

SERVIÇOS

Modelos e Exemplos

Cartão de Visita Virtual (Linktree)	Pág. 2
Posts, Storys e Destaques	Pág. 3
Identidade Visual da Marca	Pág. 6
Logotipos / Logomarca	Pág. 12
O que é e porque usar cada logo	Pág. 15
Tabela de Preços	Pág. 18



CARTÃO DE VISITA VIRTUAL (LINKTREE)

Designs Ilustrativos



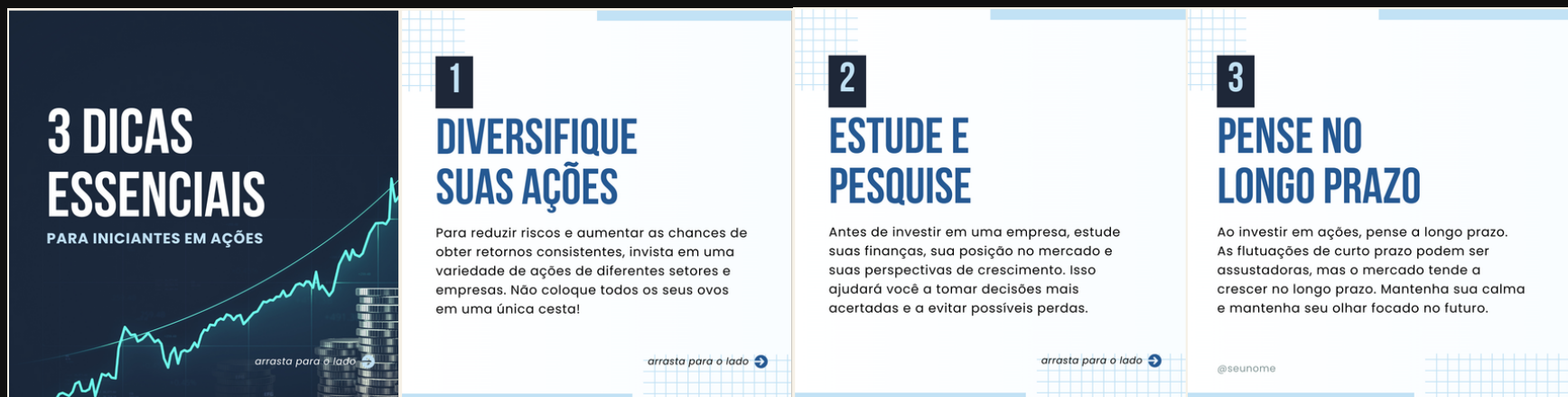
Um cartão de visita virtual (Linktree) é essencial nos dias de hoje, pois centraliza todas as suas informações profissionais e redes sociais em um único link, facilitando o networking e tornando seu contato mais acessível e moderno. Ele é funcional, dinâmico e ainda pode ser atualizado em tempo real, garantindo que seus contatos sempre tenham acesso aos seus dados mais recentes.

POSTS, STORYS E DESTAQUES

Posts Únicos



Carrossel de Conteúdo



POSTS SERVIÇOS/PREÇOS/CARDÁPIOS

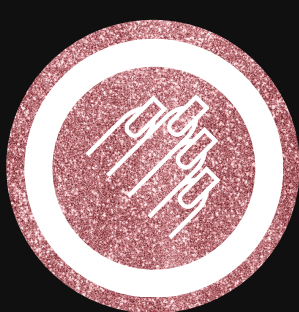
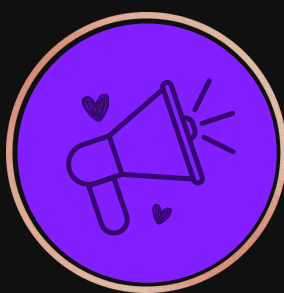


Ter um arquivo digital com Serviços/Preços/Cardápios é uma forma prática e eficiente de compartilhar seus valores de maneira clara e profissional. Ideal para quem deseja transmitir credibilidade e organização, facilitando a decisão de compra e escolha do cliente.

Storys



Destaque (Ícones)



Identidade Visual da Marca

A Importância da Identidade Visual

A **identidade visual** é o conjunto de elementos gráficos que representam sua marca de forma única e consistente. Ela vai além de um simples logotipo, abrangendo cores, tipografia, imagens e padrões visuais aplicados em todos os materiais.

Por Que Seu Negócio Precisa Disso?

1. Diferenciação

- Uma identidade bem-criada faz sua marca se destacar em meio à concorrência, tornando-a facilmente reconhecível.

2. Credibilidade

- Transmite profissionalismo e seriedade, aumentando a confiança do cliente no seu negócio.

3. Consistência

- Garante que sua marca seja uniforme em todos os canais, desde redes sociais até materiais impressos, evitando confusões.

4. Conexão com o Público

- Cores e elementos visuais bem escolhidos comunicam valores e emoções, criando uma relação mais forte com seu cliente.

5. Eficiência

- Com um manual de marca bem definido, você economiza tempo e recursos na criação de materiais futuros.

O Risco de Ignorar

Sem uma identidade visual profissional, sua marca pode passar **despercebida**, **parecer amadora** ou **inconsistente**, perdendo oportunidades para concorrentes mais bem posicionados.

Solução

Invista em uma **identidade visual estratégica**, desde o logotipo até as aplicações práticas, e transforme sua marca em um símbolo de confiança e reconhecimento.

Exemplo Prático:

Veja como apliquei esses conceitos abaixo no projeto **Raphael Yuuki Design**, criando uma identidade coesa e impactante.

1. LOGOTIPO & VARIAÇÕES

(Cores: Branco/Preto + Versão Simplificada + Alternativas)

Branco
(Modelo Original)



Preto



Branco
(Versão Simplificada)



Preto
(Versão Simplificada)



Versões Alternativas



Logo Principal:

- Formato: "RY" em tipografia moderna + assinatura gráfica (Raphael Yuuki).
- Variações:
 - Horizontal (para assinaturas de e-mail e cabeçalhos).
 - Vertical (para redes sociais e favicon).
 - Ícone/Símbolo (versão simplificada, como as iniciais "RY").

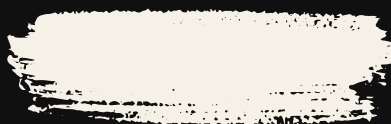
Área de Proteção:

- Espaçamento mínimo de 10% ao redor do logo para evitar poluição visual.

Códigos e Psicologia das Cores:

Cor	Hexadecima	RGB	Psicologia & Uso Recomendado
Branco	#FFFFFF	255,255,255	Transmite pureza e minimalismo. Ideal para fundos escuros ou para marcas que querem clean design.
Preto	#000000	0,0,0	Sofisticação e autoridade. Usar em fundos claros para alto contraste.
Off-White	#F6F1E7	246,241,231	Elegância discreta. Alternativa ao branco em projetos com temperatura mais "aconchegante".
Ouro	#D4AC4A	212,172,74	Luxo e exclusividade. Recomendado para destaques ou edições especiais (ex.: promoções premium).

Paleta de Cores:



Regras de Uso Incorreto

Exemplos Visuais:

Erro Comum Distorção	Problema Logo esticado ou comprimido. Perde proporções originais.	Como Corrigir Manter aspect ratio original (ex.: 1:1).
Cores Não Aprovadas	Usar vermelho ou azul no lugar do preto/ouro.	Seguir paleta oficial (hex/RGB acima).
Fundo Poluído	Logo sobre imagem ocupada (ex.: foto com muitos detalhes).	Usar apenas em fundos sólidos ou degradês suaves.
Tamanho Mínimo	Logo tão pequeno que fica ilegível (ex.: < 24px em redes sociais).	Respeitar tamanho mínimo (50px para digital).

Erros



Aplicações em Fundo Colorido

Natal



Colorido



Dia das Mulheres/ Outubro Rosa



Degradê



2. MANUAL DA MARCA (BRAND GUIDELINES)

(Cores, Tipografia e Aplicações Práticas)

Paleta de Cores Oficial

Tipo	Cor	Recomendado
Primária	Off-White	Fundos escuros, textos sobre preto.
Secundária	Preto	Fundos claros, títulos e elementos de destaque.
Destaque	Ouro	Botões, ícones, destaques
Neutra	Branco	Fundos de artes, espaços negativos.

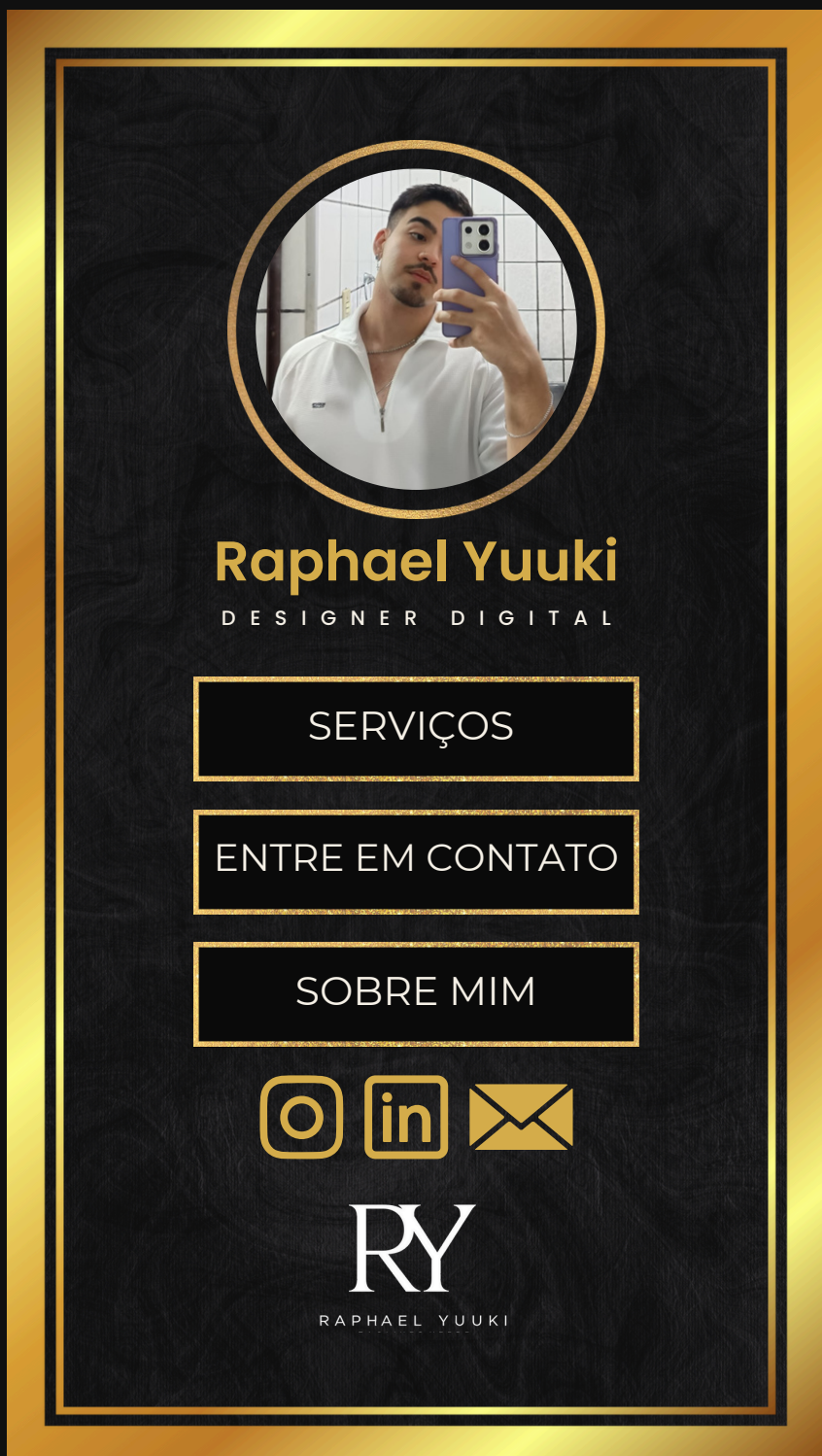
- Fontes:
 - Título: Poppins Medium.
 - Subtítulo/Título secundário: Poppins Regular.
 - Texto: Montserrat Regular.
 - Negrito: Utilizado em tópicos e palavras chaves.
- Cores para Eventos:
 - Usar tons saturados apenas em campanhas temporárias (ex.: vermelho #FF0000 para Natal).
 - Sempre combinar com preto ou off-white para manter contraste legível.
- Posts/Artes: Devem seguir o padrão de fontes. Utilizaram as quatro cores mencionadas da marca seguindo o padrão. Variações são aceitas mas sem fugir da identidade.
- Regras Adicionais:
- Tamanho Mínimo: Nunca usar textos < 12px.
- Fallback Fonts:
 - Se Poppins não estiver disponível, usar Montserrat Medium para títulos.
 - Para texto: Arial Regular (emergência).

3. PAPELARIA CORPORATIVA (MOCKUPS)

Assinatura de E-Mail



Cartão de Visita Digital



Adesivos ou Selos



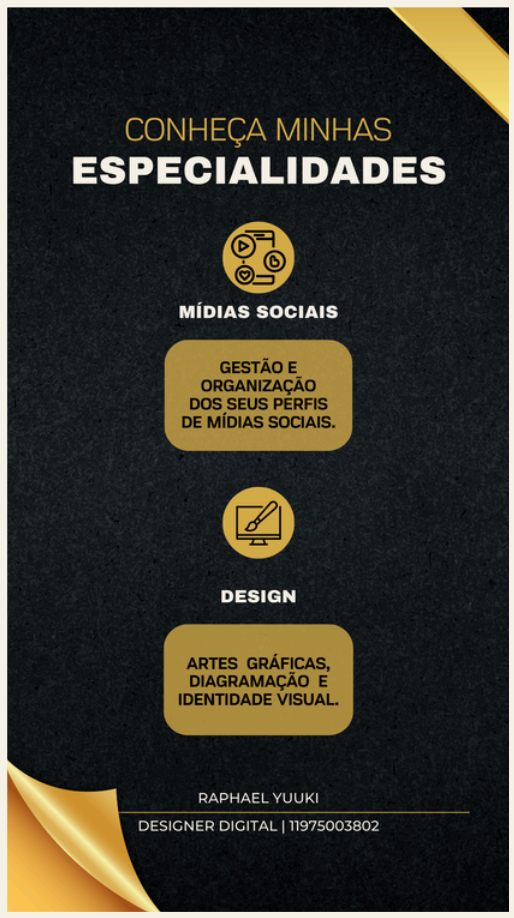
- Logo ou variações.
- Tipografia alinhada ao manual (Poppins/Montserrat).
- Paleta de cores preto, branco, off-white e ouro.
- Espaçamento profissional.
- Informações Essenciais.
- Divulgação da sua imagem/marca.

4. Redes sociais

Post



Storys



Capa Linkedn/ YouTube



Destaques (Ícones)



Hashtags Genéricas para Design:

#IdentidadeVisual
#DesignDigital
#Branding
#LogotipoCriativo
#DesignGrafico
#MarcaProfissional
#DesignQueVende

Hashtags de Tendência (Para Alcance)

#DesignTrends2024
#MarketingDigital
#BrandAwareness
#CriatividadeQueInspira

Hashtags Pessoais

#RaphaelYuukiDesign
#RYDesign
#FeitoPorRY

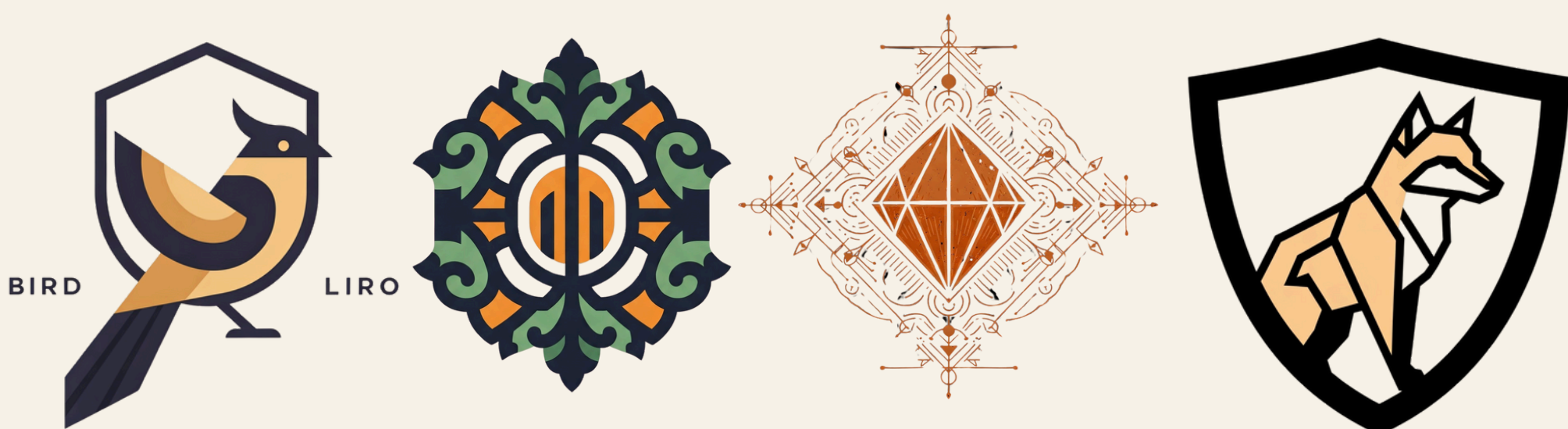
Hashtags para Redes Sociais (Posts/Stories)

#SocialMediaDesign
#PostInstagram
#StoryDestaque
#DesignParaRedes
#ConteudoVisual
#FeedCriativo
#InstagramMarketing

LOGOTIPOS

(MODELOS E EXEMPLOS)

Emblemas



Representação Pictórica (ou Gráfica)



Digital Design



Logotipos Abstratos



ABSTRACT



Monogramas ou Lettermarks



Letras individuais ou Letterforms



Texto ou Wordmarks



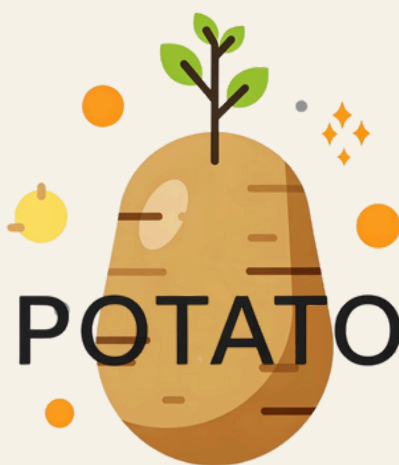
Mascotes



PIZZA LOGO



Combinação de texto e símbolo



Todas essas logos foram criadas por mim apenas como exemplo de cada modelo. Irei criar uma logo única e exclusiva para você, com sua marca e identidade!

1. Emblemas

Até o nome evoca tradição e prestígio. Esses designs resistem ao tempo, presentes desde brasões familiares até insígnias reais de monarcas. Sua estrutura combina tipografia e símbolos – frequentemente em formatos de selos ou escudos –, marcando presença em universidades e instituições governamentais.

Porque usar: Emblemas são memoráveis e conferem um ar de profissionalismo, tradicionalismo e importância à sua marca. Eles também dão a impressão de que a sua empresa existe há muitos anos e de que não irá a lugar nenhum tão cedo.

Exemplos: Starbucks, Stella Artois e BMW.

2. Representação Pictórica (ou Gráfica)

Os logotipos pictóricos usam símbolos gráficos para representar objetos reais, como uma árvore ou uma xícara de café. Eles podem indicar o que a empresa faz (como o play do YouTube) ou referenciar seu nome (como a maçã da Apple).

Porque usar: Representações gráficas são claras e fáceis de lembrar. Se você oferece um serviço específico, uma imagem que represente isso enviará uma mensagem rápida e clara ao seu público. Além disso, a simplicidade do design será bem traduzida quando for necessário redimensionar o logotipo em todos os materiais que levarem a marca, como cartões de visita ou papéis timbrados.

Exemplos: The Rolling Stones, Apple, Shell.

3. Logotipos Abstratos

Os logotipos abstratos são os logotipos conceituais, que fazem o público pensar sobre a perspectiva geral.

Como um logotipo com uma representação gráfica da marca, um logotipo abstrato consiste em apenas um símbolo – mas um que seja feito sob medida para você. Esse tipo de imagem não necessariamente imita um objeto que existe na vida real; ao contrário, é um logotipo exclusivo que foi criado para expressar algo específico sobre a sua marca.

Porque usar: Como um logotipo abstrato não se restringe a um objeto ou a uma imagem do mundo real, há muito espaço de manobra para dizer o que você quiser sobre a sua empresa. Especialmente se ela faz várias coisas distintas, um logotipo abstrato bem pensado pode ser a opção perfeita para você!

Exemplos: Airbnb, Adidas, Pepsi, Microsoft (Windows)

4. Monogramas ou Lettermarks

Pense em abreviaturas. Lettermarks, ou logotipos em monogramas, são logotipos baseados em tipografias que pegam as iniciais de uma empresa e enfeitam um pouco o seu design. O resultado é um logotipo descomplicado, sem frescuras.

Porque usar: Os lettermarks transformam o nome longo da sua empresa em uma identidade de marca identificável. É relativamente fácil criar e colocar esse logotipo em prática, por isso que os monogramas podem ser uma ótima opção se você tem uma empresa nova/pequena que precisa divulgar seu nome.

Exemplos: CNA, IBM, Hewlett-Packard (HP)

5. Letras individuais ou Letterforms

As letras individuais são as mais minimalistas dos logotipos, com uma única letra. Naturalmente, esses logotipos devem ser arrojados e bonitos, já que é difícil para uma única letra transmitir uma mensagem clara. Pense nos Favicons (ícones de “atalhos” ou sites).

Porque usar: É muito fácil dimensionar letras individuais: quando o seu logotipo é apenas uma letra, você pode colocá-lo em qualquer lugar e ele ficará igualmente bonito. E uma letra desenhada com sucesso subconscientemente invoca o nome completo da sua marca na cabeça das pessoas.

Exemplos: McDonald's, WordPress, Yahoo, Netflix

6. Texto ou Wordmarks

Logotipos de texto consistem apenas em texto: nomes de empresas, monogramas ou iniciais. Essencialmente, esses logotipos são apenas o nome da empresa desenhado em algum tipo de fonte específica.

Porque usar: Ninguém precisa tentar adivinhar quando vê um wordmark, é bastante claro qual empresa o logotipo representa. Como o design está todo na representação das letras, esses logotipos são uma das opções mais versáteis e são fáceis de transferir para qualquer material de marketing.

Além disso, se o nome da sua empresa é cativante, essa é a maneira perfeita de destacá-lo e usá-lo como vantagem no seu branding.

Exemplos: Coca-Cola, Uber, SubWay.

8. Mascotes

As mascotes são imagens de uma personagem ou pessoa que agem como uma representação visual da sua empresa. Pense nelas como um “porta-voz” da sua marca: grande parte da sua publicidade será centrada nelas.

Porque usar: As mascotes dão ao seu público aquela sensação de acolhimento, que leva à criação de uma marca distintamente memorável. Além disso, nada agrada mais às crianças do que uma personagem física e tangível com a qual elas possam se identificar.

Exemplos: KFC, Pringles, Pillsbury, Kellogg’s.

9. Combinação de texto e símbolo

Os logotipos de texto e símbolo são compostos de qualquer combinação de imagens e palavras que você escolher; você pode combinar uma letra individual com uma mascote, um monograma com uma imagem abstrata, a combinação que você preferir.

Porque usar: Versatilidade. Com símbolos e letras à sua disposição, você pode usar o seu logotipo para criar uma mensagem da marca clara e memorável. A combinação também possibilita o rebranding: por exemplo, o nome da sua empresa e uma imagem (abstrata ou não), combinados, serão associados como um só, e, eventualmente, seus consumidores verão apenas o símbolo e ainda pensarão imediatamente na sua marca.

Exemplos: Nike, Puma, MasterCard, Toblerone.

Tabela de Preços

Itens Avulsos

Serviço	Preço
Cartão de Visita Virtual (Linktree/Bio Link)	R\$ 80– 100
Post Único (Feed)	R\$30
Story Único	R\$20
Carrossel de Conteúdo (3–5 telas)	R\$ 80-130
Design de Serviços/Preços/Cardápio	R\$ 70
Ícone de Destaque (Unidade)	R\$ 10
Adesivos/Selos (3/5 variações)	R\$ 50
Assinatura de E-mail	R\$ 70
Capa LinkedIn/YouTube	R\$ 70
Portifólio	R\$ 200
Logo (1 conceito)	R\$ 450

Pacotes com Desconto

Pacote	Preço
Pacote Redes Sociais (Pequeno).....	R\$ 200
4 posts + 6 storys (Mensal)	
Pacote Redes Sociais (Médio)	R\$ 450
8 posts + 6 storys + 1 Carrossel de conteúdo (Mensal)	
Pacote Pequeno Negócio	R\$ 650
Logo + Cartão Virtual + Assinatura E-Mail + Capa Linkedn/YouTube	
Identidade Visual Completa	R\$ 1.500
Tudo Incluso na Identidade Visual (Pág. 6 a Pág. 9)	