# Manuais de Marca

| | | | |
|---|---|---|---|
| Vermelho Ferrari | Vermelho Coca-Cola | Vermelho Vodafone | Verme EDI |
| Vermelho McDonalds | Vermelho Santander | Vermelho Kellogg's | Verme Marlb |
| Vermelho Mitsubishi | Vermelho Cruz Vermelha | Vermelho Continente | Verme Benf |
| Vermelho Honda | Vermelho CTT | Vermelho CNN | Verme The Ecor |

MYBRAND®
STRATEGY
& IDENTITY
UNIT

# Manuais de Marca

A documentação de uma marca é fundamental para garantir a sua correcta implementação e consistência em todas as suas manifestações ao longo do tempo. Pessoas diferentes em geografias diversas têm que contactar ou gerir processos de desenvolvimento de aplicações da marca. Só uma sólida documentação assegura a aplicação consistente e rigorosa da marca ao longo do tempo e por diferentes utilizadores.

Dependendo das necessidades, a documentação pode ir de um manual de elementos básicos a um conjunto de manuais detalhados. O primeiro, tipicamente, contém regras e normas sobre elementos operacionais básicos como o nome, logótipo, símbolo, cores, tipos de letra, etc. Já um conjunto de manuais detalhados pode incluir informação sobre a estratégia da marca, elementos sensoriais como sons, imagens, cheiros, texturas e sabores associados à marca, assim como elementos funcionais, definindo o estilo visual e o tom de voz, e elementos relacionais, definindo comportamentos e o código de conduta.

A documentação pode materializar-se em manuais impressos, manuais digitais em PDF, manuais disponibilizados online através de um site próprio ou na combinação de parte ou da totalidade destas opções, dependendo da complexidade dos conteúdos e do âmbito geográfico a que se destina.

Partindo sempre do princípio de que todas as empresas têm diferentes necessidades, a MYBRAND desenvolve a documentação ajustada às características de cada marca.

## COMO CONSIGO ASSEGURAR QUE A MINHA MARCA SE MANIFESTA DE FORMA CLARA E CONSISTENTE?

A maneira mais eficaz e efectiva de garantir que a sua marca seja comunicada com clareza e consistência é através de um Manual de Marca. Todos os colaboradores (gerentes, empregados, agências de publicidade, vendedores, agentes, representantes, brand ambassadors, etc.) têm que aderir às regras, guidelines e sugestões deste documento oficial da marca.

## QUAIS AS REGRAS QUE AS MINHAS MARCAS DEVEM SEGUIR?

Como todas as organizações são distintas e têm estratégias e necessidades diferentes, as regras de aplicação da sua marca também devem ser distintas. A marca de uma instituição bancária, por exemplo, tem de projectar solidez e credibilidade, enquanto que uma marca de roupa ou bebida terá maior sucesso se transmitir atributos aspiracionais como beleza, status, reconhecimento e auto-estima. Portanto, as regras em relação aos elementos estratégicos e operacionais da marca têm de ser ajustadas às suas características próprias.

## TODOS OS COLABORADORES DA EMPRESA SABEM COMO A MARCA SE DEVE PRESENTAR?

Muitas vezes, as empresas têm dificuldade de explicar aos seus colaboradores como se deve comunicar a marca para o exterior. O Manual de Marca da MYBRAND é um complemento vital para esta tarefa, apresentando de forma sistematizada e completa os princípios e regras da marca.

Março 2010

# MYBRAND®

**STRATEGY & IDENTITY UNIT**
**ADVERTISING UNIT**
**ACTIVATION UNIT**
**INTELLIGENCE UNIT**
**VALUATION UNIT**

Rua Rodrigues Faria, 7
1300-501 Lisboa, Portugal

Tel.: +351 21 360 08 00
Fax: +351 21 360 08 99
**www.mybrandconsultants.com**