



ÍNDICE

1

POSICIONAMENTO
DE MARCA

Grupo Determinante	06
Posicionamento	07
Condição de Afinidade	08
Causa de Marca	09
Atitude de Marca	10
Slogan	11
Legenda	12
Brandmap	13

2

EXPRESSÕES
DE MARCA

Logotipo	16
Cores	17
Área de reserva	18
Usos incorretos	19
Grafismos	20
Tipografia	21
Embalagens	22
Aplicações	22

Organizado por:



(48) 3443.6269
emporia.com.br



1

POSICIONAMENTO DE MARCA

Qual espaço a marca deseja ocupar na mente das pessoas para tornar-se mais competitiva? Esta pergunta leva a uma mensagem simples e poderosa, capaz de acessar com mais facilidade a mente das pessoas.

APLI- CAÇÕES

Grafismos e cores devem ser usados com parcimônia em suas aplicações. Dessa forma, as peças ganham unidade sem causarem cansaço por repetição de formas.





GRUPO DETERMINANTE

O perfil dos indivíduos mais interessantes para o crescimento da marca.

O CONSTRUTOR EFICAZ

Os produtos Queveks possuem um forte apelo junto a **compradores conscientes e orientados à produtividade**. Este traço se faz comum no grupo determinante Queveks em especial porque os produtos apresentam um poderoso perfil de custo-benefício. Tais clientes tem **por hábito medir suas decisões de compra “na ponta do lápis”**, promovendo um cenário ideal para a comparação vantajosa em favor da Queveks.

ABERTURA

Aditivos e produtos químicos tem um papel fundamental, porém invisível na construção civil. Esse cenário faz com que o Grupo Determinante **prefira escolhas mais racionais**, permitindo que a Queveks enfrente em pé de igualdade as marcas consagradas nacionalmente.

Perfil Como me sinto?

CONSCIENTE

Postura Como me comporto?

EFICAZ

Motivo O que eu desejo?

PRODUTIVIDADE

Etariedade

25-50

POSICIONA- MENTO

Condição que a marca deve superar para criar afinidade.

ENTREGAR PRODUTOS QUE GEREM MAIOR RESULTADO POR REAL INVESTIDO.

O novo posicionamento compromete-se em **produzir e entregar com agilidade impermeabilizantes e aditivos para argamassa e concreto com o maior desempenho possível sob um custo justo**. Este posicionamento permite que a marca se comunique de modo mais franco e até mesmo desafiador.



APLI- CAÇÕES

Grafismos e cores devem ser usados com parcimônia em suas aplicações. Dessa forma, as peças ganham unidade sem causarem cansaço por repetição de formas.

**NOVA
EMBALAGEM
MESMA
FORMULA**

**QUEVEKS,
FAZ MAIS
COM MENOS!**

0800 48 55 33

QUEVEKS
FÓRMULAS CONCENTRADAS



LIQUIFORT

C28M89Y8K0



LIQUIKAL

C73M35Y2K0



SECA RÁPIDO

C68M0Y46K0



VEDA CONCRETO

C78M81Y0K0



TOP LASTIC

C29M19Y53K0



QUIMIKAL

C5M5Y5K0

CONDIÇÃO DE AFINIDADE

Condição que a marca deve superar para criar afinidade.

TORNAR-SE A MARCA PRÁTICA E SEM “FIRULAS” QUE ESTÁ SEMPRE AO LADO DO CLIENTE.

Sendo uma marca voltada ao “**maior resultado por real investido**”, a Queveks ganha abertura para conversar com os “Construtores Eficazes”. Essa abertura é a franqueza e praticidade avaliada pelo excelente mix de produtos ofertado por preços competitivos. Nesse cenário, a marca se torna um guardião do cliente.

CAUSA DE MARCA

A **motivação** institucional que gera afinidade pelo posicionamento.

AJUDAR CONSTRUTORES A FAZEREM MAIS COM MENOS.

A Queveks quer ajudar o construtor brasileiro a fazer muito mais com muito menos. Essa filosofia está arraigada no posicionamento de marca e nos pontos fortes percebidos em pesquisa. Ela permite que a Queveks se manifeste como uma marca super prática, parceira, franca e sempre vantajosa para quem compra. Isso significa que a causa da marca precisa ser forte o bastante para retroalimentar este comportamento. Por isso, “Ajudar construtores a fazerem mais com menos” se torna parte do combustível moral dentro e fora da empresa, dos processos produtivos ao atendimento.

EMBA-LAGENS

É um dos principais pontos de contato da marca. Sua unidade deve ser respeitada como elemento de fortalecimento de sua imagem e identificação rápida pelo consumidor.



VEDA REBOCO C2M59Y92K0

A embalagem busca evidenciar as principais informações necessárias, munidas de todo o arcabouço da identidade visual: fontes, grafismos, cores. O laranja da Queveks é a cor-base da embalagem, isso deve sempre ser respeitado.

A partir disso, uma paleta de cores específicas serve para diferenciar um produto de outro, e eles seguem conforme página seguinte.

TIPO- GRAFIA

Assim como o logotipo, a tipografia tem importância relevante na comunicação da marca.

Principal

INTEGRAL OTF

1234567890!@#\$\$%^&*+;)
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Complementar

Klavika

1234567890!@#\$\$%^&*+;)
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

QUEM CONSTRÓI COM QUEVEKS, FAZ MAIS COM MENOS.

Os produtos Queveks aumentam a produtividade em todos os estágios da obra. São Impermeabilizantes e Resinas que multiplicam a eficiência do seu concreto e argamassa em cada aplicação. Ao usar matérias-primas selecionadas e em quantidades generosas, nossos produtos rendem mais. Essa é a nossa famosa fórmula concentrada! Bem-vindo à Queveks: nosso negócio é pegar pesado na obra, pra você pegar leve nos custos!

Principal e complementares: Em nosso caso, a tipografia Clarika Geometric garante a seriedade e modernidade ao texto. Além de ser versátil e com uma vasta família, ela possibilita diversas entonações ao texto, sem perder a

personalidade da marca. Demais tipografias servem para títulos e citações especiais.

ATITUDE DE MARCA

Qual atitude a marca deve manifestar para carregar sua causa e estabelecer afinidade com o grupo determinante?

O RESOLVEDOR

ArquétipoComportamento universal

PRESTATIVO

Idade

45

PerfilComo me sinto?

EFICAZ

Tom de voz

Casual
Irreverente
Pessoal
Provocador

EneatipoComportamento pessoal

PERFECCIONISTA

PosturaComo me comporto?

PROATIVO

MotivoO que eu desejo?

AJUDAR

Temas preferidos

Construção
Produtividade
Engenharia
Colaboração

Ao assumir a personalidade do **resolvedor**, a Queveks preserva seu perfil amigável e disponível tão louvado por seus clientes. Além disso, esta atitude de marca cria um novo norte para parametrizar também outros fronts de

comunicação, alinhando todos os pontos de contato sob o tom de voz de um cara que, não importa o desafio, sempre tem a melhor solução para o caso!

SLOGAN

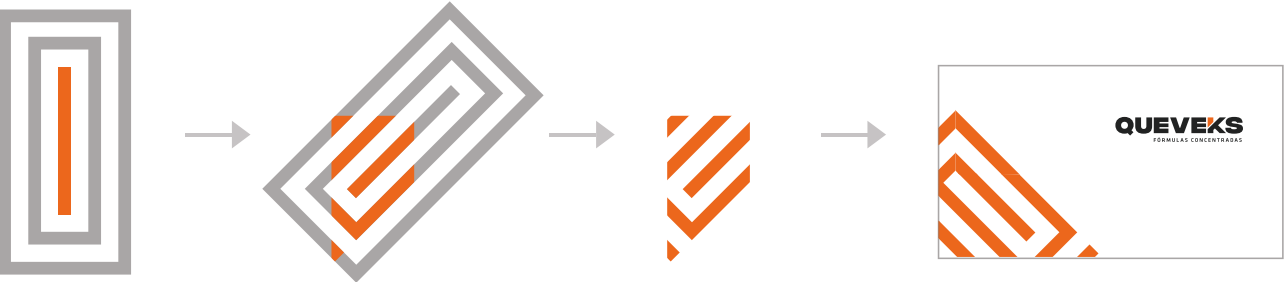
O slogan sintetiza o posicionamento facilitando a participação do interlocutor.

FAZ MAIS
COM
MENOS.

A causa da marca possui um forte apelo comercial e, portanto, é evidenciada de modo provocativo no slogan da marca. Assim, assumindo a bandeira do “Maior e melhor resultado por real investido”, a Queveks apresenta um diferencial competitivo universalmente atraente em qualquer ponto de contato que se faça necessário.

GRAFISMOS

Grafismos servem para fortalecer a presença das expreesões visuais da marca, e funcionam em conjunto com as cores e o logotipo.



Possibilidades:

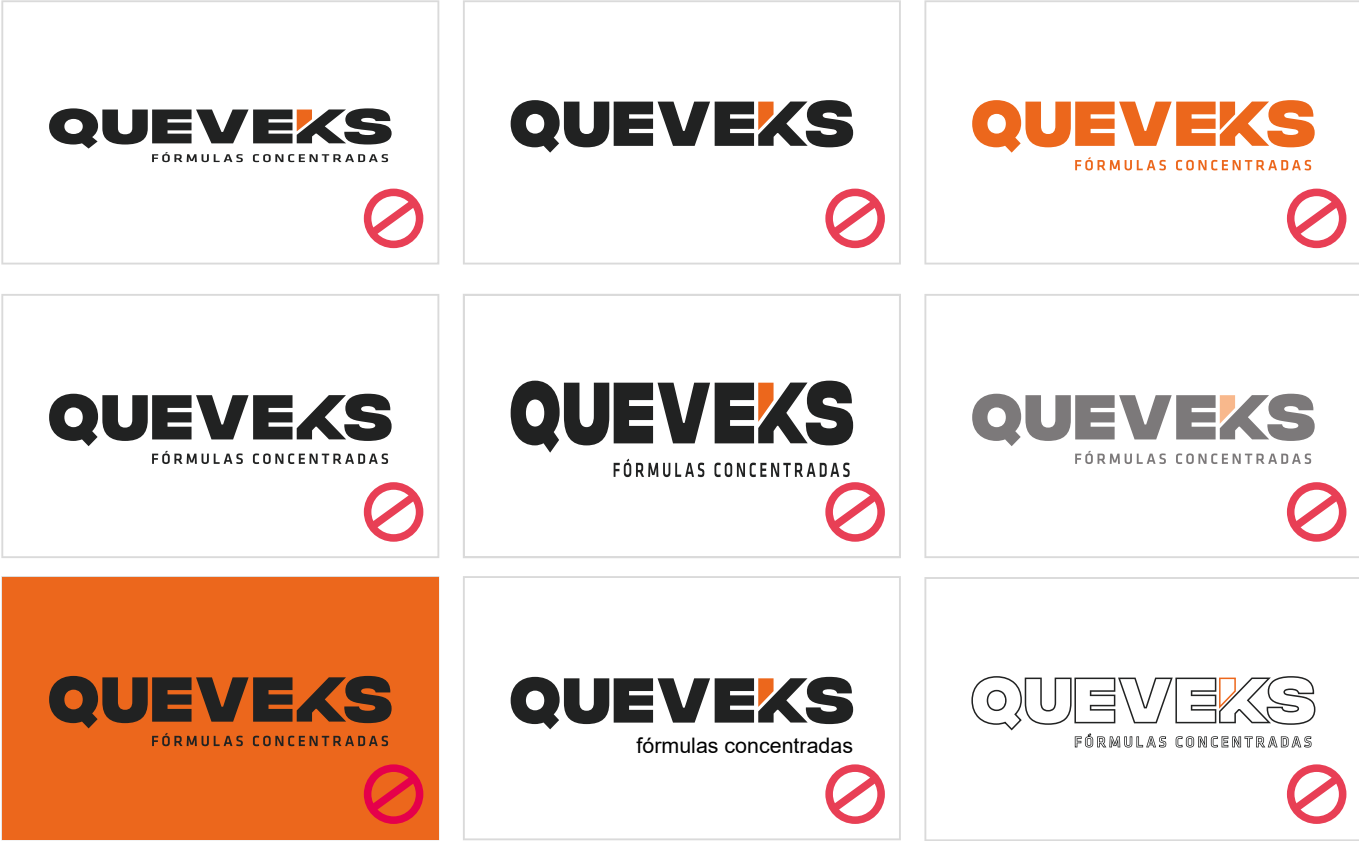


Os grafismos partem da representação minimalista de um tubo de ensaio, sintetizado por um retângulo. Envolvendo este primeiro, um segundo retângulo representa a fórmula e um terceiro é a concentração. Isso tudo é colocado num

ângulo de 45°, em seguida mascarado pela forma do logo. Dessa forma o grafismo pode prosseguir como um desenho contínuo desse processo, permitindo várias possibilidades.

USOS INCORRETOS

Diferentes áreas para a aplicações do logotipo podem sugerir um uso incorreto do mesmo.



É preciso se atentar a algumas regras para manter um padrão. O logotipo não pode ser distorcido; desmembrado; inclinado; e algumas outras ações também devem ser evitadas, conforme indicado acima.

LEGENDA

A Legenda busca estabelecer uma leitura bastante objetiva da oferta da marca, eliminando a necessidade de maiores explicações ou desambiguação da função do espaço.

FÓRMULAS CONCENTRADAS.



Para justificar de modo objetivo que a marca cumpre o que promete, a legenda traz um argumento sólido e pragmático. Ela ressalta que os produtos Queveks entregam “Mais com menos” porque são, de fato, mais concentrados. Essa frase

subentende que os produtos possuem matéria-prima de melhor qualidade ou em quantidade maior, bem como uma composição mais avançada e eficaz que seus concorrentes.

BRANDMAP

Canvas estratégico para referência prática das etapas mais relevantes do BrandCast®.



Causa

Ajudar construtores a fazerem mais com menos.

Posicionamento

ENTREGAR PRODUTOS QUE GEREM MAIOR RESULTADO POR REAL INVESTIDO.

Legenda

Fórmulas concentradas.

Slogan

Faz mais com menos.

Perfil

Consciente

Postura

Eficaz

Motivo

Produtividade

Grupo determinante

O CONSTRUTOR EFICAZ

Os produtos Queveks possuem um forte apelo junto a compradores conscientes e orientados a produtividade. Tais clientes tem por hábito medir suas decisões de compra “na ponta do lápis”, promovendo um cenário ideal para a comparação vantajosa em favor da Queveks.

Atitude de marca

O RESOLVEDOR

Ao assumir a personalidade do **resolvedor**, a Queveks preserva seu perfil amigável e disponível tão louvado por seus clientes. Além disso, esta atitude de marca cria um novo norte para parametrizar também outros fronts de comunicação, alinhando todos os pontos de contato sob o tom de voz de um cara que, não importa o desafio, sempre tem a melhor solução para o caso!

Perfil

Eficaz

Postura

Proativo

Motivo

Ajudar

Eneatipo

Perfeccionista

Arquétipo

Prestativo

ÁREA DE RESERVA

Área para aplicação do logotipo evitando ruídos de figuras próximas.



É preciso que se obedeça uma área de reserva ao redor do logotipo para que nenhum outro elemento interfira na sua comunicação. Por padrão, pode ser usado o tamanho da altura da letra “Q”, indicado na figura acima, como a proporção “x”.

CORES

Cores onde o logotipo pode ser aplicado sem incongruência com a identidade visual.



Branco
#ffffff



Preto
Pantone® Black C
C75M65Y60K77
R37G38B38
#252626



Laranja
Pantone® 1505 C
COM70Y94K0
R255G102B0
#ff6600

Em materiais institucionais, a marca pode ser aplicada sobre três principais tipos de fundo. Demais cores fazem parte do Sistema de Identidade de Embalagem e são explicados na seção Embalagens deste manual (pág. 22).



2

EXPRESSÕES DE MARCA

As expressões de marca contemplam toda a estrutura visual e textual onde a marca será percebida. Logo, é preciso que haja uma harmonia e padronização em todas as peças, para que o conjunto transmita o posicionamento de forma adequada.

Expressões de Marca

LOGOTIPO

O logotipo é o principal elemento que une a nossa marca e transmite nosso posicionamento.

QUEVEKS
FÓRMULAS CONCENTRADAS

Essa aplicação deve ser sempre priorizada. O não uso dessa versão é válido somente em casos de impedimentos técnicos.

Manual de Marca **Queveks**