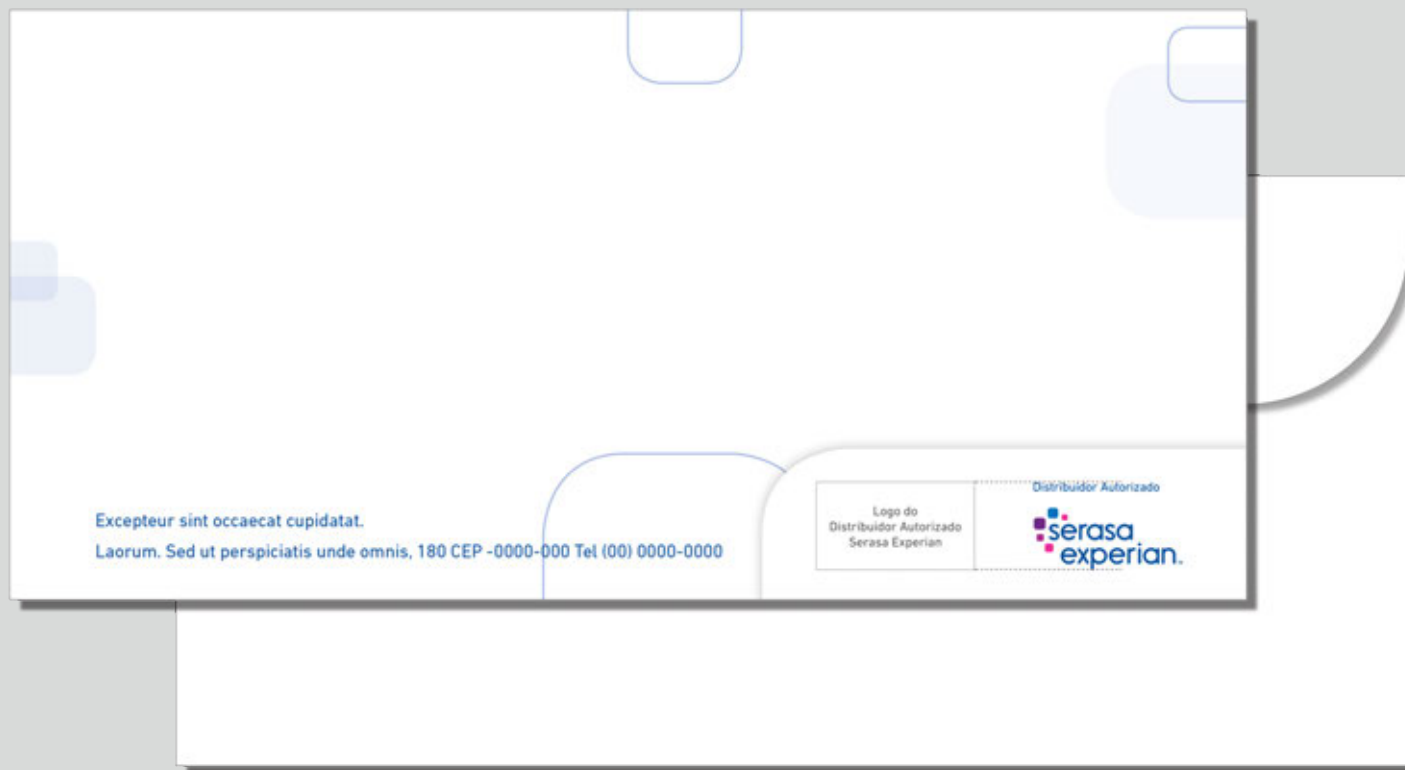
Nome Sobrenome	Nome da Empresa
Cargo do Nome	Comercial Ltda.
Cel 00 0000 0000	Rua Nome da Rua, 123
emailnome@provedor.com.br	Complemento
	CEP 00000 000
	Cidade - Estado - Sigla
	Tel 00 0000 0000
	Fax 00 0000 0000

Logo de
Distribuidor Autorizado
Serasa Experian

Distribuidor Autorizado


7.2 Envelopes

Nesta página, você vê exemplo de envelope tamanho ofício.

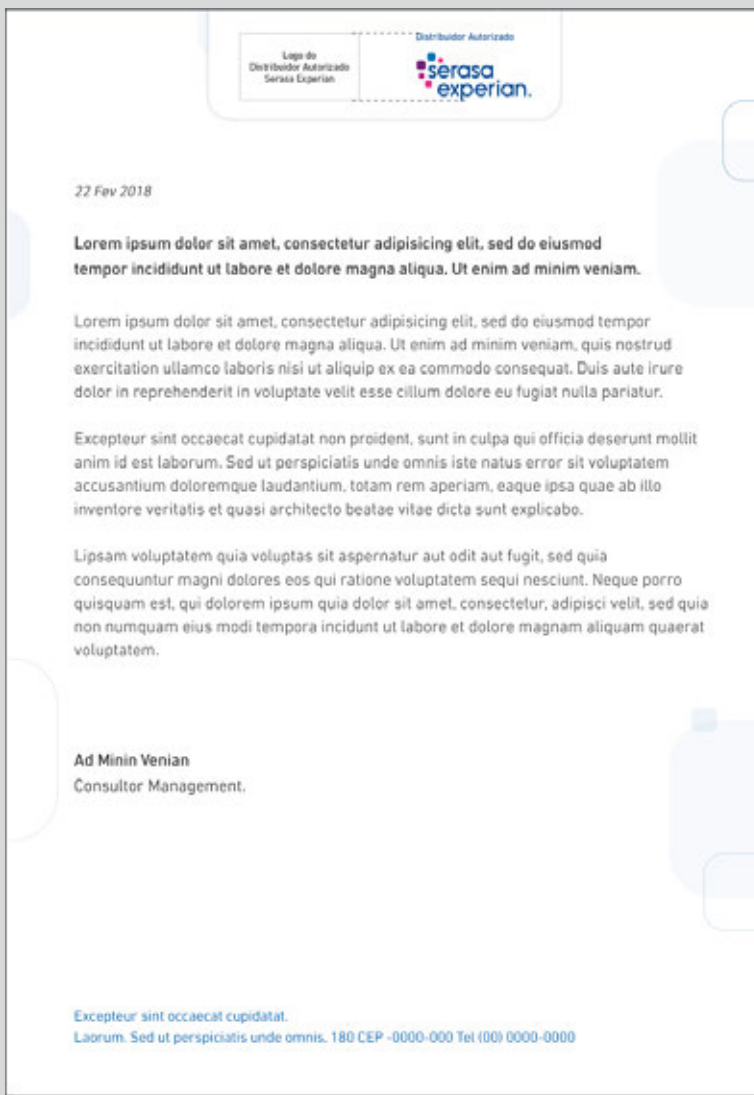


7.3

Papel Timbrado

Nesta página, você vê exemplo de papel timbrado tamanho A4. Utilize para todas as comunicações que exijam a necessidade de identificação do Distribuidor Autorizado Serasa Experian, sempre respeitando as seguintes regras:

- aplicação do logo do distribuidor mais logomarca Distribuidor Autorizado Serasa Experian, centralizada na parte superior da carta.
- utilizar fonte Din Next Light, tamanho entre 10 pt e 12 pt, com alinhamento à esquerda, sem a função justificar, na cor preto 80%.
- dados de contato e endereço do distribuidor sempre aplicados na parte inferior da carta, à esquerda, na fonte Din Next Regular, tamanho 12 pt na cor Azul Escuro Serasa Experian.



7.4

Camisas - Uniformes

Veja alguns exemplos de identificação no uniforme.

Modelos: camisa social manga longa e camisa tipo polo.
Cores: azul clara e azul escura.

Nas camisas azul claro, o logo do distribuidor é aplicado ao lado direito do peito e o logo Distribuidor Autorizado Serasa Experian ao lado esquerdo. Ambos devem ser aplicados na versão colorida.

Também é permitido aplicar logos nas mangas.



7.5

Camisas modelo polo - Uniformes

Nas camisas azul-escuro, o logo do distribuidor é aplicado ao lado direito do peito e o logo Distribuidor Autorizado Serasa Experian ao lado esquerdo. Ambos devem ser aplicados na versão negativa (branco).

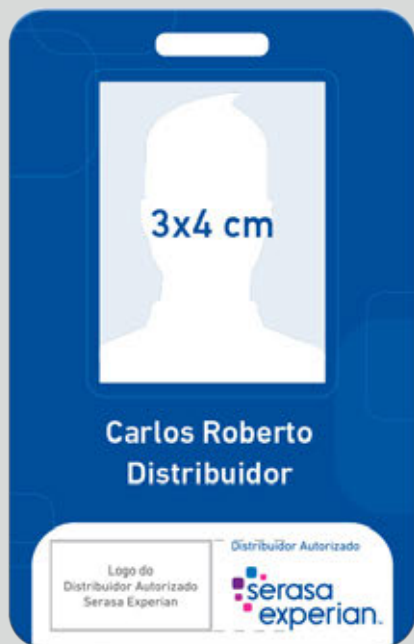
Também é permitido aplicar logos nas mangas.



7.6

Crachá

Veja, nesta página, dois modelos de crachá que seguem as orientações da Serasa Experian.



7.7

Banner Físico

Nesta página, você vê exemplo de um banner físico.



7.8

Móbile

Nesta página, você vê exemplo de um móbile.

Aqui tem Soluções baseadas em informações confiáveis e que ajudam o seu negócio a crescer.



Logo do
Distribuidor Autorizado
Serasa Experian

Distribuidor Autorizado



8.0

Brindes



8.1

Caneta e Cadernos tipo Molekine®

Nesta página, você vê exemplo de aplicação das logomarcas em brindes verticais e horizontais.

Brindes verticais:

Aplicar o logo do distribuidor acima da logomarca Distribuidor Autorizado Serasa Experian. O logo do distribuidor nunca deve ultrapassar e deve respeitar a área de respiro da logomarca Distribuidor Autorizado Serasa Experian.



Brindes horizontais:

Aplicar o logo do distribuidor à esquerda da logomarca Distribuidor Autorizado Serasa Experian versão horizontal. O logo do distribuidor nunca deve ultrapassar a área de respiro da logomarca Distribuidor Autorizado Serasa Experian.



8.2

Pen drive, Squeeze

Nesta página, você vê exemplo de pen drive e de squeeze.



9.0

Peças Digitais



9.1 Site

Quando o assunto é a divulgação da marca Serasa Experian em sites de distribuidores, existem algumas boas práticas que precisam ser seguidas à risca:

A aplicação do logo Serasa Experian deve ser feita referenciando apenas os nossos produtos. Se houver, também, os de outras marcas parceiras na mesma página, o uso do logo Serasa Experian é restrito apenas ao menu de produtos das nossas soluções. Outra forma permitida é a aplicação da marca em banners sobre as soluções Serasa Experian.

No caso de haver somente produtos da Serasa Experian, devem ser seguidas as regras gerais de aplicação existentes neste manual, inclusive em relação à colocação do logo do distribuidor junto ao da Serasa Experian, conforme exemplo ilustrativo.

Se houver uma área de banner randômico, é recomendado que ao menos uma das telas seja Institucional ou de produto(s) Serasa Experian.

Evite a repetição excessiva de logos Serasa Experian.

Dicas para organizar seu site:

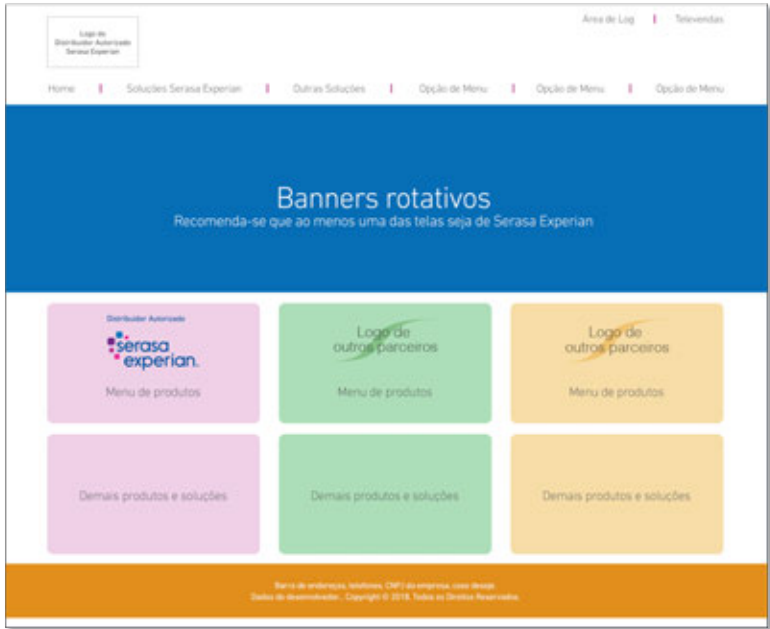
- Procure manter os espaços sempre no mesmo tamanho e alinhados

- Caso tenha mais de um parceiro ou fornecedor de produtos, tente agrupar suas soluções/produtos em uma mesma coluna
- Procure usar uma mesma cor de fundo nos banners ou nas molduras para produtos conexos ou de uma mesma empresa
- Procure não misturar itens de endereçamento ou de atendimento online de seu site com os produtos. Crie uma área específica para isso no cabeçalho ou rodapé do site
- Não use logotipos soltos na página. Eles devem estar sempre dentro de alguma moldura, fundo ou coluna relacionada a eles
- Caso opte por logomarcas dentro de banners, utilize-as em tamanhos pequenos. Deixe o peso maior para as informações, evitando poluir a página. Mantenha os banners de produtos do parceiro em uma mesma coluna

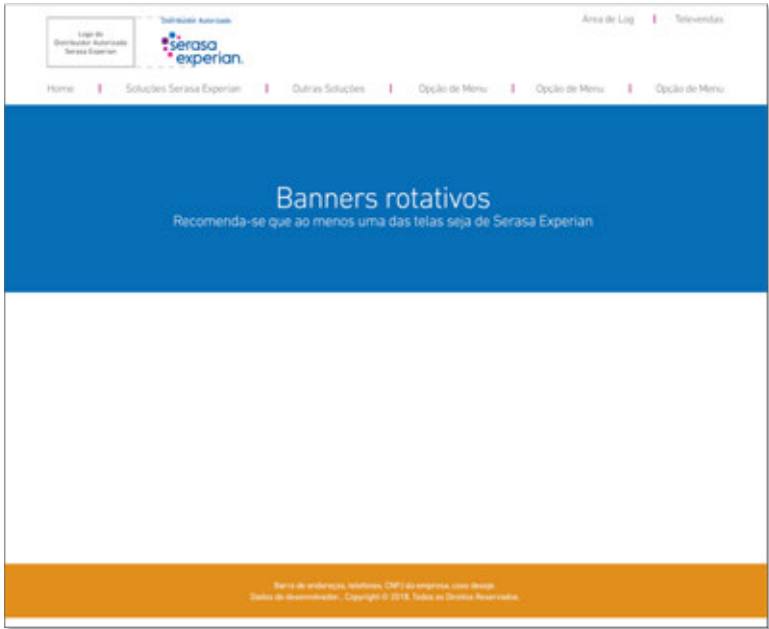
Lembre-se de que menos é mais. Um site organizado facilita a leitura e atrai mais os consumidores do que o excesso de informações.

Veja, ao lado, exemplos de estrutura de website.

Exemplo ilustrativo.



Exemplo ilustrativo para distribuidores que comercializam apenas soluções Serasa Experian.



9.2

E-mail Marketing

Ao lado, exemplo de template para e-mail marketing.

Obs: esse template deve ser usado apenas para comunicar produtos Serasa Experian.

Header:

Fundo branco e a marca do distribuidor aplicada à esquerda da arte, respeitando as regras de tamanho e aplicação referente ao logo do Distribuidor Autorizado Serasa Experian que será aplicado à direita da arte.

Imagens:

A imagem deve seguir todas as diretrizes do Capítulo Fotografia e ser aplicada dentro de uma máscara na forma de um retângulo, conforme aplicação ao lado.

Texto:

O texto deve ser construído em fonte Arial, como já mencionado no capítulo 5.1 deste manual, seguindo a paleta de cores Serasa Experian.

Títulos: entre 22 pt e 24 pt.
Subtítulos: entre 14 pt e 16 pt.
Corpo de texto: 12 pt.



9.3

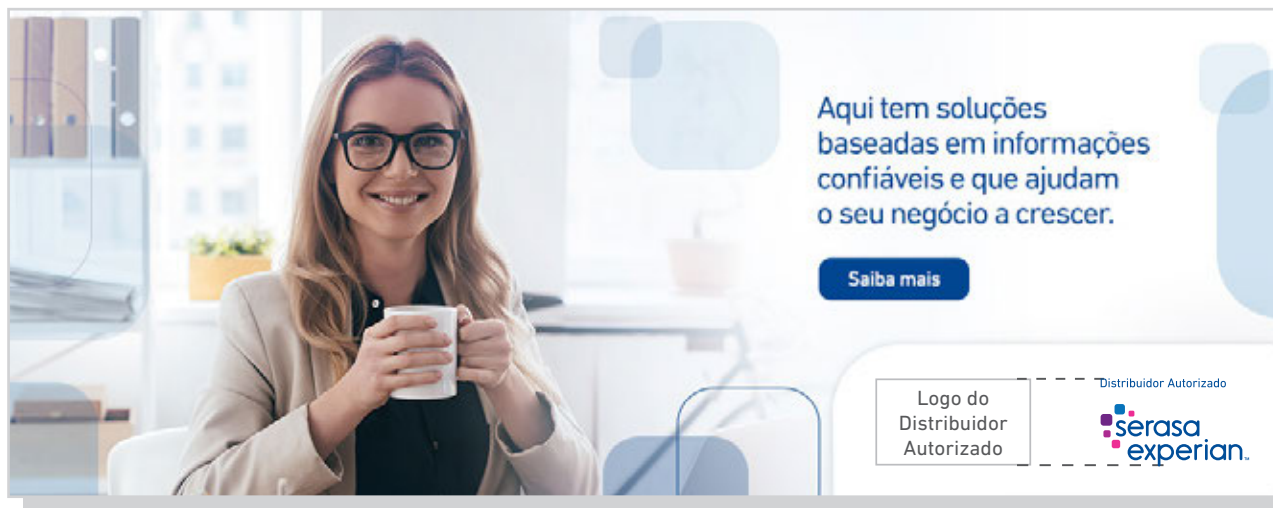
Banners Digitais

Os banners digitais seguem as mesmas regras de aplicação das logomarcas dos distribuidores e Distribuidor Autorizado Serasa Experian aplicadas dentro do retângulo de segurança branco, já mencionadas no capítulo 3.2 deste manual.

Obs: esse template deve ser usado apenas para comunicar produtos Serasa Experian.



Superbanner horizontal



Banner expansível

9.4

Facebook

Modelo de capa e de postagem para Facebook.

Obs: esse template deve ser usado apenas para comunicar produtos Serasa Experian.



Capa de Facebook



Postagem de facebook

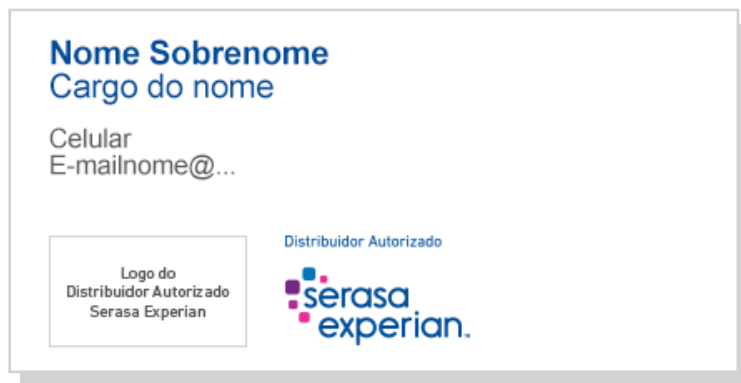
9.5

Assinatura de e-mail

Este é um exemplo de assinatura de e-mail.

Os dados do distribuidor deverão estar à esquerda da assinatura, escritos na Fonte Arial Regular, contendo o nome e o cargo do colaborador na cor azul-escuro Serasa Experian e os demais dados na cor cinza (80% preto).

Abaixo estarão as logomarcas do distribuidor e do Distribuidor Autorizado Serasa Experian conforme as regras de aplicação já observadas neste manual.



10.0

Redes Sociais

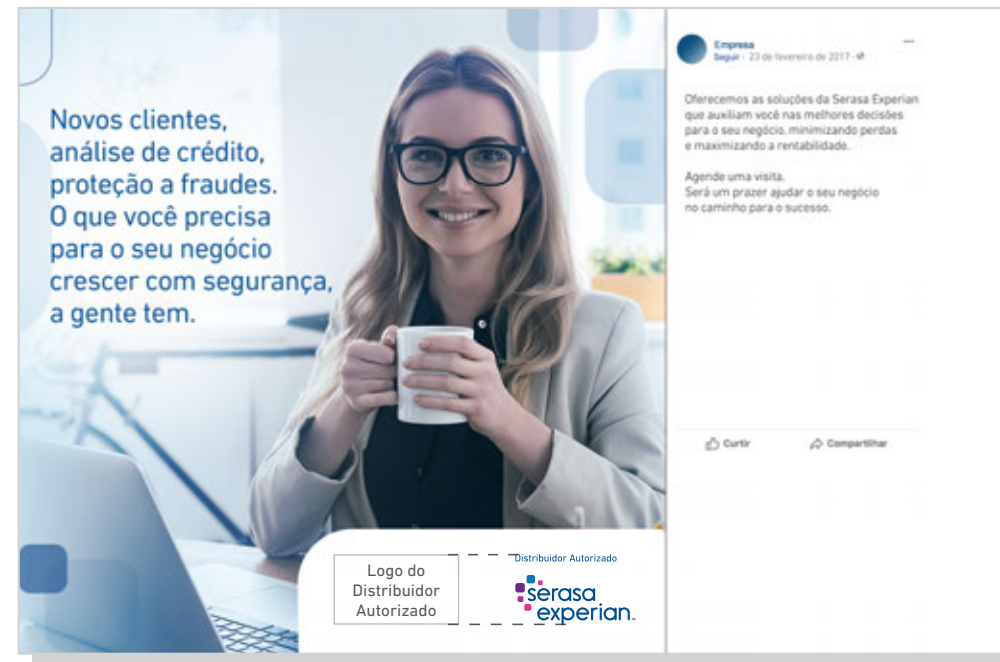


10.1

Header e post para mídias sociais

Exemplos para construção de peças de mídias sociais.

Importante: ao criar páginas e/ou perfis de sua empresa nas redes sociais, **o distribuidor deve utilizar somente seus próprios logo e nome fantasia**. Isso ajuda a posicionar e fortalecer a sua marca.



10.2

Boas práticas nas redes sociais

Redes Sociais

As redes sociais são de grande importância para as empresas. Por meio delas, é possível falar diretamente com o público-alvo, reduzindo a dispersão e aumentando a eficiência da comunicação, ao mesmo tempo em que se geram inúmeras possibilidades de ativação, de vendas e de envolvimento emocional com as marcas. Para isso, porém, são necessários cuidados em sua utilização. Falaremos sobre alguns deles aqui.

Posts da Fan Page Serasa Experian.

É permitido o compartilhamento dos posts da fanpage, mas esse material nunca deve ser modificado nem dar a conotação de que o distribuidor está falando em nome da Serasa Experian.

Perfil Pessoal X Perfil Profissional

Criar um perfil pessoal para uma empresa no Facebook pode trazer dores de cabeça, como ter o perfil deletado sem aviso. Por isso, ter uma Fan Page é a melhor opção.

É importante saber que o perfil da empresa não reflete o perfil pessoal do dono, por exemplo. Por isso, manter o padrão de identidade e linguagem é muito importante.

Não é de bom tom que o colaborador apareça com seu próprio perfil pessoal na página para difamar alguém que postou algo negativo ou com fotos em trajés inapropriados ao ambiente corporativo, como os de banho.

Tudo o que você faz nas redes sociais pode reforçar ou comprometer tanto a reputação da sua empresa como a da Serasa Experian. E tudo o que você publicar em rede, sem tomar os cuidados para protegê-la, será público.

Seja relevante

Publique somente conteúdos relevantes para a sua rede. Use o bom senso.

Dê opiniões construtivas para a sua área profissional. Siga os nossos perfis oficiais nas redes sociais e compartilhe os conteúdos postados. Acesse nosso site sempre que possível e compartilhe as notícias. Também são bem-vindos comentários que agreguem credibilidade aos serviços. Esse tipo de atuação gera um ciclo. É capaz de tornar os serviços mais conhecidos e despertar a atenção de outros públicos para a diversa gama de produtos e áreas de atuação da Serasa Experian, fortalecendo os produtos representados por sua empresa

e, consequentemente, ajudando a gerar mais e melhores negócios para você.

Ponto de vista

Não entre em discussões sobre um assunto que afete diretamente a sua empresa, seus clientes ou a Serasa Experian. Isso geralmente só serve para gerar desgaste às imagens da sua empresa e da Serasa Experian.

Responsabilidade

Não faça publicações ofensivas e/ou ilegais. Além de também comprometerem as imagens da sua empresa e da Serasa Experian, elas podem trazer problemas judiciais graves a você. Também não entre em discussões se estiver irritado.

Agir por impulso pode render muitos problemas a você. Postou, não tem volta.

Reclamar do cliente?

Não fale, comente ou analise os clientes em suas mídias sociais. Essa é uma posição respeitosa com o seu trabalho, sua empresa e com a Serasa Experian.

E se criticarem, muita calma nessa hora para não entrar num atrito que pode causar mais danos às imagens do produto, da sua empresa e da Serasa Experian.

Propaganda

Não use logo, slogan, materiais de comunicação audiovisual ou publicações da empresa sem aprovação. Se quiser fazer propaganda do seu negócio como distribuidor, utilize as peças desenvolvidas pela Serasa Experian para isso. Agora que você já leu, desejamos sucesso nas redes sociais à sua empresa.

Caso você tenha alguma dúvida, não deixe de nos contatar, para que possamos ajudar sua empresa a participar das redes sociais sempre da melhor maneira possível.

Obrigado por ler o Livro da Marca Distribuidor Autorizado Serasa Experian.
Seguir as diretrizes deste documento ajuda a fortalecer e a propagar
os valores da nossa marca, de forma consistente.
Este material foi desenvolvido pela área de Branding.