

softplan
SETOR PÚBLICO

Brandbook Completo

Apresentação

Este é o guia completo sobre a marca Softplan Setor Público, aqui você vai encontrar tudo sobre seu universo visual e verbal, instruções sobre aplicações e valores da marca.

Sumário

Clique nos itens abaixo para navegar pelo material.

01. Valores da Marca

Proposta de Valor
Visão e Aspiração
Propósito da Marca
Posicionamento da Marca
Promessa da Marca
Essência da Marca
Nosso Arquétipo

02. Identidade Verbal

Personalidade da Marca
Promessa da Marca
Brand Voice
Manual da Fala

03. Marca Gráfica

Arquitetura de marca
Marca corporativa
Marca da vertical
Submarcas de produtos
Distâncias e dimensões
Área de segurança
Usos incorretos
Redução máxima

04. Elementos Essenciais

Paleta cromática
Tipografia
Estilo iconográfico
Estilo fotográfico

05. Elementos de Apoio

Recortes com dois cantos arredondados
Símbolo como asset de apoio
Mosaicos

06. Exemplos de Aplicações



01. Valores da Marca

Proposta de Valor

A expertise de quem conecta a transformação digital do setor público com a sociedade

Diferencial:

A maior expertise do mercado em desenvolvimento de soluções para Transformação Digital do Setor Público.

Benefícios:

- Transformação Digital do Setor Público;
- Impulsionar o desenvolvimento da sociedade através de soluções para desafios reais

Visão e Aspiração

“Ser referência em Transformação Digital para o Setor Público”

Visão:

“Ser referência em Transformação Digital para o Setor Público”.

Aspiração:

“Impulsionar a Transformação Digital no setor público por meio de soluções reais, trazendo impacto positivo para o cidadão e a sociedade”.

Posicionamento de marca

Somos a unidade Setor Público do Grupo Softplan

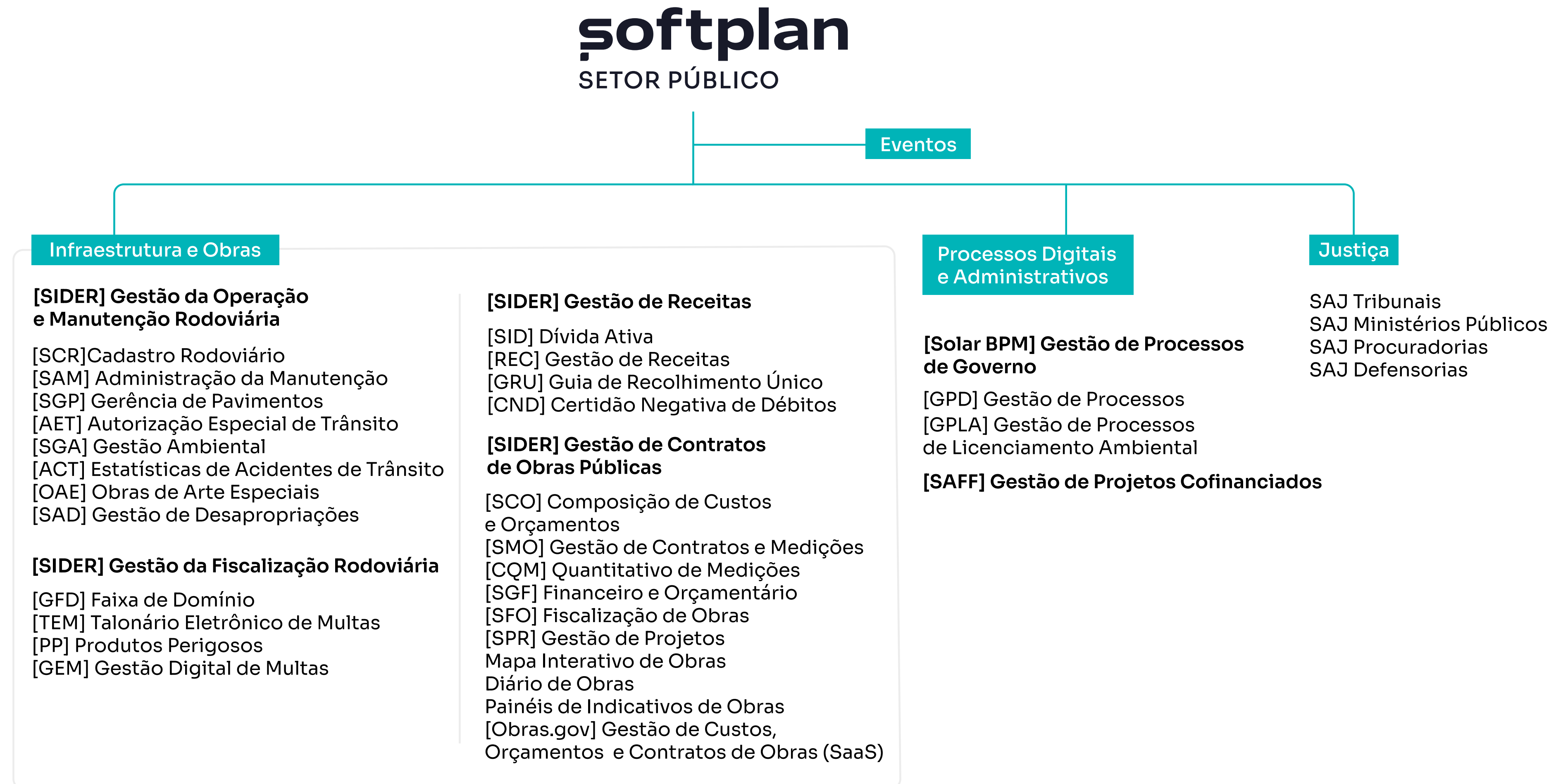
Somos focados em Transformação Digital, com um claro objetivo: desenvolver soluções inteligentes para os segmentos de Infraestrutura e Obras, Processos Digitais e Administrativos e Justiça, levando tecnologia e integração a todas as esferas do Setor Público.

Somos especialistas em traduzir todo nosso conhecimento em soluções que simplificam e geram mais valor aos nossos clientes, com impactos transformadores para toda sociedade.

Nosso diferencial está na nossa expertise em Transformação Digital no Setor Público e em simplificar complexidades apresentando soluções reais.



Posicionamento de Marca



Promessa da Marca

Proximidade que impulsiona e transforma o setor público e a vida das pessoas

“Se a marca deixasse de existir, o que os clientes perderiam?”

Somos pioneiros em muitas de nossas entregas e possuímos relacionamento longo e limpo com nossa base de clientes. Não temos churn. Se deixássemos de existir, nossos clientes perderiam nossa expertise, notoriedade e conhecimento de mercado, os laços de confiança adquiridos com as lideranças e especialistas de negócios da Softplan.

Essência da Marca



Somos focados em desenvolver soluções. Estamos conscientes e conectados às necessidades mais latentes para Transformação Digital do Setor Público.

Vivemos histórias reais e construimos resultados efetivos. Falamos sobre como o uso da tecnologia impacta a vida das pessoas e focamos no que é fundamental: promover a transformação que gera desenvolvimento.

Nós simplificamos complexidades. Desenvolvemos a nossa própria linguagem para falar sobre tecnologia de maneira simples, acessível e assertiva. Acreditamos no potencial de gerar bons resultados através das boas práticas.

Nosso Arquétipo

Arquétipo
do Mago



Lema:

Pode acontecer! Organizações que se comportam como Mago costumam ser bem-sucedidas como catalisadoras de mudanças, transformando problemas em oportunidades, ressignificando dificuldades, empoderando pessoas, times e redes, e criando soluções flexíveis e ganha-ganha.

- Desejo:** Conhecimento das leis fundamentais de funcionamento do mundo ou universo.
- Objetivo:** Tornar sonhos realidade.
- Medo:** Consequências negativas inesperadas.
- Estratégia:** Desenvolver uma visão e vivê-la.
- Dom:** Encontrar soluções vantajosas para todos.



02. Identidade Verbal

Personalidade da Marca

ESPECIALISTA

Fala com propriedade sobre os seus segmentos de atuação. Tem domínio técnico e experiência comprovada. Está sempre atenta às novidades, levando e trazendo conhecimento para o mercado.

TRANSFORMADORA

Não tem medo de entrar em ambientes complexos e mudar drasticamente a forma com que as coisas são feitas. Apresenta novos processos e novas perspectivas a pessoas acostumadas com lentidão e burocracia. Muda para melhor, estruturando novos caminhos

CONFIÁVEL

Coloca-se como fonte de orientações seguras e conduta transparente em todos os seus processos, sendo a referência que o cliente busca durante todas as etapas da Transformação Digital.

PRÁTICA

Transmite segurança com abordagem objetiva e foco na experiência para que nossos usuários possam investir seu tempo no que realmente importa.

ACOLHEDORA

Fala de forma a guiar e orientar seus clientes para que se sintam empoderados e potentes, porque entende que as complexidades geram angústias e ansiedades. Garante de forma rigorosa os requisitos de Compliance, reforçando a confiança no nosso quadro operacional.

PRÓXIMA

Fala a língua do cliente e proporciona atendimento humano e disponível. É próxima, acessível e, por isso, pode antecipar o que seus clientes estão sentindo ou precisando. É uma parceira estratégica e está sempre próxima para impulsionar seus clientes.

NÃO É:

Professoral, rígida ou arrogante.

Futurista ou revoltada.

Ambígua, irônica ou irreverente

Dispersa ou rasa.

Afetuosos ou cuidadora.

Centralizadora ou protagonista.

Promessa da Marca

Proximidade que impulsiona
e transforma o setor público
e a vida das pessoas

As crenças e culturas. No que a marca acredita...

- Acreditamos no poder do conhecimento que conecta, empodera e transforma o Setor Público;
- Acreditamos na nossa capacidade de simplificar complexidades e trazer soluções reais para a sociedade;
- Acreditamos nas ideias que evidenciam o potencial da Transformação Digital para promover uma sociedade mais integrada e eficiente;
- Acreditamos que experiências transformadoras conectam pessoas e histórias.

Brand Voice

ESPECIALISTA

Expressamos conhecimento, segurança e expertise em solução de desafios complexos (Problem Solver).

TRANSFORMADORA

Trazemos uma voz transformadora ao falar de impacto social, exibir provas sociais e prezar pela simplificada no discurso.

CONFIÁVEL

Coloca-se como fonte de orientações seguras e conduta transparente em todos os seus processos, sendo a referência que o cliente busca durante todas as etapas da Transformação Digital.

PRÁTICA

Falamos de forma acessível, usando linguagem compreensível, inteligível, com mensagens claras e objetivas. Estamos no dia a dia dos nossos clientes.

ACOLHEDORA

Somos acolhedores ao ter uma comunicação empática aos desafios do dia a dia do cliente, trazendo soluções ao considerar suas dores.

PRÓXIMA

Somos relacionais, confiáveis e dedicados na forma como interagimos e nos comunicamos com o nosso mercado.

NÃO É:

Professorais e autoritários.

Senhores do saber e sim agentes de transformação em constante aprendizado e crescimento.

Aventureiros ou condescendentes.

Uma marca inacessível, com produtos de difícil compreensão ou uso/ aquisição.

Descolados da realidade.

Arrogantes, sem limites e centralizadores.

Brand Voice

A voz da Softplan Setor Público



OUÇA A VOZ

Quando a voz da Softplan Setor Público sai do texto e passa para materiais com áudio narrado, devemos prezar por um estilo único que personifique sonoramente a nossa brand voice e arquétipo. Essa voz é:

- Masculina
- Madura (50+)
- Segura
- Tranquila
- Firme
- Sábia

Ao escutar essa voz, o ouvinte deve ser remetido à imagem típica de um avô ou conselheiro. É a voz da sabedoria, mas com acolhimento e proximidade. É uma pessoa que aconselha sem mandar, orienta sem ser pedante, passa tranquilidade sem perder a postura enérgica.

Personificação da voz

Precisa escutar mais claramente essa voz? Escute o trabalho do narrador profissional que priorizamos para incorporar a brand voice nos materiais da Softplan Setor Público.

Manual da Fala

Regras básicas da
utilização da marca
internamente

A. Relacionamento da Marca

Como a marca se relaciona com os seus colaboradores?

Estamos abertos a sempre escutar, gerar negócios e fomentar oportunidades. Somos falantes e nos relacionamos com energia e motivação. Somos movidos a desafios.

Voz da Marca Setor Público

- Confiável
- Próxima
- Especialista
- Transformadora
- Prática
- Acolhedora

Voz da Marca Institucional

- Segura/Especialista
- Parceira/Próxima
- Problem Solver
- Inventiva
- Entusiasta

Tom de Voz Colaboradores

- Proximidade
- União
- Empatia
- Foco no resultado sem perder de vista o Propósito

Manual da Fala

Regras básicas da utilização da marca externamente

B. Os 4 princípios básicos de utilização da marca externamente

Princípio 1: Seja Setor Público de dentro para fora

Todos os colaboradores, independentemente se exercem suas funções para produtos da PUB ou institucional, devem garantir, de forma rigorosa os requisitos de Compliance reforçando assim a confiança no nosso quadro operacional e mantendo a sustentabilidade nos negócios.

Princípio 2: Siga o Brandbook

Os valores da Softplan permearão toda a comunicação e construção da marca Softplan Setor Público. O marketing deve orientar os fornecedores, colaboradores, parceiros e clientes de forma a garantir que o BrandPosition da unidade e seu Brandbook sejam respeitados e traduzidos em todos os produtos, nas estratégias, ações e materiais desenvolvidos e utilizados pela empresa.

Manual da Fala

Regras básicas da utilização da marca externamente

Comunicação Institucional

- Sempre priorizar a marca Softplan acompanhada com o designativo “Setor Público”.
- Enfatizar o portfólio de produtos, a especialidade da unidade, história, cases e expertise.

B. Os 4 princípios básicos de utilização da marca externamente

Princípio 3: Coesão da marca

As soluções serão apresentadas pela sua sigla sempre relacionada a ‘produto desenvolvido pela Softplan Setor Público’. Por exemplo: “SAJ é um produto da Softplan Setor Público”.

Princípio 4: Marca fortalecida nas estratégias institucionais e promocionais

A Softplan Setor Público e suas soluções, tem como norte apresentar, aos stakeholders, a sinergia e união de suas estratégias de negócios, fortalecer a marca e relacionamento no mercado.

Comunicação Promocional

- Marca Softplan Setor Público endossará os produtos da unidade.
- Brindes promocionais: Marca Softplan Setor Público.
- Comunicação cliente: Assinatura Softplan Setor Público.
- Patrocínios e eventos: Marca Softplan Setor Público.

Manual da Fala

Regras básicas da
utilização da marca
externamente

C. Comunicação digital

Objetivos de Comunicação:

- Força de notoriedade e reputação
- Força de marca
- Força no propósito e prova social

LinkedIn [Informar/Educar]

Confiável, conhecimento, impacto social e prova social.

Youtube
[Educar/Informar/Motivar]

Relacional, confiável, dedicada, conhecimento, problem solver, seguro, impacto social, prova social, simplicidade, acessível, empática e solução de desafios reais.

E-mail e Site [Informar/Vender]

Confiável, conhecimento, impacto social, solução de desafios reais e prova social.

Instagram e Blogpost
[Humanizar/Interagir]

Relacional, conhecimento, impacto social, simplicidade, acessível, solução de desafios reais e dedicada.

Manual da Fala

Regras básicas da
utilização da marca
externamente

D-1. Diretriz de conteúdo

É o discurso de venda que destaca nossos diferenciais e credenciais dentro do mercado em que atuamos.

Transformando vidas,
contamos histórias:

Mostramos as trajetórias de nossos clientes e dos cidadãos impactados por nossas soluções. Evidenciamos o quanto nossas soluções proporcionam transformações em toda a sociedade.

Simplificamos
complexidades

Traduzimos inúmeras variáveis de negócio para viabilizar soluções tecnológicas. Deste modo, proporcionamos mais produtividade e eficiência para nossos clientes.

Mais do que clientes,
temos parceiros:

Apoiamos e estamos presentes em diversos momentos com nossos clientes. Assim, alimentamos laços de confiança e uma relação de parceria.

Sustentabilidade & Tecnologia
têm tudo a ver:

Provocamos transformações que impactam diretamente o meio ambiente e fomentamos instituições mais sustentáveis por meio da tecnologia.

D-2. Regras

É o discurso de venda que destaca nossos diferenciais e credenciais dentro do mercado em que atuamos.

Manual da Fala

Regras básicas da
utlização da marca
externamente

**Sempre usaremos em maiúsculo
quando citarmos Softplan Setor Público**

Sempre grafaremos Setor Público
com as primeiras letras maiúsculas.

**Somos entusiasmados,
porém não somos informais:**

Temos orgulho das transformações
que participamos, porém não nos
comunicamos de maneira informal
ou exagerada (como o uso do sinal
de exclamação, por exemplo).

**Temos respeito na comunicação
com nossas parcerias:**

Buscamos ser acolhedores em nossa
comunicação e nas nossas ações,
entretanto, sabemos o limite para
respeitar o próximo.

**Nos adaptamos para
os segmentos em que atuamos:**

Utilizamos diferentes abordagens, pois
sabemos que cada segmento propõe
uma linguagem e comunicação única.

**Quando tratamos da Softplan Setor
Público, usamos a primeira pessoa
no plural:**

Trazemos a ideia de time, união e
parceria através de nossas mensagens.
Logo, usamos: “somos”, “fazemos”,
“construímos”, assim como a locução
pronominal “a gente”.

Manual da Fala

Regras básicas da utilização da marca externamente

D-3. Território de Palavras

- Conte conosco;
- Uso de vocativo precedidos do nome do cliente/prospect no começo do texto: Prezado(a), Senhor(a)/Sr.(a), Caro(a), Doutor(a)/Dr.(a).
- Vossa Excelência (utilizamos no meio do texto para cargos específicos do segmento jurídico)
- Transformamos vidas pela tecnologia / Vidas Transformadas pela Tecnologia;
- Promover transformações fundamentais na vida das pessoas;
- Inovação orientada à transformação;
- Vamos construir juntos;
- Juntos somos mais fortes;
- Expertise em Transformação Digital, simplificando complexidades com soluções reais.
- Geramos valor aos nossos clientes com impactos transformadores para toda a sociedade;
- Especialistas em traduzir conhecimento em soluções inteligentes;
- Conhecimento e tecnologia que transformam;
- Somos focados em gerar Transformação Digital;
- Desenvolvemos soluções para (desafios reais, todas as esferas do Setor Público);
- Vamos juntos transformar____ (Infraestrutura e Obras, Processos Digitais e Administrativos, e Justiça no Setor Público);
- Paixão por tecnologia, e seu poder de tornar o mundo mais (célere, acessível, transparente, inteligente, justo e eficiente)



03. Marca gráfica

Esta é a marca Softplan Setor Público. Siga a arquitetura e versões de marca apresentadas nas próximas páginas, priorizando seu bom uso e legibilidade.

softplan
SETOR PÚBLICO

Arquitetura de marca

Marca corporativa

GRUPO

softplan

Marca da vertical Setor Público

softplan

SETOR PÚBLICO

Marcas de produto

Modelo monolítico

solarBPM

SIDER

obras.gov

SAFF

SAJ
PROCURADORIAS

SAJ
TRIBUNAIS

SAJ
DEFENSORIAS

SAJ
MINISTÉRIOS PÚBLICOS

Marca corporativa

A unidade Softplan Setor Público faz parte do Grupo Softplan e, por isso, conexões visuais entre o Grupo e a identidade visual da unidade são recomendadas para fortalecimento visual.



Marca da vertical

A vertical Softplan Setor Público tem sua marca derivada da logotipia do Grupo Softplan, adicionando o descritivo abaixo em caixa alta.



Versões da marca | Softplan Setor Público

Fundo Claro | Principal | Logotipia



Logotipo

Versões da marca | Softplan Setor Público

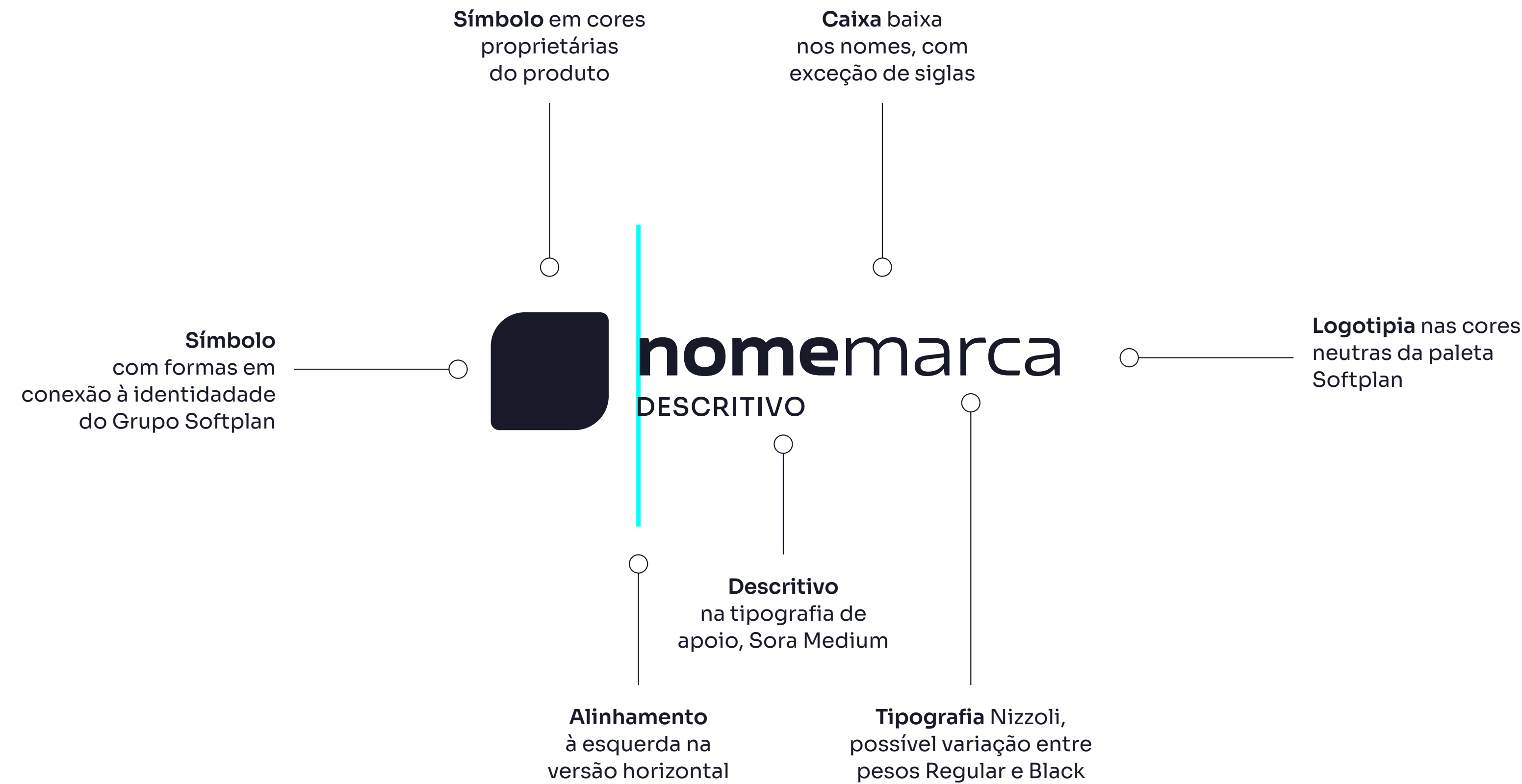
Fundo Escuro | Principal | Logotipia



Logotipo

Guia para submarcas de produtos

O Grupo Softplan dispõe de diretrizes para a criação de submarcas de produtos, o qual foi seguido para as construções apresentadas a seguir.



Submarcas de produto

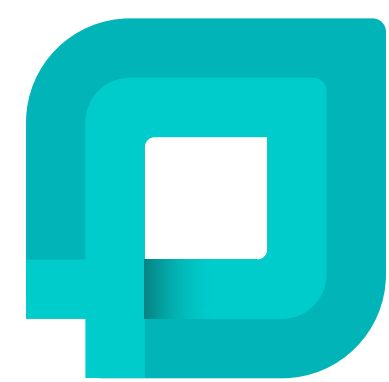
A partir das diretrizes apresentadas anteriormente, os produtos da vertical Softplan Setor Público possui caráter monolítico e apresentam um símbolo único conforme aplicações ao lado.



03. Marca gráfica

Versões da marca | Submarcas de produtos

Fundo Claro | Principal | Símbolo



Símbolo

03. Marca gráfica

Versões da marca | Submarcas de produtos

Fundo Claro | Principal | Horizontal



Horizontal

03. Marca gráfica

Versões da marca | Submarcas de produtos

Fundo Claro | Principal | Vertical



03. Marca gráfica

Versões da marca | Submarcas de produtos

Fundo Escuro | Principal | Símbolo



Símbolo

03. Marca gráfica

Versões da marca | Submarcas de produtos

Fundo Escuro | Principal | Horizontal



Horizontal

03. Marca gráfica

Versões da marca | Submarcas de produtos

Fundo Escuro | Principal | Vertical



Vertical

Versões da marca | Submarcas de produtos

Fundo Claro | Secundária sem degradê | Símbolo



Símbolo

03. Marca gráfica

Versões da marca | Submarcas de produtos

Fundo Claro | Secundária sem degradê | Horizontal



Horizontal

03. Marca gráfica

Versões da marca | Submarcas de produtos

Fundo Claro | Secundária sem degradê | Vertical



Vertical

Versões da marca | Submarcas de produtos

Fundo Escuro | Secundária sem degradê | Símbolo



Símbolo

03. Marca gráfica

Versões da marca | Submarcas de produtos

Fundo Escuro | Secundária sem degradê | Horizontal



Horizontal

03. Marca gráfica

Versões da marca | Submarcas de produtos

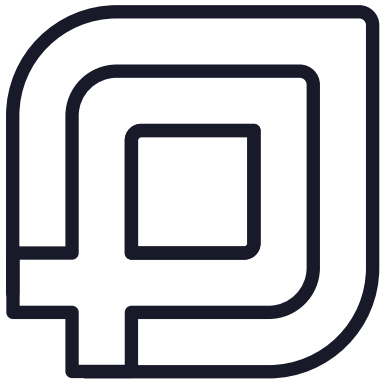
Fundo Escuro | Secundária sem degradê | Vertical



Vertical

Versões da marca | Submarcas de produtos

Fundo Claro | Monocromática | Símbolo



Símbolo

03. Marca gráfica

Versões da marca | Submarcas de produtos

Fundo Claro | Monocromática | Horizontal



Horizontal

03. Marca gráfica

Versões da marca | Submarcas de produtos

Fundo Claro | Monocromática | Vertical



Versões da marca | Submarcas de produtos

Fundo Escuro | Monocromática | Símbolo



Símbolo

03. Marca gráfica

Versões da marca | Submarcas de produtos

Fundo Escuro | Monocromática | Horizontal



Horizontal

03. Marca gráfica

Versões da marca | Submarcas de produtos

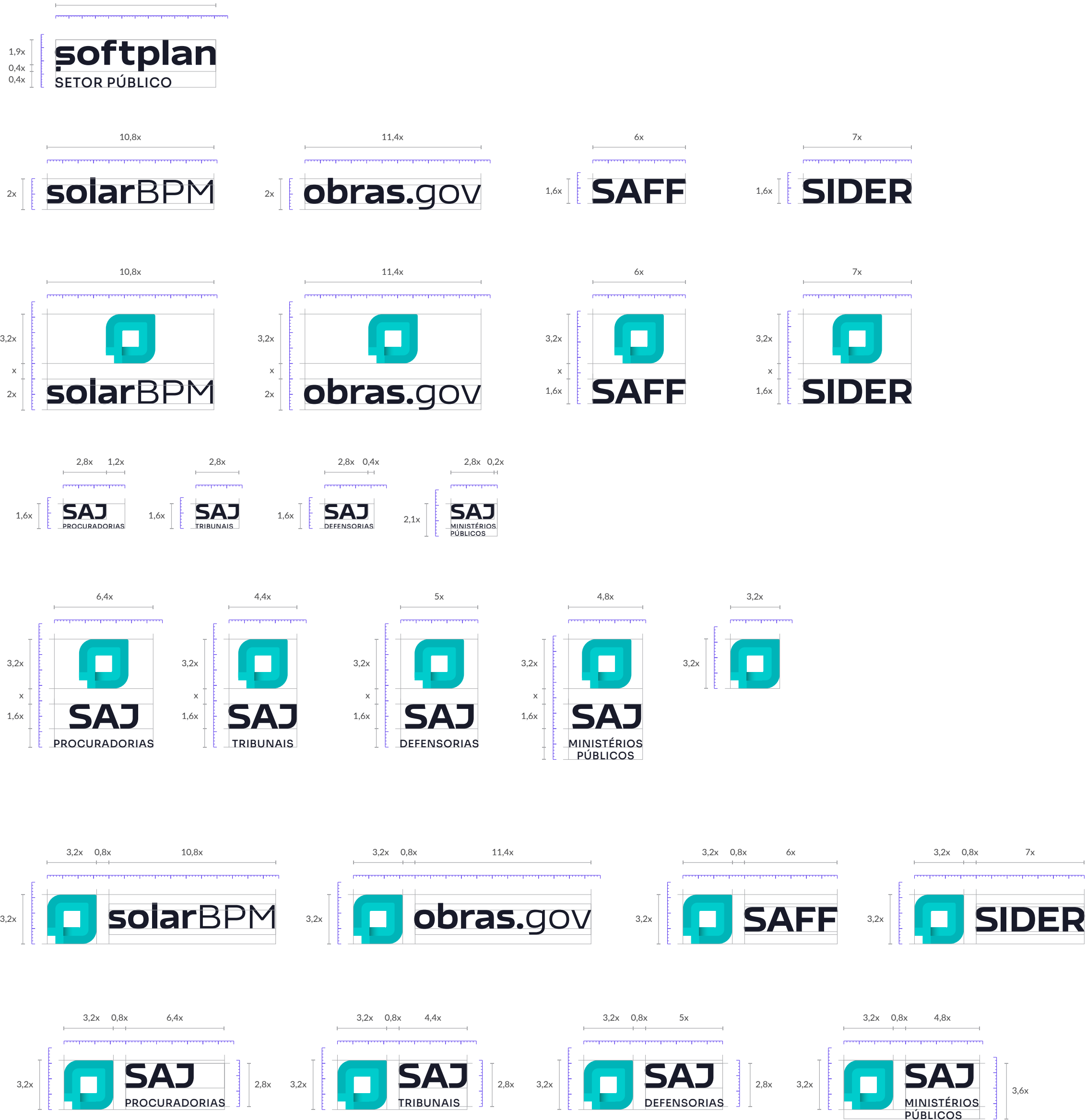
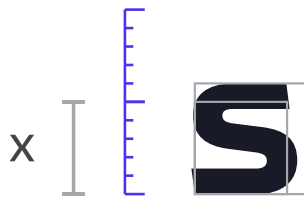
Fundo Escuro | Monocromática | Vertical



Vertical

Distâncias e dimensões

É importante observar as proporções utilizadas na construção da marca para guiar sua aplicação e evitar o uso incorreto.



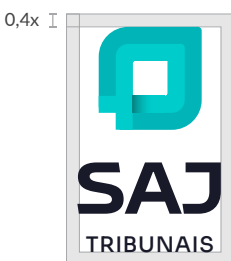
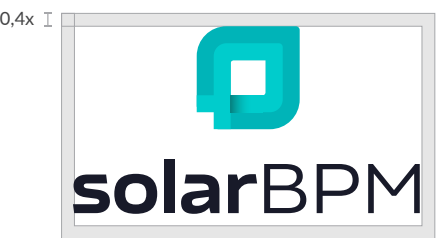
Área de segurança

O tamanho de X corresponde a área de segurança designada para a marca e deve ser respeitado ao aplicá-la com demais elementos em uma composição, sejam textos, imagens ou outras marcas.



0,4x I □

0,2x ± □



Usos incorretos

Exemplos de utilizações incorretas da marca, destacando os principais erros que podem ocorrer. Os usos incorretos aqui exemplificam aplicações errôneas da marca Softplan Setor Público, mas se aplicam também a todas as submarcas de produtos.

Abaixo é possível verificar a versão correta para comparação.



Distorção por condensação



Distorção por expansão



Alteração da tipografia



Mudança de cores



Distorção de proporção



Uso diagonal



Logotipo Setor Público + Ícone

Redução máxima

Siga as diretrizes de tamanho ao lado para aplicação das marcas em meios digitais (pixels) e impressos (milímetros). Nas submarcas de produtos, as especificações consideram o tamanho do símbolo, tendo a largura variável de acordo com o nome do produto e se há descritivo ou não.

Marca da vertical
8mm / 28px

 **softplan**
SETOR PÚBLICO

Submarca de produto
6mm / 21px

 **SAFF**

Submarca de produto
com descritivo
8mm / 28px

 **SAJ**
PROCURADORIAS

Submarca de produto
6mm / 21px


SAFF

Submarca de produto
com descritivo
8mm / 28px


SAJ
PROCURADORIAS



02. Elementos essenciais

As definições de cores, tipografia, estilo iconográfico e fotográfico compõem a identidade visual e possibilitam a aplicação correta nos diversos substratos. Conheça suas especificações nesta seção.

Paleta cromática

A identidade Softplan Setor Público é marcada pela paleta cromática sóbria, com predominância de diversas tonalidades de cinza. Em contraste, aplica-se as cores destaque em sobretom de turquesa.

Os elementos da identidade podem ser aplicados de forma alternada entre as tonalidades da paleta, de acordo com exemplos que serão apresentados na sequência.

<div>Turquesa 20</div> <div>CMYK: 67/0/28/0 RGB: 0/204/204</div> <div>HEX: #00CCCC PANTONE: 319 C</div>	<div>Cinza 100</div> <div>CMYK: 84/77/54/69 RGB: 24/26/41</div> <div>HEX: #181A29 PANTONE: 532 C</div>
<div>Turquesa 40</div> <div>CMYK: 74/0/33/00 RGB: 0/179/182</div> <div>HEX: #00B4B8 PANTONE: 7466 C</div>	<div>Cinza 80</div> <div>CMYK: 88/80/44/42 RGB: 41/47/75</div> <div>HEX: #2B2F4B PANTONE: 275 C</div>
<div>Turquesa 80</div> <div>CMYK: 100/8/0/44 RGB: 0/131/143</div> <div>HEX: #00838F PANTONE: 7713 C</div>	<div>Cinza 60</div> <div>CMYK: 40/32/16/0 RGB: 157/162/185</div> <div>HEX: #9DA2B9 PANTONE: 7445 C</div>
	<div>Cinza 40</div> <div>CMYK: 16/11/5/0 RGB: 220/222/234</div> <div>HEX: #DCDEEA PANTONE: 7443 C</div>
	<div>Cinza 20</div> <div>CMYK: 7/4/2/0 RGB: 241/242/247</div> <div>HEX: #F1F2F7 PANTONE: 656 C</div>
	<div>Branco</div> <div>CMYK: 0/0/0/0 RGB: 255/255/255</div> <div>HEX: #FFFFFF</div>

Tipografia

A tipografia da marca é a Sora. Para chamadas e/ou títulos sugere-se o peso ExtraLight em caixa alta e baixa. Já para utilização em geral, como textos e documentos, é recomendado o uso do peso Regular. Para botões e tags de apoio, sugere-se o peso Semibold em caixa alta. Veja ao lado um exemplo de composição tipográfica com estas especificações.

A Sora é uma Google Font e deve ser priorizada em todos os usos da identidade. Para ambientes com restrição de fontes de terceiros, sugere-se o uso da Segoe UI, buscando seguir pesos similares aos aplicados na Sora.

Não reescreva as marcas com ela, a não ser que esteja em meio a um texto.

Sobre nós

Vidas transformadas pela tecnologia.

Somos especialistas em traduzir todo nosso conhecimento em soluções que simplificam e geram mais valor aos nossos clientes.

Saiba mais

Sora em caixa alta e baixa, peso Semibold para tags de apoio

Sora em caixa alta e baixa, peso Light ou Extralight para títulos e subtítulos

Sora em caixa alta e baixa, peso Regular para textos

Sora em caixa alta e baixa, peso Semibold para botões

Sobre nós

Vidas transformadas pela tecnologia.

Somos especialistas em traduzir todo nosso conhecimento em soluções que simplificam e geram mais valor aos nossos clientes.

Saiba mais

Sobre nós

Vidas transformadas pela tecnologia.

Somos especialistas em traduzir todo nosso conhecimento em soluções que simplificam e geram mais valor aos nossos clientes.

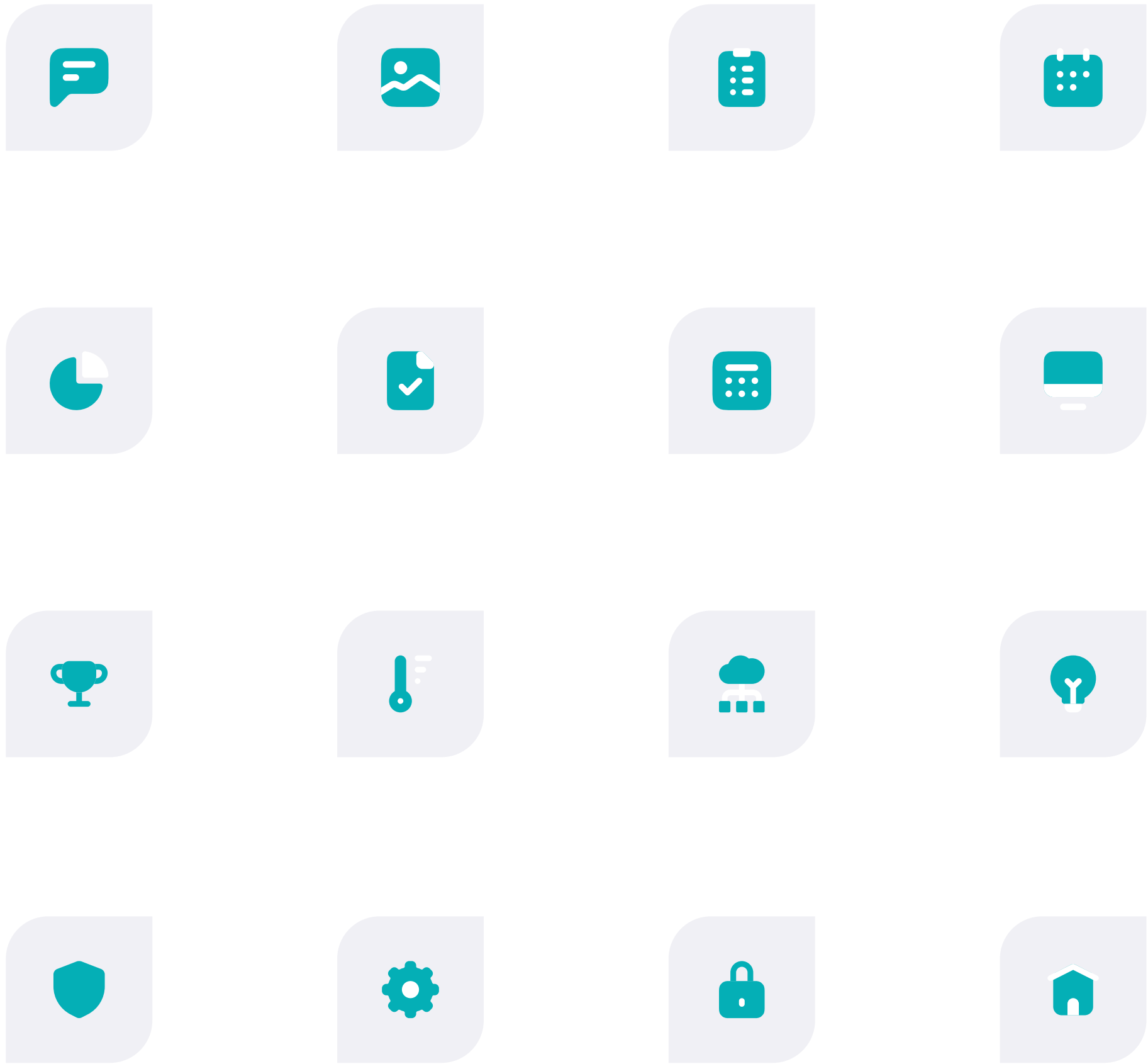
Saiba mais

Estilo iconográfico

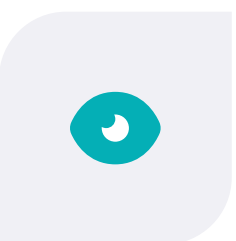
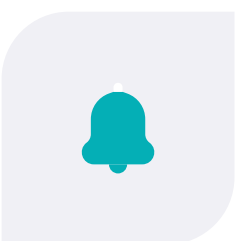
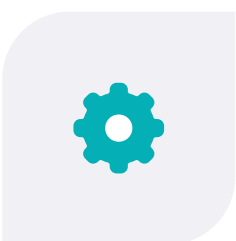
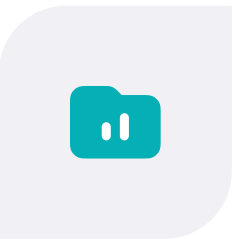
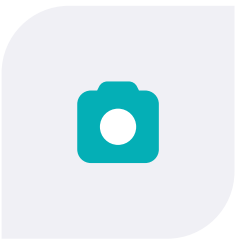
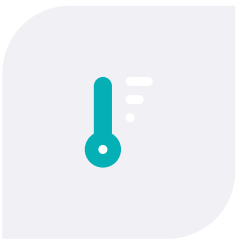
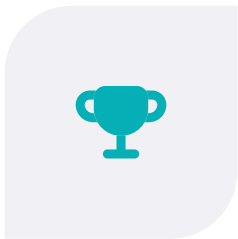
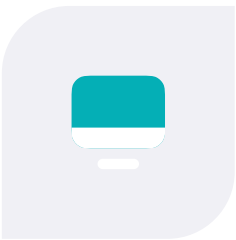
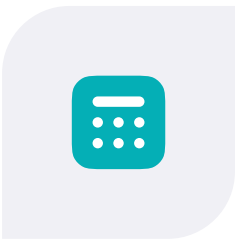
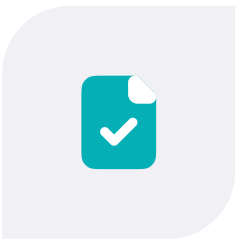
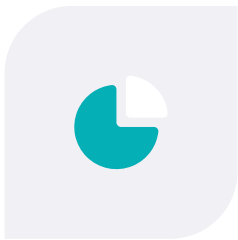
Os ícones foram selecionados de acordo com a temática e estilo da identidade. É importante manter a consistência das cores nas aplicações dos ícones, priorizando as versões apresentadas ao lado. Utilize-os em materiais insticionais ou de marketing.

Priorize o estilo preenchido em duotone apresentado ao lado, com a cor destaque da paleta e detalhes em branco. É possível aplicá-los com ou sem o encerramento mostrado ao lado.

Se necessário, busque ícones complementares em bancos de terceiros que siga este estilo, como FontAwesome Duotone.



04. Elementos Essenciais



Estilo fotográfico

Assim como os demais elementos apresentados nesta seção, o estilo fotográfico também impacta na consistência visual da identidade.

Sugere-se o uso de fotos de pessoas reais no Brasil e, se possível, de banco interno. Procure utilizar fotos mais espontâneas e evite fotografias extremamente posadas. Recomenda-se o uso de fotos com pessoas diversas para compor visualmente a identidade. Utilize também fotos que representem os contextos dos segmentos da unidade.

O mosaico ao lado traz alguns exemplos ilustrativos sobre estas diretrizes.





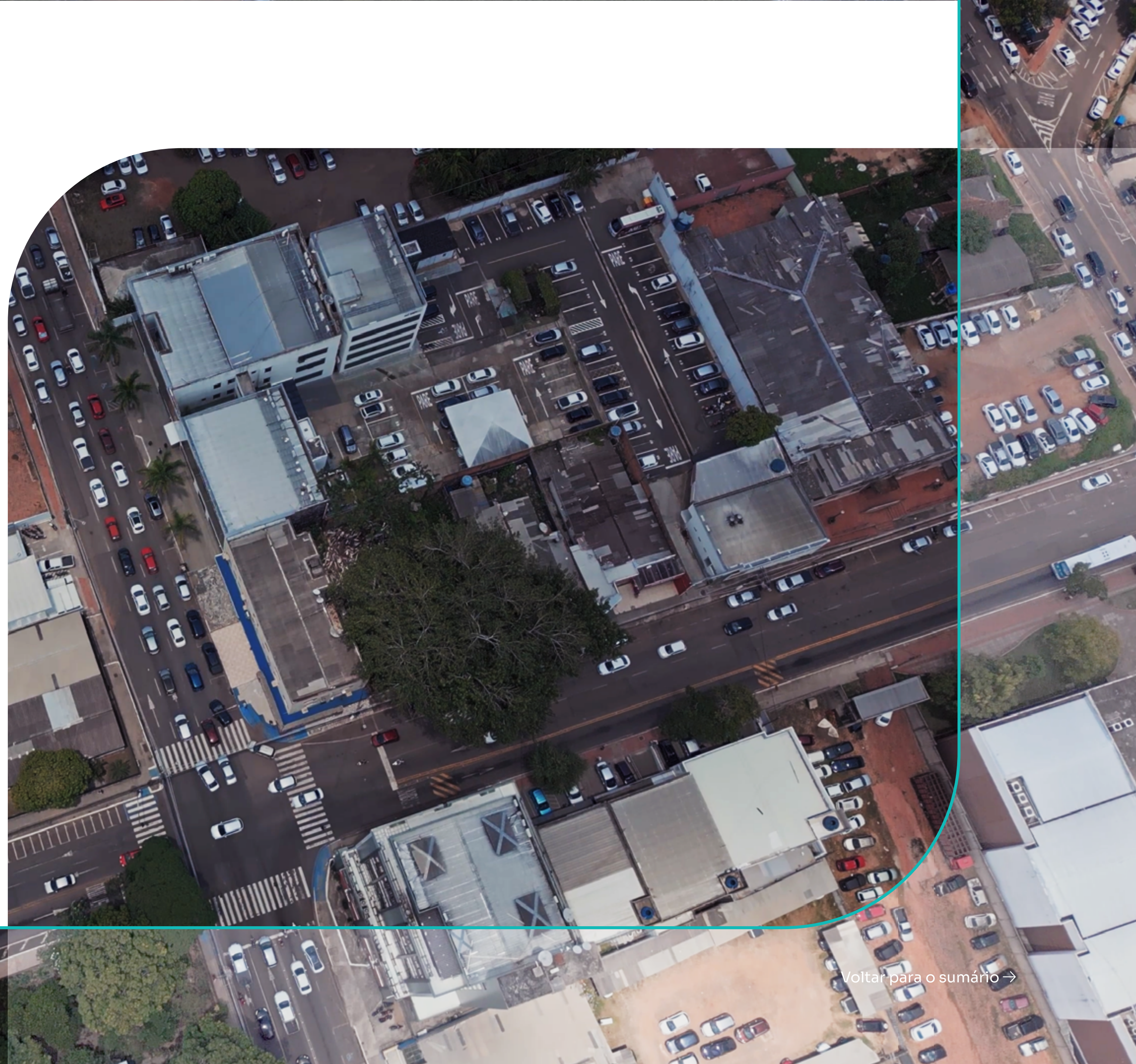
03. Elementos de apoio

Os elementos de apoio são importantes ferramentas para a expansão do universo visual da marca. Eles trazem unicidade para as aplicações e permitem desdobramentos gráficos para manter a identidade viva e atualizada. Conheça os elementos de apoio da identidade Softplan Setor Público a seguir.

Recortes com dois cantos arredondados

Seguindo o estilo visual da marca mãe Grupo Softplan, explore boxes, botões e recortes em geral com a forma identitária da marca: retângulos com dois cantos arredondados e dois cantos retos.

Para locais com restrições de edição, como ferramentas de automação de marketing ou sistemas, recomenda-se o arredondamento completo de botões, evitando despadronização no arredondamento. Para boxes e recortes maiores, sugere-se um leve arredondamento dos quatro cantos, entre 8px a 20px.



Símbolo como asset de apoio

Utilize o próprio símbolo aplicado nas submarcas de produtos como um asset de apoio, seja em outline ou em versão preenchida. Explore-o estourado nas aplicações e atrás de fotos recortadas para humanizar as aplicações da identidade.



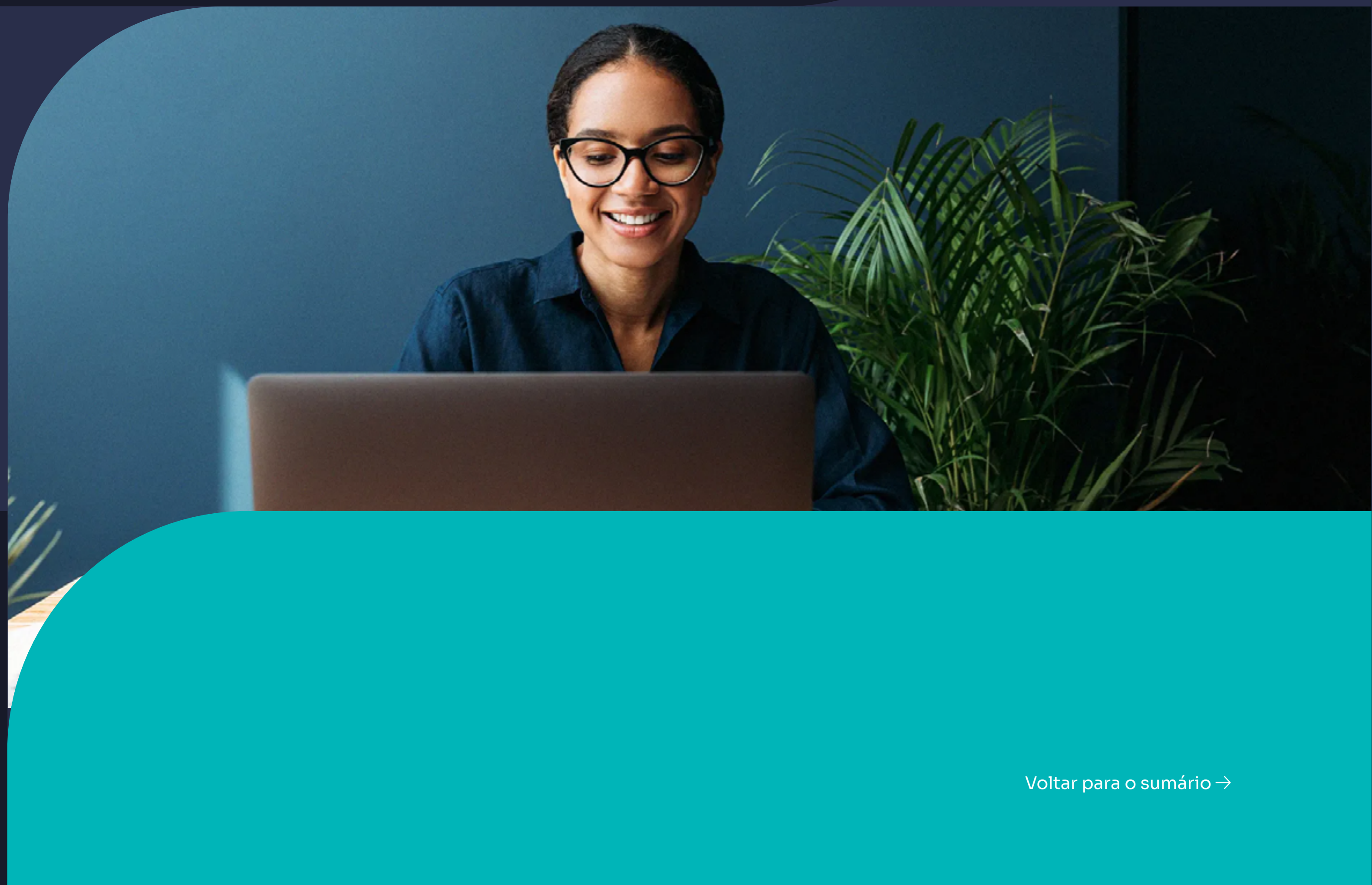
Mosaicos

Explore a forma proprietária do Grupo Softplan para elaborar mosaicos com tamanhos diversos, podendo ser aplicado com linhas finas, conforme o exemplo desta página, ou preenchidos nas diversas cores da paleta.



04. Exemplos de aplicações

Exemplos físicos e digitais de composições da identidade, que servem de inspiração para futuros desdobramentos visuais.



trasso.design

Responsáveis pelo projeto:
Carolina Tavares, Marina Noceti e Rodrigo Lago Quiquio

Versão Brandbook por Marketing PUB:
José Victor Mrovinski

Versão 260924.1

[Voltar para o sumário →](#)