



BRANDBOOK

DIRETRIZES DE USO DE MARCA



■ Garantimos
■ suas
■ qualificações

Guia para uma Comunicação Forte e Consistente.

Com o objetivo de consolidar nossa marca e fortalecer nossa presença no mercado, criamos um manual de marca que reflete nossa essência e identidade visual. Este material é um guia completo que define a personalidade da nossa marca, os elementos visuais e a linguagem que deve ser usada em todas as nossas comunicações.

O manual de marca é um documento fundamental para garantir a consistência e objetividade da nossa comunicação em todos os pontos de contato com nossos Clientes e parceiros. Ele ajuda a estabelecer uma conexão mais forte com nosso público-alvo, transmitindo nossos valores e diferenciais de maneira clara e eficaz.

Dessa forma, estamos aptos a nos destacar no mercado e consolidar a Tanos como uma referência em soluções de engenharia diagnóstica e arquitetura.

O manual de marca é um compromisso com a excelência em todas as nossas ações, e um guia para garantir que nossa identidade visual e linguagem sejam sempre coerentes e impactantes. Por isso, é essencial que todos os colaboradores estejam familiarizados com suas diretrizes e as apliquem em suas atividades diárias.

ÍNDICE

História	05 História
	06 Naming
Posicionamento	08 Arquétipos
	11 Personalidade
	12 Statment
	13 Pilares
Identidade	15 A marca
	16 Área de Proteção
	17 Versões da marca
	18 Redução
	19 Fundos diversos
	21 Uso indevido
	22 Paleta de cores
	23 Tipografia
	24 Patterns e grafismo
	21 Uso indevido
	22 Paleta de cores
	23 Tipografia
	24 Patterns e grafismo
Público alvo	26 Público Alvo
	27 Persona
Papelaria	28 Papelaria



História da **Marca**

POSICIONAMENTO DE MARCA

Andros e Taínos

História

A Ilha de Andros, situada no mar Egeu, é conhecida por sua rica história e cultura. Uma parte importante dessa história são os Tainos, uma civilização que habitou a ilha. Eles deixaram um legado duradouro, que inclui a arquitetura e a arte.

As casas gregas também têm uma forte influência na cultura da Ilha de Andros, especialmente a arquitetura clássica das casas de Atrio. Essas casas apresentam um pátio interno, que é o centro da vida social e familiar. O pátio é geralmente cercado por uma galeria coberta, que protege os residentes do sol e permite que eles desfrutem da brisa fresca.

A conexão entre os Tainos, as casas gregas de Atrio e a Ilha de Andros é evidente na maneira como a arquitetura e a cultura foram preservadas e transmitidas ao longo do tempo. A influência dos Tainos é vista em toda a ilha, especialmente na arte e na arquitetura, enquanto a arquitetura das casas de Atrio é um exemplo do legado duradouro da cultura grega na região.

Juntas, essas influências ajudam a moldar a identidade cultural da Ilha de Andros, uma fonte de inspiração para arquitetos e artistas. A mistura de culturas e estilos cria uma atmosfera única que reflete a rica história e diversidade da região.

Naming

A Tanos Soluções em Engenharia não é apenas uma empresa de consultoria em obras, é uma homenagem a uma das civilizações mais importantes da história da Ilha de Andros. Inspirada na cultura dos Taínos, um povo que habitou a região antes da chegada dos europeus, a Tanos Engenharia busca inovar, garantir a qualidade e o desenvolvimento sustentável em todos os seus projetos.

Os Taínos foram uma civilização pré-colombiana que floresceu nas ilhas do Caribe durante séculos. Eles eram conhecidos por sua arquitetura avançada, sistemas agrícolas eficientes e habilidades artísticas notáveis. A civilização Taína deixou um legado duradouro na região e influenciou muitas outras culturas que vieram depois.

A Tanos Engenharia oferece serviços de consultoria em todas as fases do projeto, desde a concepção inicial até a conclusão da obra. Nossa equipe qualificada tem as soluções necessárias para lidar com desafios complexos de engenharia e arquitetura, garantindo que todas as obras sejam projetadas e executadas conservadas sempre da melhor maneira possível.

Além disso, a Tanos Engenharia tem um compromisso inabalável com a sustentabilidade. A empresa se esforça para minimizar o impacto ambiental através das soluções apresentadas aos seus Clientes

Com isso, a Adros e Tanos reforçam seu compromisso com a inovação, a qualidade e o desenvolvimento sustentável, ao mesmo tempo em que valorizam a história e a cultura.

Tanos

Garantimos suas
qualificações





Posicionamento da **Marca**

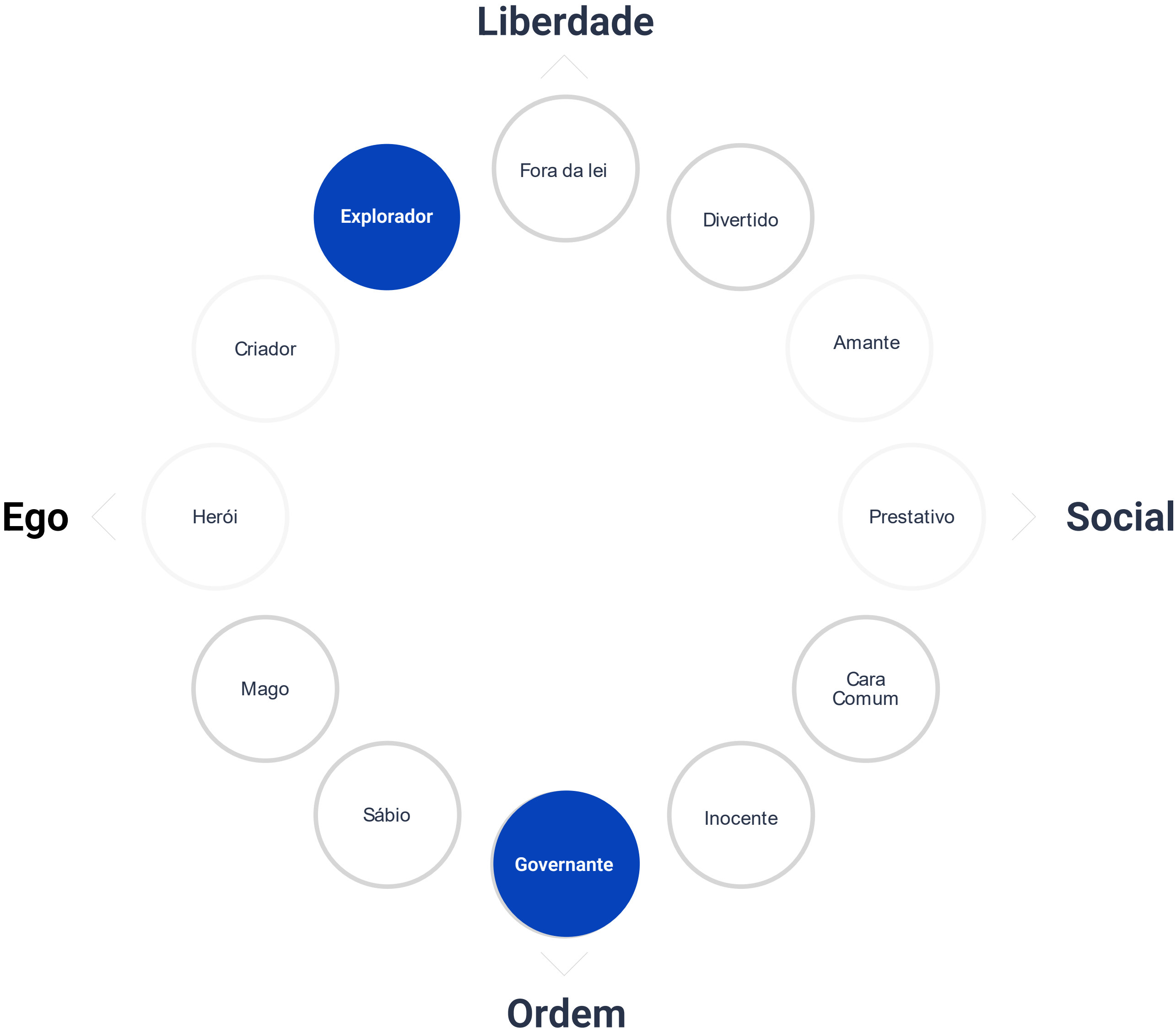
POSICIONAMENTO DE MARCA

Arquétipos

Os arquétipos são a essência da personalidade de uma marca, permitindo um posicionamento efetivo e coerente no mercado.

Em nossa marca, o Explorador e o Governador representam nossa busca pela inovação e liderança estratégica.

Esses arquétipos formam nossa imagem autêntica e única, conectando-nos de forma profunda com nossos públicos.



Explorador

Arquétipos da
nossa **marca**

- Respeito
- Dinamismo
- Experiência
- Avidéz por desafios

Somos dinâmicos e não temos medo de tentar o novo. Temos a confiança de quem sabe fazer e por isso temos a capacidade de sermos pioneiros de um verdadeiro movimento de mudança no cenário da engenharia nacional.

Nossa busca é por valores fundamentais ao ser humano: liberdade, dignidade e orgulho. Nossa inovação parte do respeito pelas pessoas e da coragem de fazer diferente.



Governante

Arquétipos da nossa
forma de trabalhar

- Certeza do que fala
- Controle e conhecimento
- Reputação e autoridade
- Segurança e resultados

Não somos amadores e nem “aventureiros”. Sabemos o que estamos fazendo e temos nossa história, nossa experiência, nossos resultados e nossa reputação para comprovar.

Buscamos um caminho novo por respeito a nossos valores, mas somos igualmente capazes de oferecer a segurança, a confiança e a certeza de resultado de quem sabe fazer.



Personalidade

Os atributos de nossa marca definem sua personalidade e devem ser consistentes em todas as nossas interações com o mercado.

Isso significa que eles devem estar presentes em todos os nossos pontos de contato para criar uma imagem autêntica e coerente.

Ser:

- Dinâmico
- Democrático
- Referência
- Experiente
- Lucrativo

Não é ser:

- Amador
- Popular
- Esnoberado
- Anacrônico
- Desumano



Statement

O Statement é um resumo do que é a marca. Quem somos, o que fazemos, por que, qual o nosso público alvo e em qual área atuamos.

Esta é a definição sintética de nosso diferencial, nossa promessa e nosso posicionamento.

- O QUE** Somos uma empresa que presta serviços de engenharia diagnóstica e oferece soluções para problemas de construção.
- COMO** Buscamos nos destacar no mercado através da marca, que utiliza traços e símbolos distintos para transmitir confiança e diferenciar seus serviços.
- QUEM** Para proprietários de imóveis, construtoras, empresas de arquitetura, imobiliárias e outras empresas que buscam por serviços de diagnóstico e soluções para seus imóveis.
- POR QUE** Para garantir a segurança, qualidade e vida útil das construções através da realização de diagnósticos precisos, apresentação de soluções para os problemas das construções.
- QUANDO** A empresa está disponível para atender seus Clientes conforme demanda e agendamento prévio.
- ONDE** Em todo território nacional, solucionando problemas e garantindo a qualidade do serviço:



Pilares

Os pilares são a base do nosso posicionamento, o que sustenta a nossa personalidade.

Para que nossa comunicação seja efetiva, devemos sempre nos guiar pelos princípios a seguir.

Propósito

Possuímos uma missão que nos move: proporcionar dignidade, orgulho e valor às pessoas por meio do habitar, independente de sua necessidade técnica.

Conhecimento

Muita pesquisa e estudos continuam nos dando o conhecimento necessário para oferecer formas dignas e inteligentes de soluções técnicas.

Resultados

Juntamos nossa experiência (concepção e realização) na formulação de um novo negócio, pronto para o mercado nacional.

Sustentabilidade

Nos orgulhamos de exercer nosso trabalho de maneira consciente e sustentável, com responsabilidade ambiental e econômica.





Identidade da **Marca**

POSICIONAMENTO DE MARCA

A Marca

A marca Tanos Engenharia é uma parte fundamental do sistema visual da Adros Urbanismo, projetada para transmitir confiança e diferenciar nossos mercados. Com o uso de traços e símbolos distintos, buscamos nos destacar e causar um impacto duradouro na memória dos Clientes, tornando-nos referência em nossa área de atuação.

O símbolo é o elemento principal de nossa marca, representando nossa autoridade e status legítimo. Ele deve estar presente em todas as manifestações visuais, formando a base de nossa comunicação e transmitindo nossa identidade de forma clara e consistente. A tagline é outro componente importante, indicando nossos serviços e reforçando a confiança junto ao Cliente.

Ao utilizar nossa marca, sempre priorize a versão principal, com o símbolo e logotipo juntos além da possibilidade de utilização do descritivo de serviço e tagline. Em situações específicas, o símbolo pode ser utilizado sozinho, mas o logotipo só deve ser utilizado em conjunto com o símbolo. É fundamental respeitar as artes finais originais e nunca alterar a forma ou tipografia da marca. Dessa forma, garantimos a consistência e a coerência da nossa imagem no mercado.

"Less is More", Menos é mais.
- Ludwig Mies van der Rohe

1



Símbolo Logotipo Descritivo

1. Logo Horizontal
(versão prioritária)
2. Logo Vertical
3. Logotipo
4. Símbolo
5. Tagline

2



3

Tanos

4



5



Garantimos
suas
qualificações

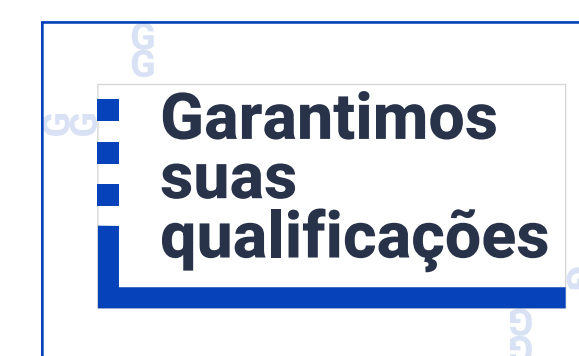
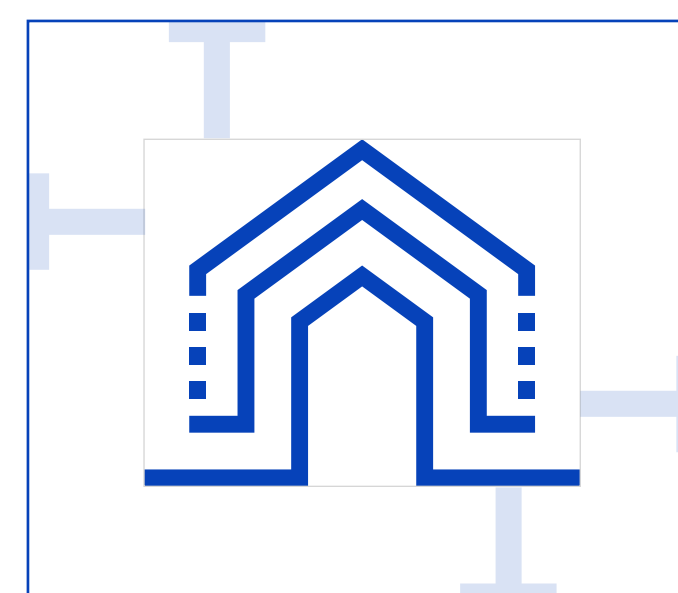


Área de Proteção

A área de proteção da marca é um elemento fundamental para garantir sua visibilidade e legibilidade em todas as aplicações. É essencial que esse espaço seja respeitado sempre que a marca for utilizada, a fim de evitar a sobreposição de elementos que possam prejudicar sua identificação e reconhecimento.

Para garantir a consistência da marca em diferentes formatos e aplicações, utilizamos parâmetros específicos para determinar a área de proteção do logo vertical, logo horizontal, do símbolo e Tagline. Esses parâmetros são baseados na altura da letra "T" do logotipo, permitindo que a área de proteção seja adaptada proporcionalmente às diferentes dimensões da marca.

Ao respeitar esses parâmetros, garantimos que a marca seja vista e compreendida com clareza em todas as suas aplicações, reforçando a nossa identidade e diferenciação no mercado. A área de proteção é, portanto, uma garantia da qualidade e eficácia da nossa comunicação visual.



Para a tagline, a área de proteção baseia-se em 2x a altura do "G" da tagline.



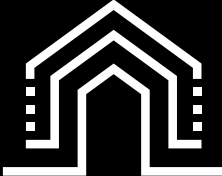
Versões da Marca

Para garantir a legibilidade e pregnância de nossa marca em diversas situações, tanto digitais quanto impressos, são disponibilizadas variações da marca gráfica:

A versão positiva é utilizada em impressos e outras aplicações de fundo claro com a necessidade de monocromia da marca.

A versão negativa é utilizada em impressos e outras aplicações de fundo escuro com a necessidade de monocromia da marca.

- 1. Versão colorida
- 2. Versão Monocromática Positiva
- 3. Versão Monocromática Negativa

	LOGO HORIZONTAL Com assinatura de serviço	LOGO VERTICAL Com assinatura de serviço	TAGLINE Garantia de serviço	SÍMBOLO	LOGOTIPO Sem descritivo
1					
2					
3					



Redução Máxima

Para garantirmos sempre a legibilidade e pregnância de nossa marca, não devemos reproduzi-la em tamanhos menores do que os indicados ao lado.

Elas não devem ser utilizadas em tamanhos menores do que os citados para não prejudicar a qualidade de visualização das marcas gráficas.

LOGO HORIZONTAL	LOGO VERTICAL	LOGOTIPO
 Tela 140 px Impresso 28 mm	 Tela 115 px Impresso 22 mm	 Tela 110 px Impresso 20 mm
TAGLINE	SÍMBOLO	LOGO DESCRITIVA
 Tela 160 px Impresso 30 mm	 Tela 30 px Impresso 6 mm	 Tela 200 px Impresso 35 mm



Fundos Diversos

O uso das marcas gráficas em imagens deve ser padronizado. A marca gráfica sempre deve ser respeitada com as dimensões especificadas em “Área de Proteção”.

As cores devem sempre manter contraste com relação ao fundo.

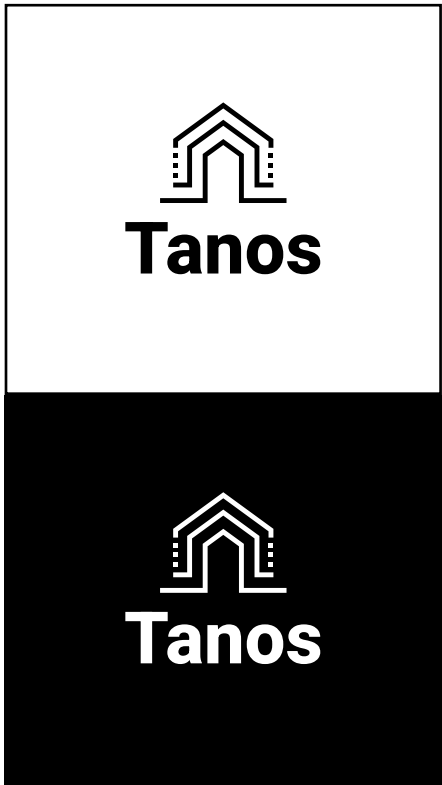
Para todas as versões da marca e para a aplicação em fundos com outras cores, siga os exemplos ao lado.

Aplicações corretas



Aplicação Colorida sobre fundo claro

Aplicação Monocromática Negativa sobre fundo colorido



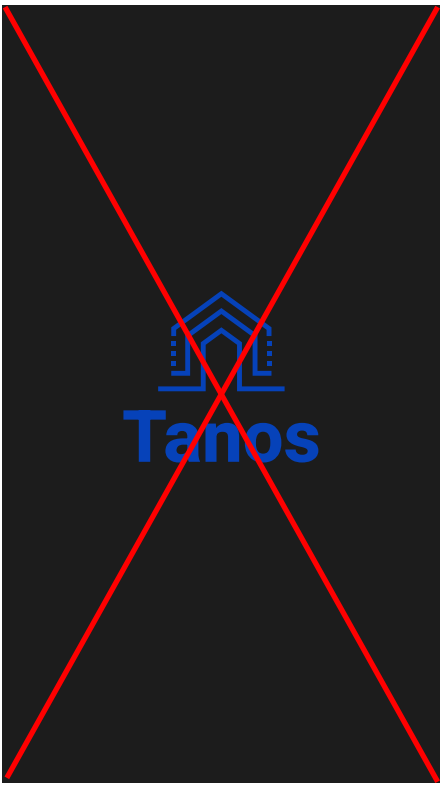
Aplicação Monocromática Positiva sobre fundo claro

Aplicação Monocromática Negativa sobre fundo escuro

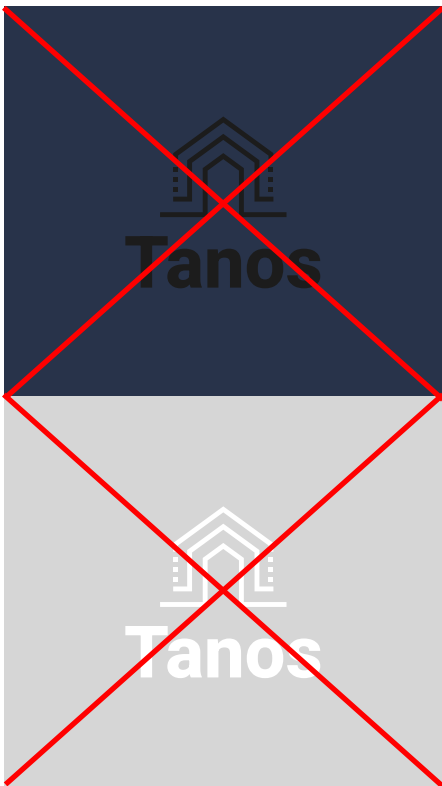


Aplicação sobre fotos, somente com alto contraste. Recomenda-se o uso de filtros para melhor visibilidade em certos casos

Aplicações incorretas



Aplicação Colorida sobre fundo escuro



Aplicação Monocromática Positiva sobre fundo escuro

Aplicação Monocromática Negativa sobre fundo claro



Aplicação sobre fundo com pouco contraste





Uso Indevido

O uso das marcas gráficas em imagens deve ser padronizado. A marca gráfica sempre deve ser respeitada com as dimensões especificadas em “Área de Proteção”.

As cores devem sempre manter contraste com relação ao fundo.

Para todas as versões da marca e para a aplicação em fundos com outras cores, siga os exemplos ao lado.

Não
distorcer



Não
alterar a cor



Não
rotacionar



Não
alterar a tipografia



Não
alterar a proporção
das letras



Não
aplicar sombra
ou outros efeitos



Paleta de Cores

O uso das cores na identidade visual de uma marca é de extrema importância, pois elas têm o poder de transmitir sensações e emoções que podem atrair ou afastar o público-alvo. É por isso que nossa paleta cromática foi cuidadosamente selecionada para transmitir valores como confiança, segurança, universalidade e sobriedade.

Ao criar novas combinações de cores para nossos materiais de comunicação, é essencial garantir que o contraste e o uso das cores estejam alinhados com nossos objetivos e posicionamento de marca. Sempre observe os exemplos de boas práticas para garantir a coerência e consistência em todas as nossas comunicações visuais. Lembre-se de que o uso das cores não pode ser aleatório e deve ser uma parte consciente e estratégica de nossa identidade visual.

PRIMÁRIAS



R6 G66 B198
C95 M70 Y0 K0
PANTONE 2728 C
PANTONE 2175 U
0642c6

R40 G51 B74
C70 M50 Y10 K70
PANTONE 2380 C
PANTONE 281 U
28334a

SECUNDÁRIAS



R157 G157 B156
C0 M0 Y0 K50
PANTONE Cool gray 6 C
PANTONE Cool gray 5 U
9d9d9c

R198 G198 B198
C0 M0 Y0 K30
PANTONE Cool gray 3 C
PANTONE Cool gray 3 U
c6c6c6

R227 G227 B227
C0 M0 Y0 K15
PANTONE Cool gray 1 C
PANTONE Cool gray 1 U
e3e3e3



Tipografia

A tipografia é um dos elementos mais importantes na construção da nossa identidade visual, pois é responsável por estabelecer a nossa voz e dar forma à nossa comunicação. Nós utilizamos a tipografia Heebo Thin, bold e semibold em títulos, o que confere uma aparência moderna e sofisticada.

No entanto, é importante utilizar essa tipografia com bom senso e parcimônia, de forma a não comprometer a legibilidade do texto. Sempre leve em consideração os exemplos e diretrizes contidas neste manual ao utilizar nossa tipografia em seus materiais.

Tipografia de Sistema:

Nas situações em que não for possível utilizar a tipografia institucional, podemos usar a fonte Arial.

Heebo | Link para download:
<https://fonts.google.com/specimen/Heebo>

Heebo Thin

Tipografia indicada para títulos e chamadas com maior corpo de texto

0123456789#@
ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz

Heebo Bold

Tipografia indicada para títulos e chamadas com menor corpo de texto

0123456789#@
ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz

Heebo Regular

Tipografia indicada para textos corridos

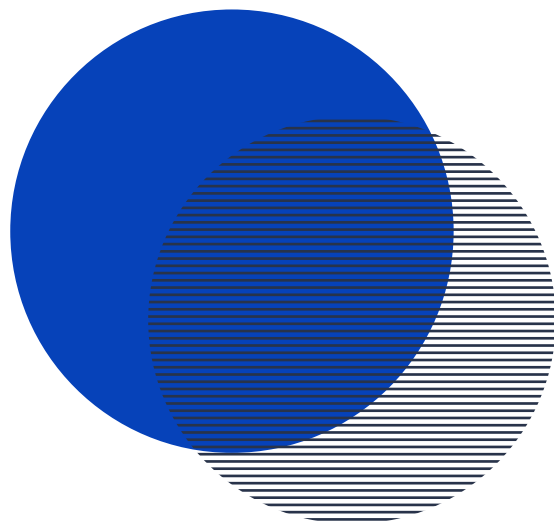
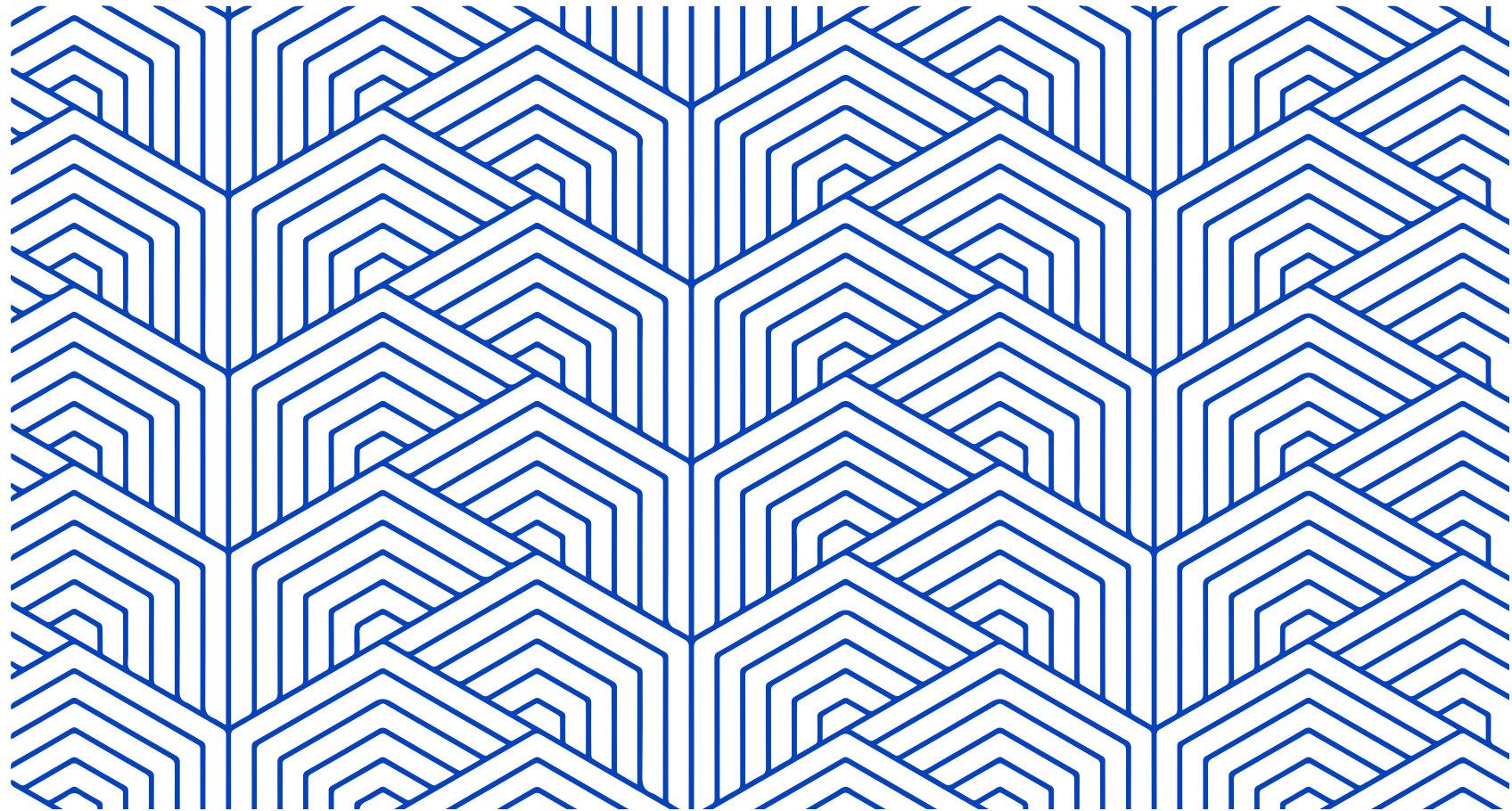
0123456789#@
ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz



Patterns e Grafismo

Para complementar nossa identidade visual, desenvolvemos os patterns, que são elementos gráficos discretos que proporcionam uma mancha suave e menos invasiva. Eles são importantes para aumentar a pregnância e a percepção da nossa marca, sem a necessidade de repetir o uso do logotipo.

No entanto, é importante usar esses elementos com bom senso e parcimônia, evitando o excesso de elementos e mantendo a harmonia com nossa identidade visual. Sempre utilize os arquivos originais ao criar novas peças e consulte os exemplos de boas práticas contidos neste manual para garantir a consistência e a qualidade de nossa comunicação visual.





Publico alvo da **Marca**

POSICIONAMENTO DE MARCA

Público Alvo

A Tanos é uma empresa que presta serviços de engenharia diagnóstica e oferece soluções para problemas das construções.

Seu público-alvo pode ser composto por proprietários de imóveis, construtoras, empresas de engenharia, arquitetura, imobiliárias e outras empresas que buscam por serviços de diagnóstico para seus imóveis, levantamentos com apresentação de soluções para problemas relacionados à construção.

Portanto, o público-alvo da Tanos pode ser composto por pessoas físicas e jurídicas que precisam de uma avaliação técnica dos seus imóveis ou precisam de soluções para problemas nas construções.

Nós oferecemos um serviço profissional e especializado para garantir a segurança e qualidade da construção.

Com o objetivo de realizar diagnósticos precisos, apresentação de laudos e soluções para os problemas nas construções encontramos a melhor solução para nossos Clientes.

Tanos

Garantimos suas
qualificações



Persona

Persona é uma representação fictícia do Cliente ideal da Tanos. É uma personagem criada com base em dados reais sobre as características, hábitos, comportamentos, necessidades e desejos dos Clientes da empresa.

A persona é importante para a Tanos porque ajuda a empresa a compreender melhor quem são seus Clientes e quais são suas necessidades e desejos. Com uma persona bem definida, a empresa pode criar estratégias de marketing mais eficientes, desenvolver serviços mais adequados às necessidades dos Clientes e melhorar a comunicação com o público-alvo.

Além disso, a persona ajuda a empresa a humanizar seus Clientes e a entender melhor as suas dores e desafios. Dessa forma, a Tanos pode se colocar no lugar do Cliente e oferecer soluções adequadas para seus problemas. A persona também ajuda a empresa a criar empatia e proximidade com seus Clientes, construindo uma relação de confiança e fidelidade.



Persona

Nome: João da Silva
Profissão: Engenheiro Civil

Idade: 35 anos
Cidade/Estado: Goiânia-GO

Personalidade

João da Silva introvertido e muito analítico, que valoriza a precisão e a objetividade. Ele tende a ser cauteloso em suas decisões e prefere trabalhar em projetos que lhe permitam ter um alto nível de controle e autonomia. Além disso, pode ser uma pessoa muito organizada e detalhista, que busca sempre a perfeição em tudo o que faz. Ele pode ter uma postura séria e reservada, mas quando está em um ambiente descontraído, é capaz de se mostrar amigável e ter um senso de humor peculiar.

Características

João da Silva é um engenheiro civil que trabalha em uma empresa de construção e está em busca de uma empresa especializada em diagnóstico e soluções para problemas em construções. Como profissional da área, ele entende a importância de realizar uma avaliação técnica de seus imóveis para garantir a segurança e vida útil das construções.

João está sempre buscando novas soluções e tecnologias para aprimorar seus projetos, e sabe que a Tanos é uma empresa com experiência e reputação no mercado. Ele está em busca de uma parceria duradoura com uma empresa de confiança para solucionar problemas na construção e garantir a qualidade de seus projetos.

Além disso, João é uma pessoa bastante ocupada, e busca uma empresa que possa oferecer soluções de forma ágil e eficiente, sem comprometer a qualidade do serviço. Ele valoriza a transparência e comunicação clara e direta, para que possa entender todo o processo e tomar as melhores decisões em relação a seus projetos.

Com essas características, João se encaixa no público-alvo da Tanos, que busca por soluções de engenharia diagnóstica e avaliação técnica de imóveis para empresas de construção e engenharia.



Papelaria da **Marca**

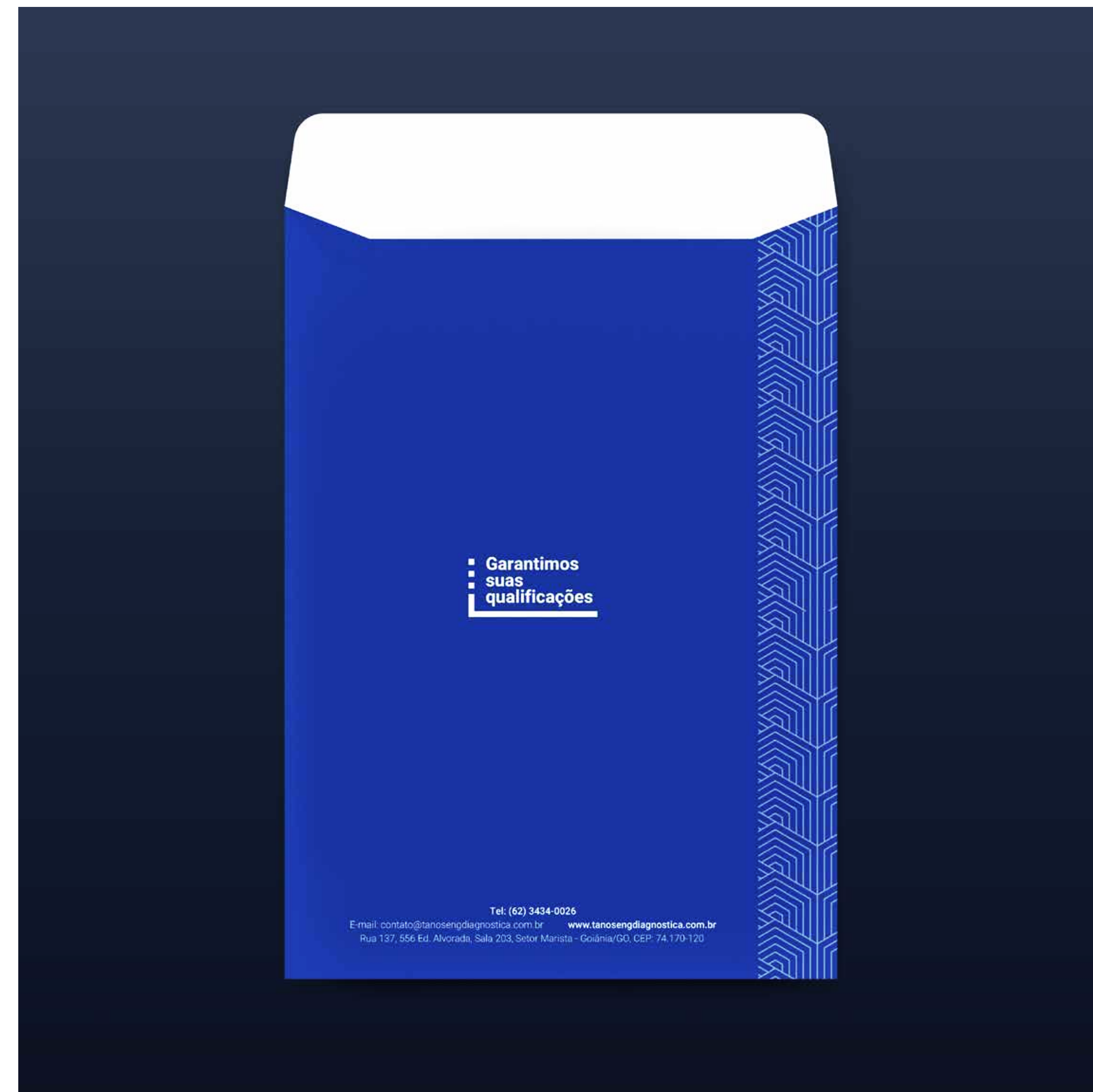
POSICIONAMENTO DE MARCA

Papelaria

Papelaria é um conjunto de materiais impressos que representam a identidade visual da empresa, como cartões de visita, envelopes, papel timbrado, pasta, entre outros. É importante que esses materiais sigam as diretrizes da marca, como cores, tipografia e logotipo, para transmitir uma imagem coesa e profissional.

Na Tanos, a papelaria deve ser utilizada de forma estratégica para consolidar a identidade da marca e transmitir profissionalismo aos Clientes. É importante que os materiais estejam sempre atualizados e sigam as diretrizes do manual de identidade visual da empresa. A papelaria pode ser utilizada em diversos momentos, como na troca de informações com Clientes, fornecedores e parceiros, em eventos e em situações formais de apresentação da empresa.









■ Garantimos
■ suas
■ qualificações

Jorge Ferreira

(62) 9 8107-1500

contato@tanosengdiagnostica.com.br

Rua 137, 556, Ed. Alvorada,
Sala 203, Setor Marista - Goiânia-Go

www.tanosengdiagnostica.com.br







