

TERRITÓRIO DE MARCA

Outubro, 2020

pedeped



Bem-vindo

Este guia possui as orientações e os regramentos dos elementos que compõem a marca da Pedeped.

Os direcionamentos de estratégia, identidade verbal e identidade visual irão proporcionar o diálogo com o público e fazer com que a nossa mensagem seja transmitida de forma clara, assertiva e inspiradora através da comunicação.



pedeped

ESTRATÉGIA

Propósito
Posicionamento
Target
Promessa
Personalidade

IDENTIDADE VERBAL

Mensagem
Tom de voz
Resumo

IDENTIDADE VISUAL

Logo
Cores
Tipografia
Ícones
Grafismo
Imagens
Boas práticas

ESTRATÉGIA

A plataforma da marca reúne os elementos-chave da nossa marca e orienta todas as suas expressões. Ela serve para diferenciar a nossa marca no mercado, alinhar as ações e peças da comunicação e facilitar a nossa apresentação para os diversos públicos.

PROPÓSITO
POSICIONAMENTO
TARGET
PROMESSA
PERSONALIDADE

PORQUE QUE A MARCA EXISTE

**Transformar o mercado,
empoderando negócios
e pessoas**

PROPÓSITO
POSICIONAMENTO
TARGET
PROMESSA
PERSONALIDADE

O QUE OFERECEMOS DE ÚNICO NO MERCADO

**Uma plataforma inteligente,
completa e flexível de compra,
venda e gestão que permite que
negócios e consumidores façam
os melhores negócios, do seu jeito**

PROPÓSITO
POSICIONAMENTO
TARGET
PROMESSA
PERSONALIDADE

PARA QUEM A NOSSA MARCA É INDISPENSÁVEL?

**Pequenos e médios negócios
que pedem mais apoio e ajuda
em suas jornadas, e consumidores
que gostam de fazer as
escolhas do seu jeito**

PROPÓSITO
POSICIONAMENTO
TARGET
PROMESSA
PERSONALIDADE

O QUE DE MAIS INSPIRADOR E PERSUASIVO PODEMOS
COMUNICAR SOBRE A MARCA.

Juntos de quem pede mais

PROPÓSITO
POSICIONAMENTO
TARGET
PROMESSA
PERSONALIDADE

SE NOSSA MARCA FOSSE UMA PESSOA, QUAIS SERIAM
AS SUAS CARACTERÍSTICAS?

Parceira
Inteligente
Agilizada
Desafiadora

Foram definidos propósito, posicionamento, target, promessa e personalidade da marca.

Esses conteúdos foram articulados em uma narrativa autêntica, relevante e diferenciada para conquistar a preferência de nossos clientes.

PROPÓSITO

Transformar o mercado, empoderando negócios e pessoas

Porque que a marca existe

POSICIONAMENTO

Uma plataforma inteligente, completa e flexível de compra, venda e gestão que permite que negócios e consumidores façam os melhores negócios, do seu jeito

O que oferecemos de único no mercado

TARGET

Pequenos e médios negócios que pedem mais apoio e ajuda em suas jornadas, e consumidores que gostam de fazer as escolhas do seu jeito

Para quem a nossa marca é indispensável?

PROMESSA

Juntos de quem pede mais

O que de mais inspirador e persuasivo podemos comunicar sobre a marca.

PERSONALIDADE

Parceira, agilizada, inteligente, desafiadora

Se nossa marca fosse uma pessoa, quais seriam as suas características?

IDENTIDADE VERBAL

A identidade verbal guia todo conteúdo que a gente produz em nome da Pedeped. É a nossa leitura criativa das diretrizes estratégicas

É o fio condutor da expressão de uma marca em comunicação institucional, promocional, endomarketing, conteúdo, atendimento, UX writing, URA, microcopy, B2E, press release, etc.

MENSAGEM
TOM DE VOZ

**Identidade verbal:
o cruzamento entre
mensagem e tom de voz.**

MENSAGEM
TOM DE VOZ

Identidade verbal: o cruzamento entre **mensagem** e tom de voz.

Sobre o que nossa marca fala.
Direciona a produção de conteúdo.

MENSAGEM
TOM DE VOZ

Identidade verbal: o cruzamento entre mensagem e tom de voz.

Como nossa marca fala.
Direciona a forma como escrevemos.

MENSAGEM
TOM DE VOZ

PORQUE NOSSA PROMESSA É:

Juntos de quem pede mais.

A mensagem da nossa marca é:

**Quem pede
pode mais.**

MENSAGEM
TOM DE VOZ

NOSSA MENSAGEM

Quem pede pode mais.

Porque nossa promessa de marca é "juntos de quem pede mais", a moral das nossas histórias tem que ensinar que pedir é o primeiro passo para se empoderar ainda mais. Seja do lado de quem vende, com mais suporte e informações do cliente, ou do lado de quem compra, com mais personalização e proximidade com a sua realidade.

Nossa comunicação quer mostrar para todo mundo envolvido nessa cadeia que pedir vai muito, muito além de tão somente o pedido. Para a Pedeped, pedir é se empoderar.

MENSAGEM
TOM DE VOZ

EXEMPLO - B2B

Troque aquele app de pedidos pelo parceiro que o seu negócio sempre pediu.

A Pedeped acredita que participar do seu negócio tem que ser mais do que levar uma porcentagem do seu negócio.

Parceria de verdade pede suporte próximo, acesso a dados de clientes e consultoria de negócios em uma plataforma só.

MENSAGEM
TOM DE VOZ

EXEMPLO - B2C

Pedeped nasceu pra ser tudo o que você sempre pediu.

Da pizzaria ao pet shop, da caixa de bebidas
à caixa de remédios: pensou em pedir e ser atendido
como você merece? Pedeped.

MENSAGEM
TOM DE VOZ

EXEMPLO - B2B

Aqui, todo mundo sai pedindo e todo mundo sai ganhando.

Pedeped é a primeira plataforma verdadeiramente completa para ajudar seu negócio a chegar até onde ele merece.

E é completa de verdade porque começa assim: sendo bom pra todo mundo que pede mais.

MENSAGEM
TOM DE VOZ

EXEMPLO - B2C

**Quando você se pergunta
"será que eu posso mais?"
a resposta é sempre sim!**

Pode pedir!

Pedir pra ser do seu jeito, pedir pra ser mais e melhor do que todo mundo faz na hora de entregar os seus pedidos.

Pra gente, seu pedido é um prazer.

MENSAGEM
TOM DE VOZ

PORQUE NOSSA PERSONALIDADE É:

Parceira, agilizada, inteligente, desafiadora

O tom de voz da nossa marca:

**Pede atitude,
pede atenção,
pede agilidade.**

MENSAGEM
TOM DE VOZ

NOSSO TOM DE VOZ

Pede atitude

Tem coragem pra mostrar a que veio.

A gente teve atitude pra chegar chegando em um segmento como o nosso e pede muita atitude nos parceiros que topam vir com a gente. Por isso, nosso texto pede atitude em tudo o que fala. O que isso quer dizer? Que nosso texto sempre precisa de presença antes de qualquer coisa. Mostrar a que veio e até onde vai. Nossa palavra incentiva a pedir sempre, sempre mais.

Na hora de escrever

1. A voz ativa traz protagonismo.
2. O modo imperativo incentiva.
3. A repetição transmite certeza.
4. A pontuação demonstra firmeza.
5. A comparação nos coloca no jogo.

MENSAGEM TOM DE VOZ

EXEMPLO - B2B

**Seu negócio pede mais,
seu negócio pode mais.**

O segredo pra fechar as contas é ter com quem contar.
Conte com a Pedeped do começo ao fim da sua venda.

EXEMPLO - B2C

**Quando o jantar de sexta-feira
pede mais, Pedeped!**

Compare preços, receba sugestões e acumule pontos
pra fazer o seu pedido ir muuuito além do pedido.

MENSAGEM TOM DE VOZ

EXEMPLO - B2B

Quando você escolhe o Pedeped, você escolhe.

Escolhe como usa o nosso canal de vendas, escolhe se quer ajuda nos insumos e nas finanças, escolhe o que quer saber sobre o seu consumidor.

Pode pedir, no Pedeped a escolha é sua.

EXEMPLO - B2C

Fim do mês pede uma promoção!

Apertou a fome mas o bolso tá apertado?
Sem problemas. Pede um Pedeped que o desconto de hoje é especial: é pensado pra você!

MENSAGEM
TOM DE VOZ

EXEMPLO - B2B

**Entre o app de sempre
e o do bigode, peça mais.**

Pedeped é seu parceiro pra todo momento
que seu negócio enfrenta.

EXEMPLO - B2C

**Se é bom pra todo mundo,
é ótimo pra gente.**

Bom pra você, bom pro estabelecimento
e bom pro entregador. Na Pedeped,
todo mundo pede e todo mundo sai ganhando.

MENSAGEM
TOM DE VOZ

EXEMPLO - B2B / B2C

**Se a empresa pede, a gente ajuda.
Se o cliente pede, a gente entrega.**

É daí que vem a ideia que faz a Pedeped tão especial:
só é bom quando é bom pros dois lados!

MENSAGEM
TOM DE VOZ

NOSSO TOM DE VOZ

Pede atenção

Usa a empatia para construir parceria.

A diferença entre ser mais um app de delivery e uma plataforma que ajuda no negócio como um todo é a parceria a todo momento. E isso vai pro nosso texto através de escuta, de compreensão, de um jeito empático e prestativo de se oferecer para ajudar. Nosso texto pede cuidado porque cuidar é o primeiro passo para entender o que mais nossos parceiros estão pedindo por aí.

Na hora de escrever

1. A sinceridade humaniza nosso texto.
2. A pergunta é um artifício que aproxima.
3. Adaptar a fala mostra que compreendemos.
4. A interação ao falar é sinônimo de cuidar.
5. Sonhar junto é o início para sonhar grande.

MENSAGEM
TOM DE VOZ

EXEMPLO - B2B

Parceiro dos pequenos restaurantes que pensam grande.

O futuro é de quem sonha grande. Para chegar lá,
seu restaurante agora tem com quem contar.

EXEMPLO - B2C

Você pediu um app que compara os preços, a Pedeped entregou.

Seu pedido chegou! Agora você pode comparar
os preços antes de decidir onde comprar
comida, remédios, fraldas e artigos pro seu pet.

MENSAGEM
TOM DE VOZ

EXEMPLO - B2B

Dúvidas sobre o fluxo de caixa? Pede ajuda.

Pedeped é seu parceiro pra todo momento que seu negócio enfrenta.

EXEMPLO - B2C

Quando sua vida pede mais, é só pedir que a gente atende.

Acabou a fralda na hora de trocar?
Acabou o remédio quando bateu a dor?
Agora, você tem com quem contar.

MENSAGEM TOM DE VOZ

EXEMPLO - B2B

Seus clientes estão pedindo mais!

A gente viu aqui que seu estabelecimento recebeu algumas avaliações negativas nas últimas semanas.

Por isso, fizemos uma avaliação e pensamos em algumas dicas para ajudar o seu negócio a poder muito, muito mais.

EXEMPLO - B2C

Quem pede no Habib's tem direito a 3 pedidos!

Bateu vontade de esfiha, pizza e kibe cremily?
Pede no Habib's e acumule pontos!

MENSAGEM
TOM DE VOZ

NOSSO TOM DE VOZ

Pede agilidade

Está sempre pronto pra trazer a resposta.

Ser ágil na fala é mais do que simplesmente ser rápido. É sobre timing, sobre o momento certo para trazer a resposta certa. Sobre, com inteligência e agilidade, dizer o que todo mundo estava esperando ser dito - de um jeito que ninguém esperava. Um texto que pede agilidade pede precisão e surpresa, fluidez e encantamento.

Na hora de escrever

1. Quanto menos palavras, melhor.
2. Nosso nome joga a favor do nosso texto.
3. O timing perfeito é meio caminho andado.
4. A noção de ação/reação fortalece nossa fala.
5. A versatilidade é uma forma de agilidade.

MENSAGEM TOM DE VOZ

EXEMPLO - B2B

Quem entrega também pode pedir.

A gente acredita que ser parceiro de quem faz é o primeiro passo para deixar todo mundo feliz. Por isso, pode pedir, pode sugerir, pode falar. A gente está aqui pra te ouvir.

EXEMPLO - B2C

Pede no app, pede no zap, pede no site, Pedeped!

Quem pede mais, pode pedir de onde quiser com a certeza de que a gente vai atender.

MENSAGEM
TOM DE VOZ

EXEMPLO - B2B

Seu negócio pede mais? Pedeped.

Escolha o parceiro que é parceiro
de verdade do seu negócio.

EXEMPLO - B2C

Pedir mais por menos é um direito seu!

Chega dos apps que não entregam o que prometem.
Pedeped chegou pra ser tudo o que você pediu.

MENSAGEM
TOM DE VOZ

EXEMPLO - B2B

O pet shop Meu Bichinho pediu mais, a Pedeped entregou.

A Pedeped é parceira dos pequenos e médios estabelecimentos que estão prontos pra crescer ainda mais.

EXEMPLO - B2C

O Jorge pediu mais, a Pedeped entregou.

A Pedeped é a plataforma de quem espera muito mais do seu app de pedidos.

MENSAGEM
TOM DE VOZ

MENSAGEM

Quem pede pode mais.

TOM DE VOZ

Pede atitude,
Tem coragem pra mostrar a que veio

Pede atenção,
Usa a empatia para construir parceria

Pede agilidade.
Está sempre pronto pra trazer a resposta

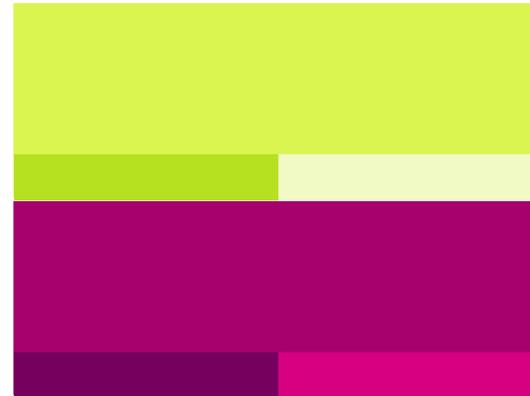
IDENTIDADE VISUAL

A identidade visual reúne todos os elementos que formam o universo da nossa marca desde o logo e até os componentes formados a partir dele, como cores, tipografia e fotografia.

Esses elementos juntos ajudam a expressar visualmente a personalidade da marca para as diferentes necessidades da comunicação

pedeped

LOGO



CORES

Familia Averta
Abcdefghijlmno

Família Cervo Neue
Abcdefghijklmn1234567

TIPOGRAFIA



SEU NEGÓCIO
PEDE MAIS,
SEU NEGÓCIO
PODE MAIS.

DÚVIDAS SOBRE
O FLUXO DE CAIXA?
PEDE AJUDA.

ÍCONES E ELEMENTOS DE APOIO



ESTILO FOTOGRÁFICO



ESTILO GRÁFICO

LOGO

CORES

TIPOGRAFIA

ÍCONES

ELEMENTOS DE APOIO

IMAGENS

ESTILO GRÁFICO

O nosso logo é o principal elemento da identidade visual. Ele expressa os atributos da marca e reforça o aspectos de nossa personalidade: **Inteligente, versátil, desafiadora.**

Por se um ambigrama, o logo pode ser lido de todas as direções, além de possibilitar o movimento que traz flexibilidade e dinamismo para a comunicação.



LOGO

CORES

TIPOGRAFIA

ÍCONES

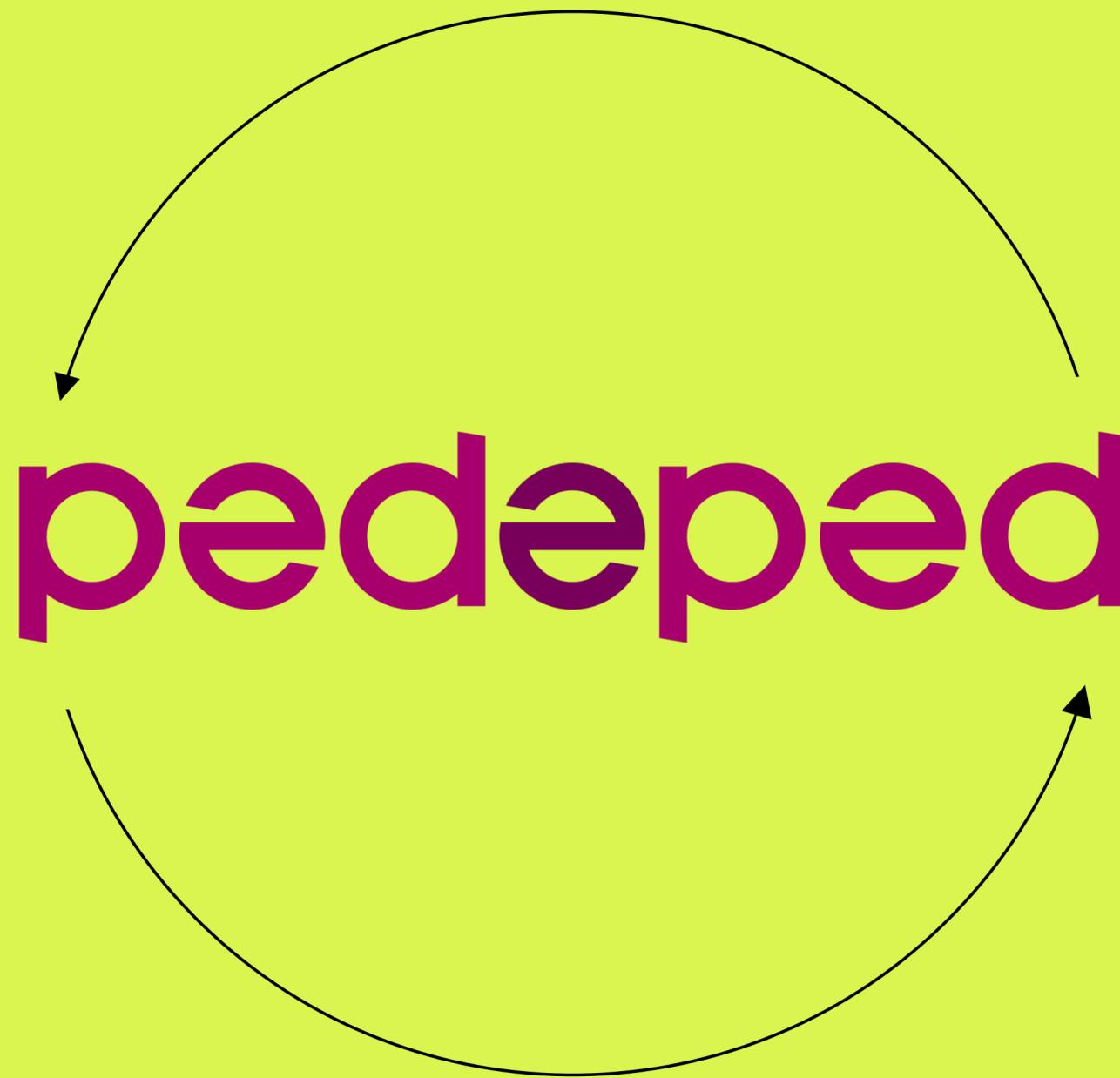
ELEMENTOS DE APOIO

IMAGENS

ESTILO GRÁFICO

O movimento reforça o conceito de convergência, de uma marca agilizada e dinâmica.

Representa um marketplace focado na parceria inteligente e flexível, não apenas centrado no estabelecimento comercial, mas também no cliente final. Conceito esse, que inspira todo o discurso gráfico da identidade.



pedeped

LOGO

CORES

TIPOGRAFIA

ÍCONES

ELEMENTOS DE APOIO

IMAGENS

ESTILO GRÁFICO

Os detalhes do logo trazem uma sensação de dinamismo e movimento, representando a agilidade dos nossos processos.



- LOGO
- CORES
- TIPOGRAFIA
- ÍCONES
- ELEMENTOS DE APOIO
- IMAGENS
- ESTILO GRÁFICO

Essas são as versões de logo disponíveis para aplicação: completa, e a versão reduzida, que podemos considerar como símbolo da marca.

O logo de Pedeped é o elemento protagonista da identidade. Sua aplicação é sempre em destaque, assim como a versão reduzida assume um papel estético importante, sendo utilizado com elemento gráfico nas peças de comunicação.

VERSÕES DE LOGO



VERSÃO COMPLETA



VERSÃO REDUZIDA / SÍMBOLO

LOGO

CORES

TIPOGRAFIA

ÍCONES

ELEMENTOS DE APOIO

IMAGENS

ESTILO GRÁFICO

Versões de cor do logo:

A versão preferencial colorida é a versão sobre o fundo limão Pedeped e versão secundária é a versão negativa sobre o violeta Pedeped.

VERSÕES COLORIDAS



VERSÃO POSITIVA PREFERENCIAL



VERSÃO NEGATIVA SECUNDÁRIA

LOGO

CORES

TIPOGRAFIA

ÍCONES

ELEMENTOS DE APOIO

IMAGENS

ESTILO GRÁFICO

VERSÃO TONS DE CINZA



As versões em tons de cinza ou em 1 cor devem ser utilizadas apenas quando houver uma limitação técnica ou for impossível a aplicação das versões coloridas do logo.

VERSÃO 1 COR



- LOGO
- CORES
- TIPOGRAFIA
- ÍCONES
- ELEMENTOS DE APOIO
- IMAGENS
- ESTILO GRÁFICO

Para garantir a integridade de nossa marca, foi estabelecida uma área mínima de reserva.

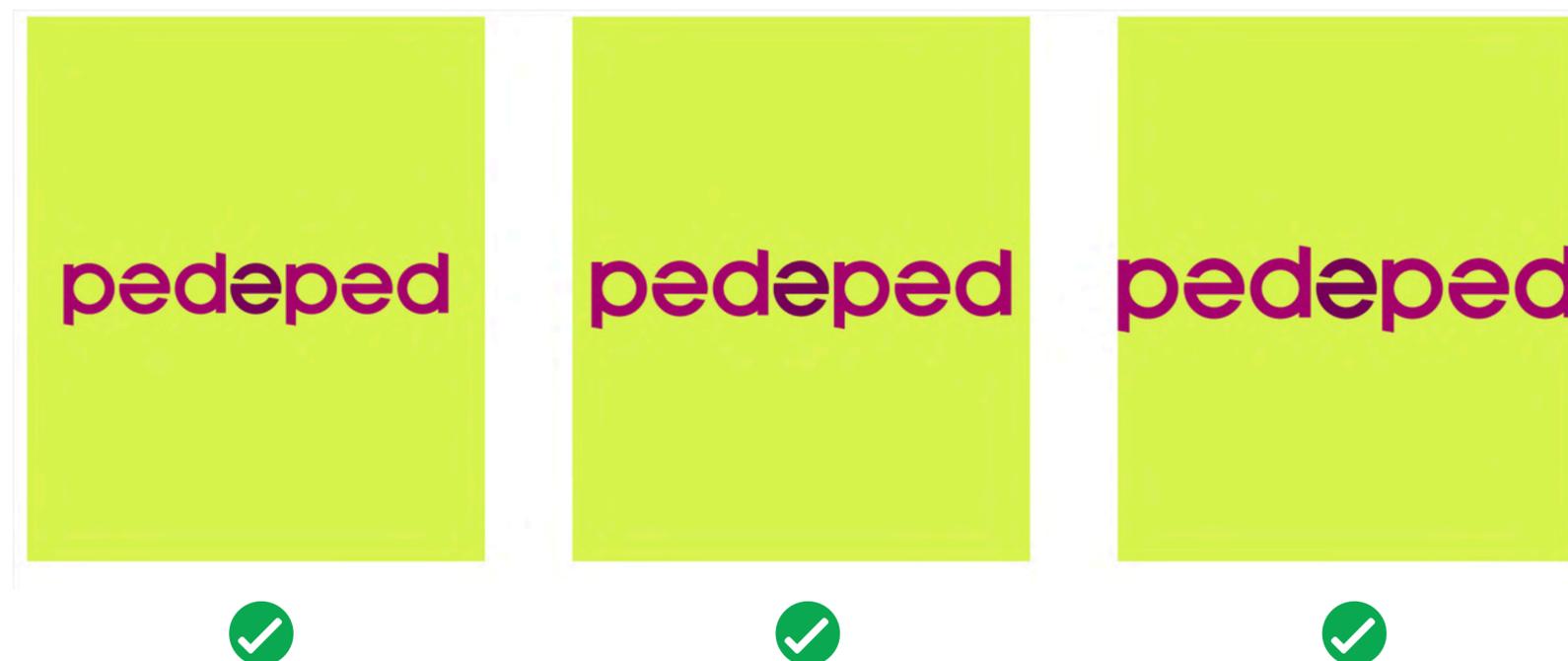
A área de reserva é feita a partir da metade da largura da letra "E" de nosso logo.

Para algumas aplicações, é permitido aplicar a marca horizontalmente nos limites do layout, reforçando o protagonismo deste elemento visual na comunicação.

ÁREA DE RESERVA



APLICAÇÃO HORIZONTAL



LOGO

CORES

TIPOGRAFIA

ÍCONES

ELEMENTOS DE APOIO

IMAGENS

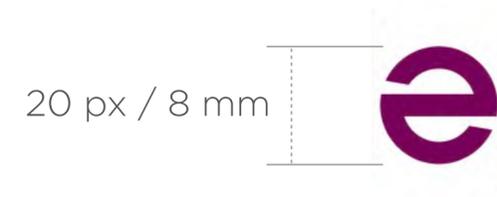
ESTILO GRÁFICO

Foi estabelecido também um limite máximo de redução para aplicações menores.

Podemos ver ilustrados ao lado os limites de redução para as versões completa e reduzida do logo de Pedeped.

As medidas em **pixels** correspondem às aplicações digitais e as medidas em **milímetros** para as aplicações impressas.

REDUÇÃO MÁXIMA



LOGO

CORES

TIPOGRAFIA

ÍCONES

ELEMENTOS DE APOIO

IMAGENS

ESTILO GRÁFICO

O logo deve ser aplicado preferencialmente sobre as cores principais, garantindo assim o contraste e a leitura ideal.

Também pode ser aplicado sobre fundos decores neutras: branco, tons de cinza e preto, mas sempre como aplicação restrita.

Quando utilizado sobre imagens, deve ser aplicado em áreas com o máximo de uniformidade cromática para garantir a legibilidade.

APLICAÇÃO SOBRE FUNDOS

		Preferencial
		Secundário
		Uso restrito

- LOGO
- CORES
- TIPOGRAFIA
- ÍCONES
- ELEMENTOS DE APOIO
- IMAGENS
- ESTILO GRÁFICO

Veja alguns exemplos do que não fazer com o nosso logo. Estas regras garantem a consistência e legibilidade e devem ser respeitadas em todas as versões do logo da Pedeped.

USOS INCORRETOS



Não distorcer



Não alterar as cores institucionais



Não usar outras tipografias



Não utilizar o logo sobre fundos de cor que não sejam as cores institucionais.



Não aplicar efeitos de sombra



Não aplicar efeitos de gradiente



Não alterar os espaços entre as letras



não utilizar o logo sobre fundos fotográficos que prejudiquem a leitura da marca

- LOGO
- CORES**
- TIPOGRAFIA
- ÍCONES
- ELEMENTOS DE APOIO
- IMAGENS
- ESTILO GRÁFICO

As nossas cores nos ajudam criar reconhecimento e manter a consistência na linguagem da marca.

A paleta cromática da Pedeped é formada por duas cores principais: o Limão e o Violeta e suas respectivas variações.

O branco, tons de cinza e o preto também complementam as cores das marca.

CORES PRINCIPAIS



- LOGO
- CORES**
- TIPOGRAFIA
- ÍCONES
- ELEMENTOS DE APOIO
- IMAGENS
- ESTILO GRÁFICO

As cores devem ser utilizadas e reproduzidas seguindo as especificações técnicas ao lado.

CÓDIGOS CROMÁTICOS

Limão 1

CMYK 25 0 100 0
RGB 218 245 80
#DAF551
PANTONE 381C

Limão 2

CMYK 5 0 35 0
RGB 243 250 198
#F3FBC6
PANTONE 372C

Limão 3

CMYK 45 0 90 0
RGB 181 226 36
#B5E224
PANTONE 367C

Violeta 1

CMYK 38 100 0 0
RGB 167 0 110
#A7006E
PANTONE 2415C

Violeta 2

CMYK 0 95 0 0
RGB 215 0 129
#D70081
PANTONE 219C

Violeta

CMYK 53 100 5 20
RGB 120 0 90
#78005A
PANTONE 512C

Cinza 1

CMYK 0 0 0 20
RGB 210 210 210
#D2D2D2
PANTONE Cool Gray 2C

Cinza 2

CMYK 0 0 0 35
RGB 178 178 178
#B2B2B2
PANTONE Cool Gray 5C

Cinza 3

CMYK 0 0 0 55
RGB 145 145 145
#919191
PANTONE Cool Gray 8C

Cinza 4

CMYK 0 0 0 75
RGB 0 84 166
#646464
PANTONE Cool Gray 10C

Preto

CMYK 0 0 0 100
RGB 0 0
#000000
PANTONE BLACK C

- LOGO
- CORES
- TIPOGRAFIA**
- ÍCONES
- ELEMENTOS DE APOIO
- IMAGENS
- ESTILO GRÁFICO

A tipografia é um elemento essencial de nosso sistema visual e as famílias tipográficas escolhidas proporcionam padrões gráficos exclusivos, o que trazem personalidade para a comunicação de caráter permanente.

A família **Cervo Neue** é a tipografia utilizada para as chamadas principais e a **Averta** pode ser usada para subtítulos, destaques e massas de texto.

TIPOGRAFIAS PRINCIPAIS

CERVO NEUE LIGHT

Averta light

CERVO NEUE REGULAR

Averta book

CERVO NEUE BOLD

Averta bold

TIPOGRAFIA DE SISTEMA

Arial regular
Arial bold

Para usos em e-mails, apresentações e materiais onde que a utilização de uma tipografia de sistema é necessária, a fonte a ser usada é a Arial bold / regular.

Roboto light
Roboto bold

Para utilização em apps ou interfaces digitais, recomendamos a tipografia opens source Roboto e suas variações.

- LOGO
- CORES
- TIPOGRAFIA**
- ÍCONES
- ELEMENTOS DE APOIO
- IMAGENS
- ESTILO GRÁFICO

A tipografia é um elemento essencial de nosso sistema visual e as famílias tipográficas escolhidas proporcionam padrões gráficos exclusivos, o que trazem personalidade para a comunicação de caráter permanente.

A família **Cervo Neue** é a tipografia utilizada para as chamadas principais e a **Averta** pode ser usada para subtítulos, destaques e massas de texto.

Cervo Neue
Chamada principal

Averta
Texto de apoio



- LOGO
- CORES
- TIPOGRAFIA
- ÍCONES**
- ELEMENTOS DE APOIO
- IMAGENS
- ESTILO GRÁFICO

Os ícones são elementos visuais de suporte que podem nos ajudar na construção das peças de comunicação. Podem ser utilizados tanto para reforçar uma informação como um elemento de apoio estético.

Nossos ícones são inspirados nas formas geométricas que compõem o nosso estilo gráfico.

Devem ser aplicados utilizando as cores de nossa paleta cromática.

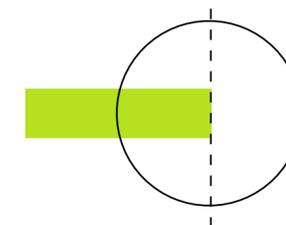
ÍCONES



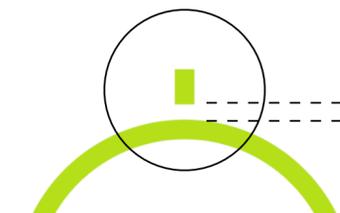
Algumas características dos nossos ícones:



1. Formas geométricas



2. Linhas com cantos retos



3. Espaços entre as linhas

- LOGO
- CORES
- TIPOGRAFIA
- ÍCONES
- ELEMENTOS DE APOIO
- IMAGENS
- ESTILO GRÁFICO

Alguns exemplos de como podemos utilizar os nossos ícones.



SEU PEDPEDIDO ESTÁ A CAMINHO.

Você pediu, a gente atendeu: o prazo estimado é de 30 minutos até aí.



SEU PEDEPED CHEGOU!

Avalie seu Pedeped.



O ícone também pode ser combinado com o nosso símbolo, reforçando assim a nossa personalidade e também dando mais propriedade para a experiência.

LOGO
CORES
TIPOGRAFIA
ÍCONES
ELEMENTOS DE APOIO
IMAGENS
ESTILO GRÁFICO

Alguns exemplos de como podemos utilizar os nossos ícones.

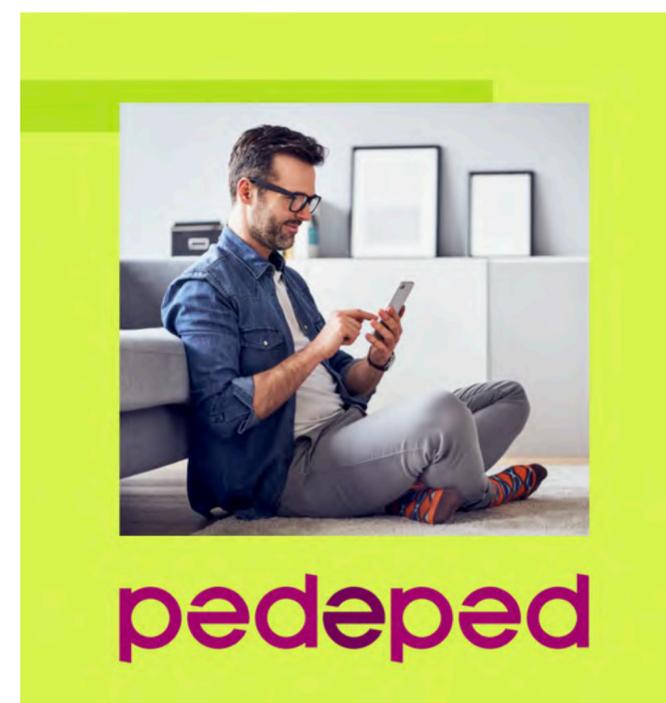
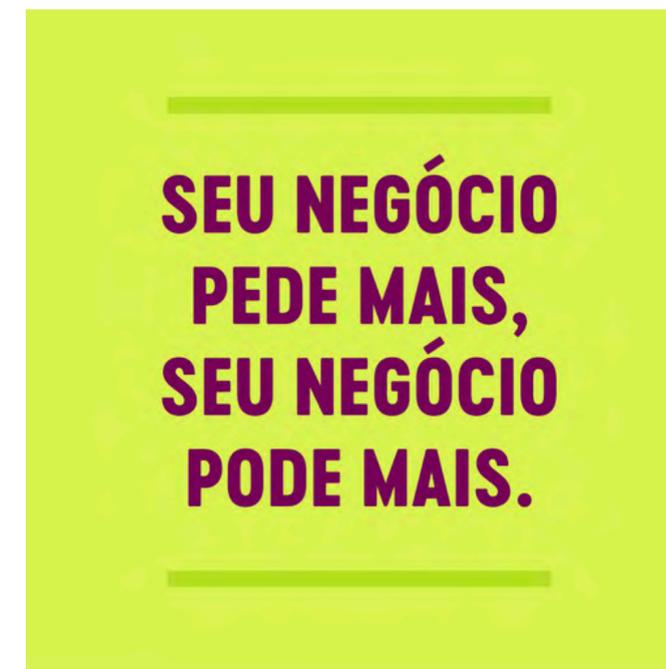
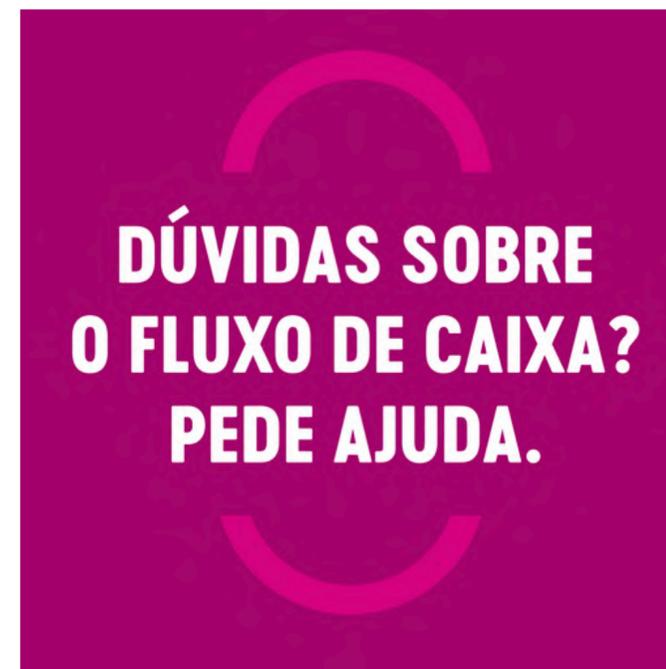


Na comunicação digital e impressa, o ícone pode ilustrar mensagens de forma mais protagonista, servindo como um elemento estético de composição.

- LOGO
- CORES
- TIPOGRAFIA
- ÍCONES
- ELEMENTOS DE APOIO
- IMAGENS
- ESTILO GRÁFICO

Os elementos de apoio nos ajudam a trazer ainda mais repertório gráfico para as composições. São linhas que se inspiram no movimento 360° de nosso logo e na nossa essência: estar junto de quem pede mais, ou seja, ser flexível, ser parceira, ajudar a organizar de forma simples e direta.

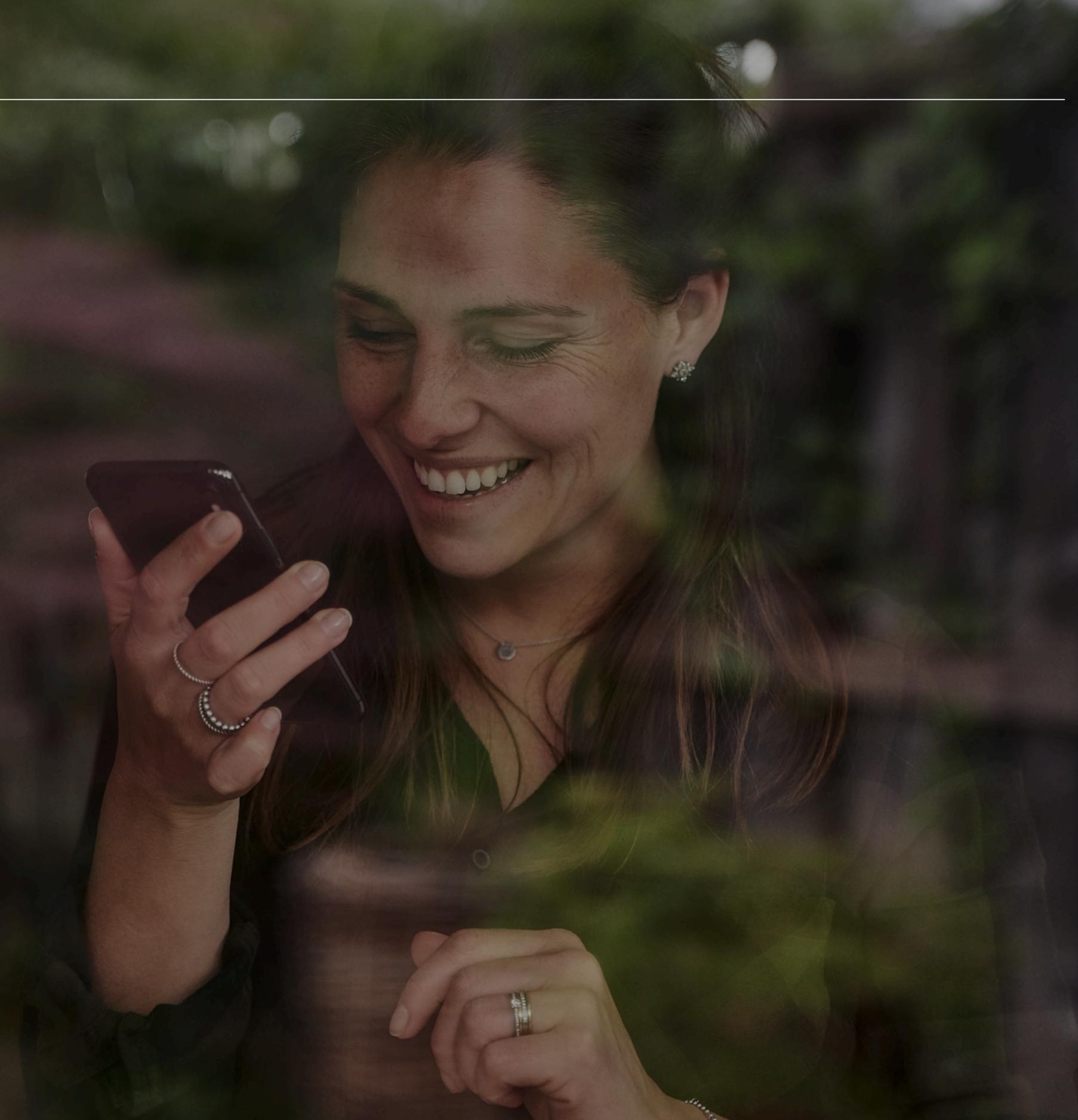
Podemos usar esses elementos para separar informações, dar destaques, reforçar a nossa parceria e como elemento de apoio para aplicação de textos e imagens.



LOGO
CORES
TIPOGRAFIA
ÍCONES
ELEMENTOS DE APOIO
IMAGENS
ESTILO GRÁFICO

Imagens tem um poder incrível de representação. Ilustram pessoas, ambientes, histórias e retratam de forma muito poderosa o dia a dia de nossa experiência.

E para que tenhamos um estilo mais proprietário, foram criadas diretrizes conceituais e técnicas para guiar a produção ou escolha das fotografias que compõem nossa comunicação.



LOGO
CORES
TIPOGRAFIA
ÍCONES
ELEMENTOS DE APOIO
IMAGENS
ESTILO GRÁFICO

Veja ao lado algumas diretrizes para a nossa fotografia.

DIRETRIZES DE NOSSA FOTOGRAFIA

1. Qualidade

Ao escolher fotos de banco de imagem ou mesmo produzidas, é muito importante levar em conta a qualidade da imagem. Ou seja, imagens que tenham um apuro estético em relação à composição, com uma mensagem clara que mostre a verdade da cena sem perder a naturalidade. Evite expressões exageradas ou posadas.

2. Contexto

Busque situações que representem a realidade de nosso negócio, ou seja, desde o momento da experiência de busca e recebimento do produto até o dia a dia e as particularidades dos parceiros, restaurantes e da entrega.

3. Nosso jeito

As imagens nos ajudam a contar histórias. Busque sempre representações que nos ajudam a retratar o diferencial de nossa experiência. A nossa parceria, flexibilidade e a nossa personalidade desafiadora. Nosso jeito é leve e bem humorado. Devemos buscar ângulos inusitados, expressões positivas e pessoas reais. Ângulos mais próximos são bem vindos, cortes não óbvios, assim como detalhes que reforçam nossa parceria, sempre juntos de quem pede mais.

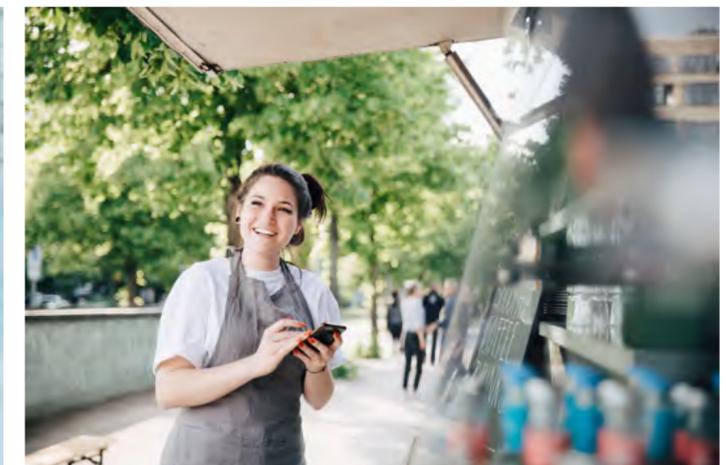
LOGO
CORES
TIPOGRAFIA
ÍCONES
ELEMENTOS DE APOIO
IMAGENS
ESTILO GRÁFICO

DIRETRIZES DE NOSSA FOTOGRAFIA

4. Nossos públicos

É muito importante que as nossas imagens conversem com os nosso públicos. Isso inclui tanto o público final B2C quanto o público B2B e suas variações.

Veja ao lado algumas diretrizes para a nossa fotografia.



B2B

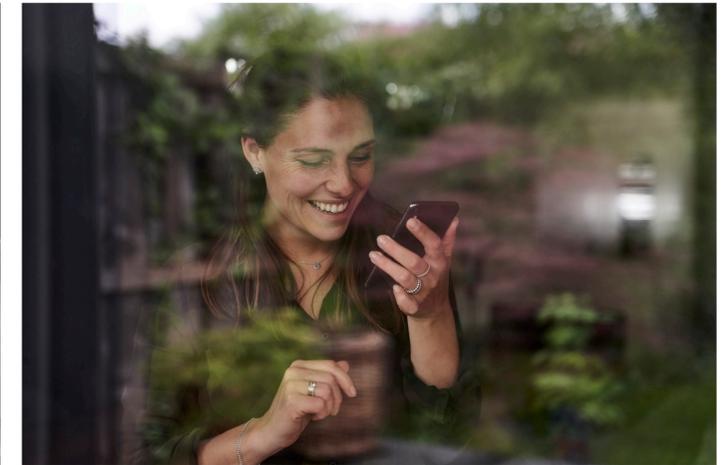
- LOGO
- CORES
- TIPOGRAFIA
- ÍCONES
- ELEMENTOS DE APOIO
- IMAGENS**
- ESTILO GRÁFICO

DIRETRIZES DE NOSSA FOTOGRAFIA

4. Nossos públicos

É muito importante que as nossas imagens conversem com os nosso públicos. Isso inclui tanto o público final B2C quanto o público B2B e suas variações.

Veja ao lado algumas diretrizes para a nossa fotografia.



B2C

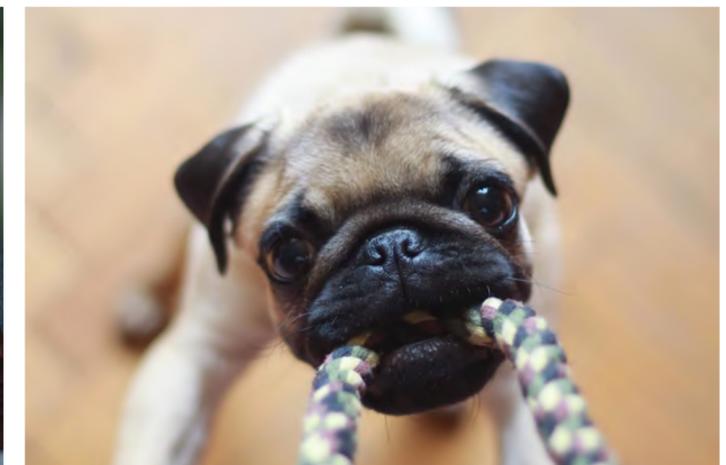
- LOGO
- CORES
- TIPOGRAFIA
- ÍCONES
- ELEMENTOS DE APOIO
- IMAGENS**
- ESTILO GRÁFICO

DIRETRIZES DE NOSSA FOTOGRAFIA

4. Nossos públicos

É muito importante que as nossas imagens conversem com os nosso públicos. Isso inclui tanto o público final B2C quanto o público B2B e suas variações.

Veja ao lado algumas diretrizes para a nossa fotografia.



B2C

LOGO
CORES
TIPOGRAFIA
ÍCONES
ELEMENTOS DE APOIO
IMAGENS
ESTILO GRÁFICO

O estilo gráfico é a representação de como todos os elementos de identidade funcionam juntos. Onde posicionar o logo, como as imagens interagem com o conteúdo, como diagramamos os textos, etc. A Pedeped tem um estilo de composição mais livre, buscando um sistema simples e que traga a flexibilidade necessária para os desafios da comunicação e aplicação de marca.

ESTILO GRÁFICO



- LOGO
- CORES
- TIPOGRAFIA
- ÍCONES
- ELEMENTOS DE APOIO
- IMAGENS
- ESTILO GRÁFICO**

Nosso logo é o grande protagonista da identidade de Pedeped. A recomendação é que esteja sempre em destaque, podendo ser aplicado horizontalmente nos limites da peça.

NOSSO LOGO



LOGO
CORES
TIPOGRAFIA
ÍCONES
ELEMENTOS DE APOIO
IMAGENS
ESTILO GRÁFICO

Em algumas aplicações o logo pode ter uma "licença poética" de ser aplicado como uma repetição. **Essa é uma aplicação restrita e deve ser validada previamente** com a equipe de Marketing da Pedeped.

NOSSO LOGO



LOGO
CORES
TIPOGRAFIA
ÍCONES
ELEMENTOS DE APOIO
IMAGENS
ESTILO GRÁFICO

O símbolo do Pedeped é o "E" de nosso logo. Esse elemento pode ser usado como avatar nas aplicações digitais e como redução da marca em aplicações físicas. Assim como o logo, tem o seu papel de protagonismo na identidade e pode ser aplicado com destaque nas peças, com o sobretom da cor de fundo.

SÍMBOLO GRÁFICO



LOGO
CORES
TIPOGRAFIA
ÍCONES
ELEMENTOS DE APOIO
IMAGENS
ESTILO GRÁFICO

O símbolo do Pedeped é o "E" de nosso logo. Esse elemento pode ser usado como avatar nas aplicações digitais e como redução da marca em aplicações físicas.

Assim como o logo, tem o seu papel de protagonismo na identidade e pode ser aplicado com destaque nas peças, com o sobre tom da cor de fundo.

SÍMBOLO GRÁFICO



- LOGO
- CORES
- TIPOGRAFIA
- ÍCONES
- ELEMENTOS DE APOIO
- IMAGENS
- ESTILO GRÁFICO**

Outro recurso do nosso símbolo é a utilização com imagens, ilustrando a multiplicidade da oferta de Pedeped.

SÍMBOLO GRÁFICO



- LOGO
- CORES
- TIPOGRAFIA
- ÍCONES
- ELEMENTOS DE APOIO
- IMAGENS
- ESTILO GRÁFICO**

A maneira como posicionamos as imagens é mais flexível em nosso sistema gráfico.

A recomendação é aplicar as imagens de forma mais modular, utilizando os limites de largura ou altura dos layouts.

IMAGENS

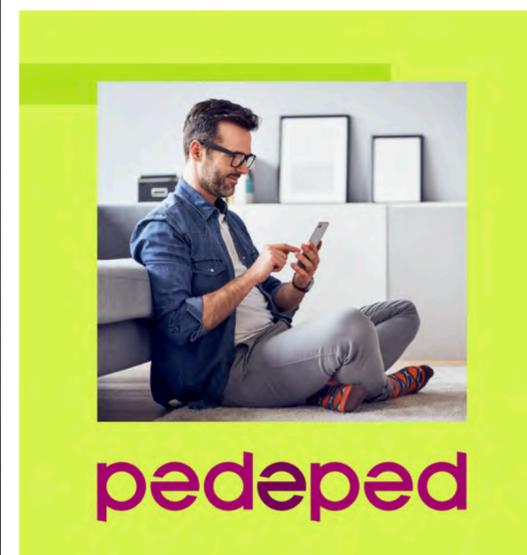
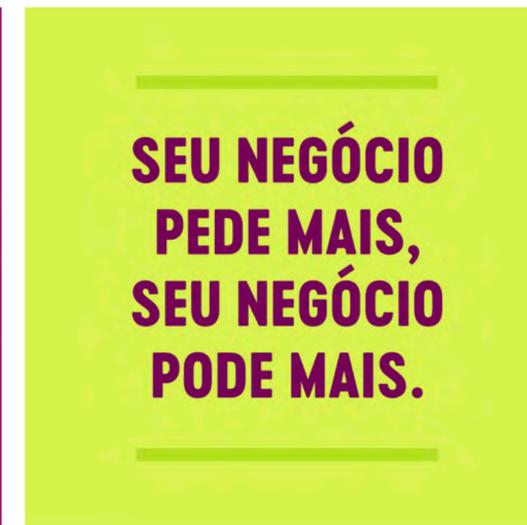
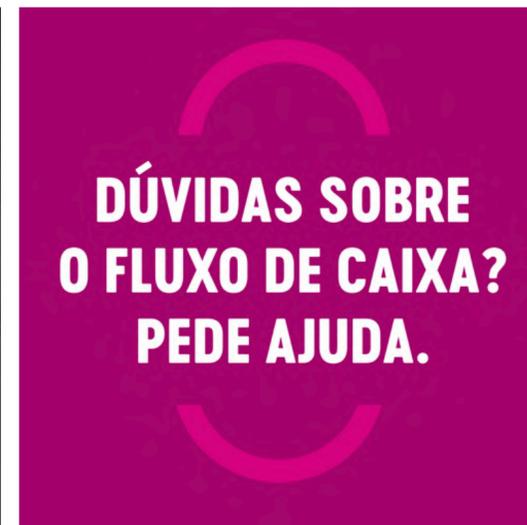


- LOGO
- CORES
- TIPOGRAFIA
- ÍCONES
- ELEMENTOS DE APOIO
- IMAGENS
- ESTILO GRÁFICO

Os elementos de apoio complementam o nosso kit de elementos visuais.

Por ser a identidade de Pedeped mais simples e minimalista, os as linhas e ícones adicionam mais repertório e flexibilidade para os nosso layouts.

ELEMENTOS DE APOIO



BOAS PRÁTICAS

A seguir mostraremos alguns exemplos de como a identidade ganha vida através de peças de comunicação. Bons exemplos para inspirar a criação de novas peças.



QUEM PEDE MAIS,

PEDEPED!

QUANDO VOCÊ ESCOLHE A PEDEPED, VOCÊ ESCOLHE.

pedepedep

pedepedep

pedepedep

Claudia Vaz,

Proprietária do Cheiro Verde,
duplicou suas vendas com a
gestão consultoria sobre
fluxo de caixa do Pedeped

pedeped

**PARCEIRO
DOS PEQUENOS
RESTAURANTES
QUE PENSAM
GRANDE.**

O futuro é de quem sonha alto.
Para chegar lá, seu restaurante
agora tem com quem contar.

pedeped.com.br

Baixe Já:

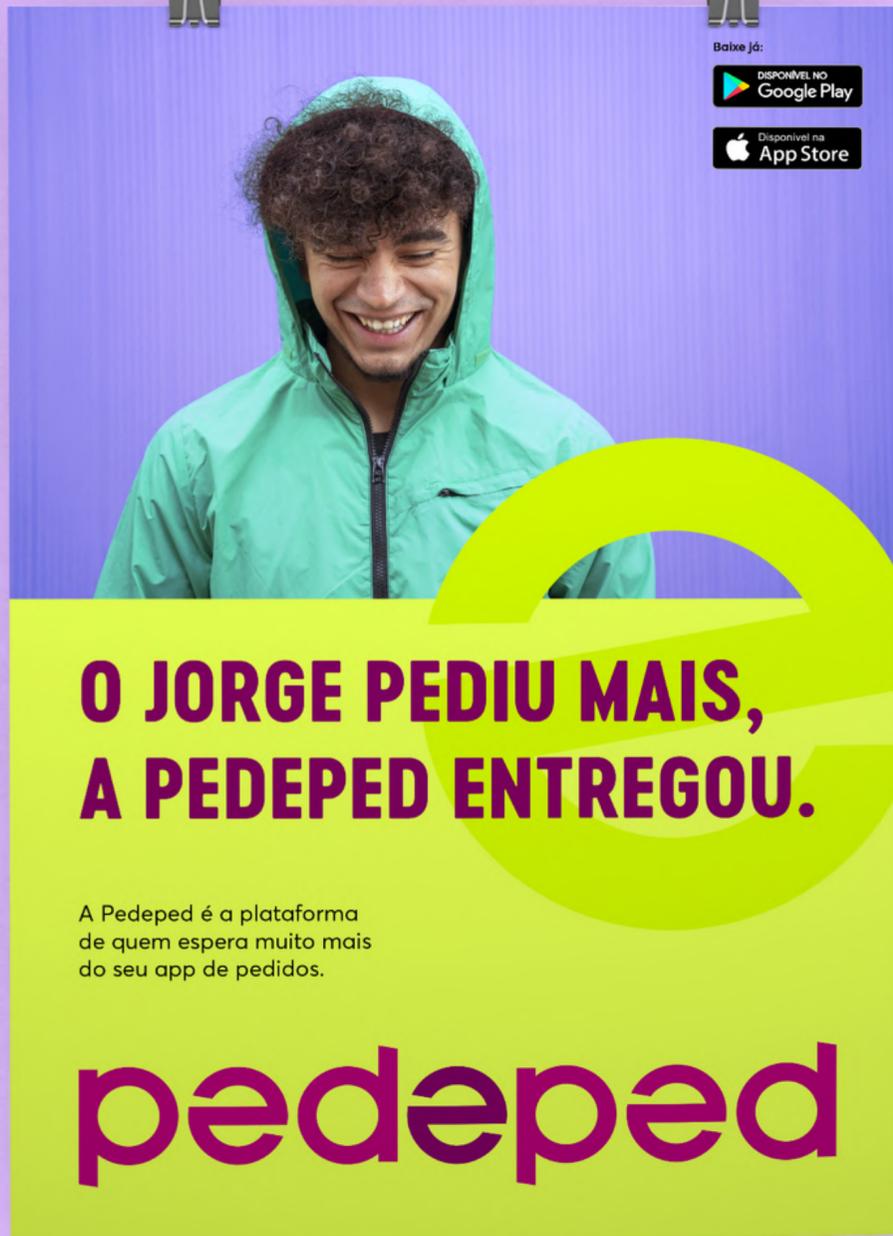


A Pedeped é
a plataforma
de quem espera
muito mais do
seu app de
pedidos.

**O JORGE PEDIU
MAIS, A PEDEPED
ENTREGOU.**

pedeped





Baixar já:

DISPONÍVEL NO
Google Play

Disponível na
App Store

**O JORGE PEDIU MAIS,
A PEDEPED ENTREGOU.**

A Pedeped é a plataforma
de quem espera muito mais
do seu app de pedidos.

pedeped



pedeped



**QUEM
PEDE MAIS,
PEDEPED!**

Quem pede
comida sempre
vai adorar o
programa de
pontos do
Pedeped.

pedeped



pedeped



QUER PEDIR O QUE? PEDEPED DE TUDO:



QUAL A PEDIDA DE HOJE?

#supermercado

#ressaca

#comidadoamigão

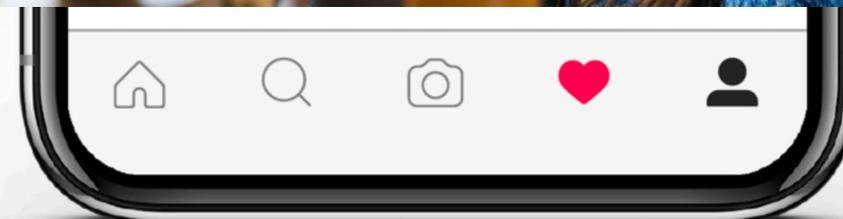
#feijuca



**PEDIR MAIS
POR MENOS É UM
DIREITO SEU!**



pedeped

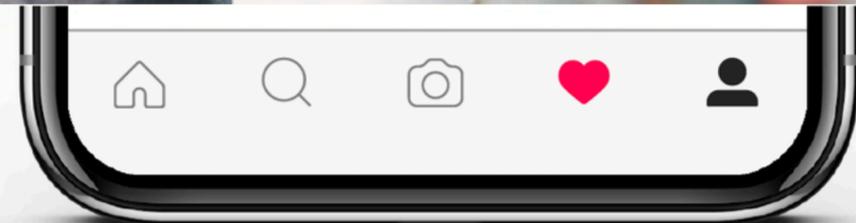


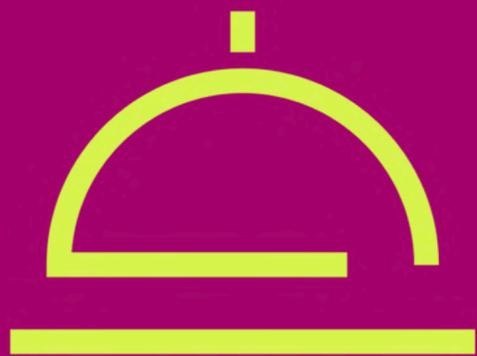


**SEU NEGÓCIO
PEDE MAIS,
SEU NEGÓCIO
PODE MAIS.**



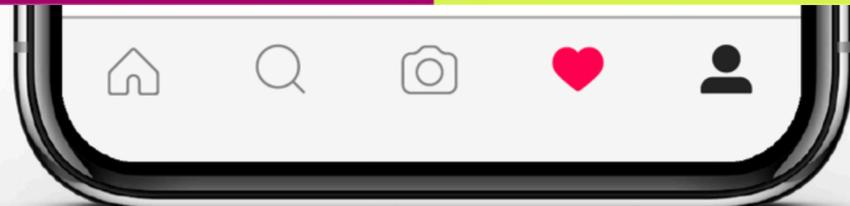
pedeped





**QUANDO O JANTAR
DE SEXTA-FEIRA
PEDE MAIS,**

pedeped

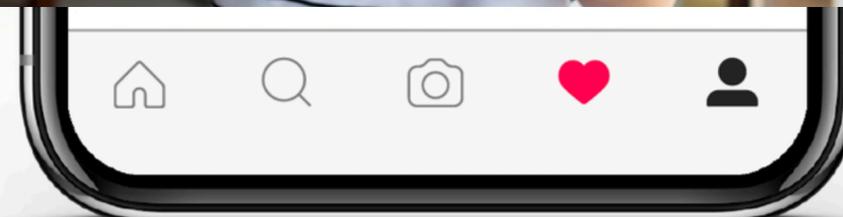




**PEDIR MAIS
POR MENOS É UM
DIREITO SEU!**



pedeped

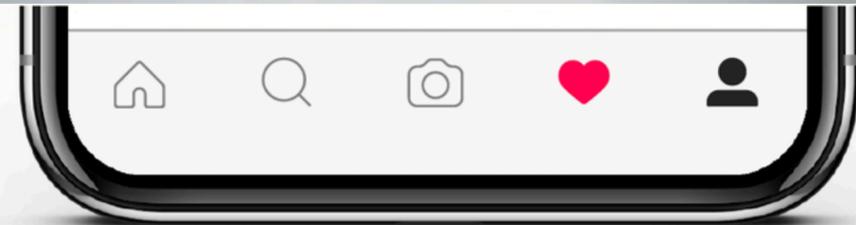




Quando sua vida pede mais, é só pedir que a gente atende.



pedeped

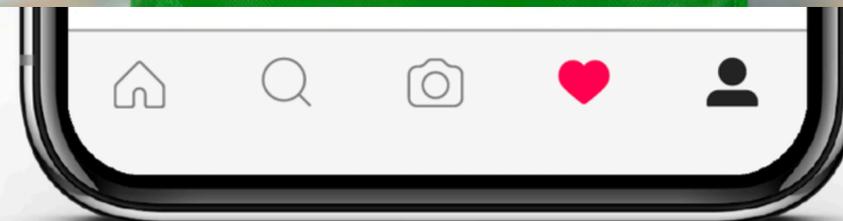




**PEDE NO APP,
PEDE NO ZAP,
PEDE NO SITE,
PEDEPED.**



pedeped





Pedeped



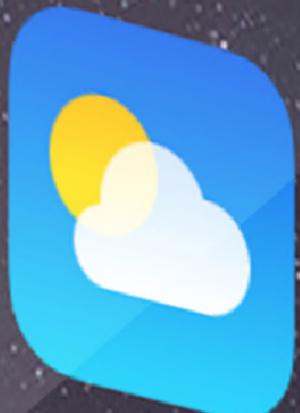
Calendar



Photos

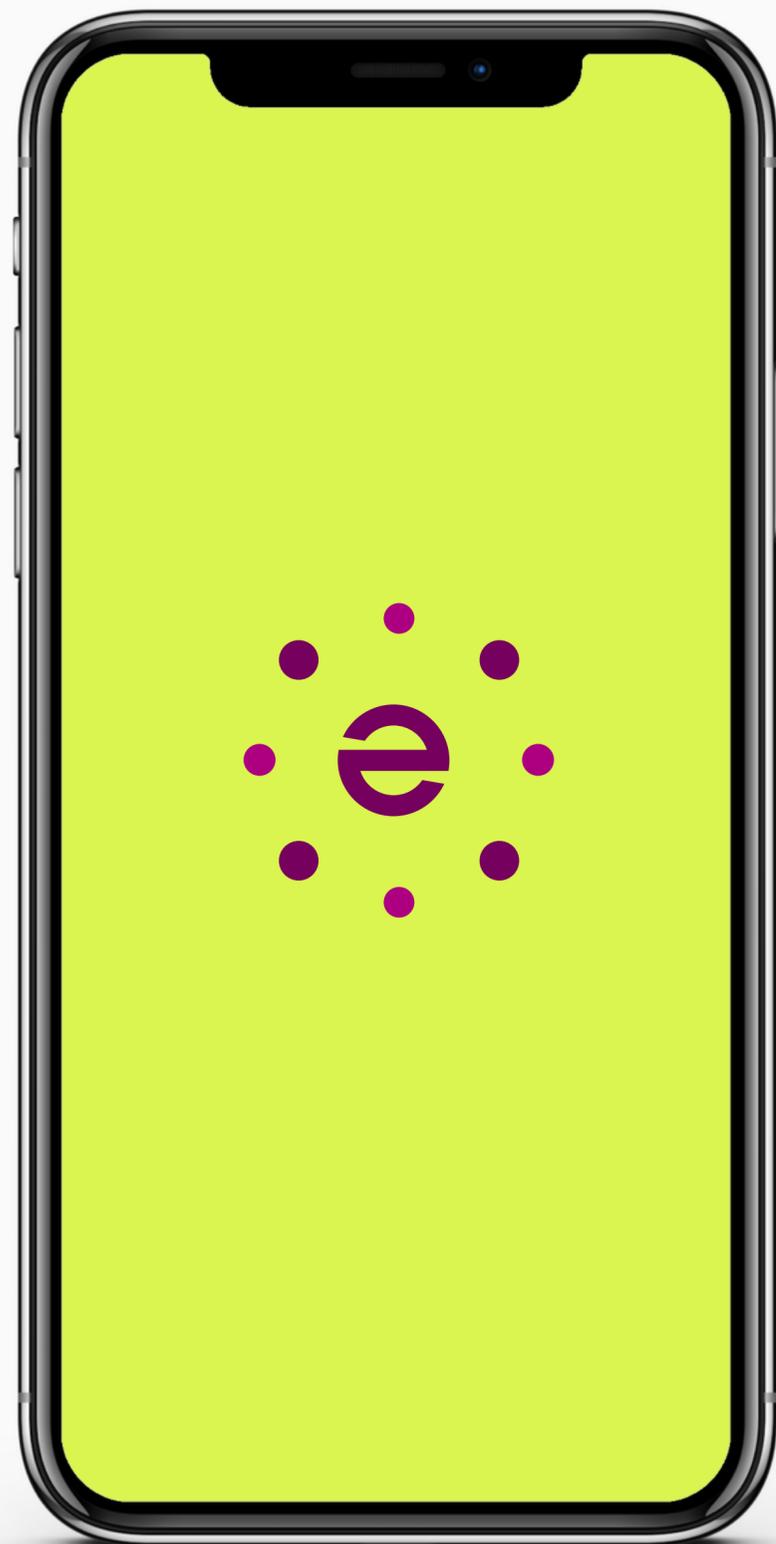


Camera

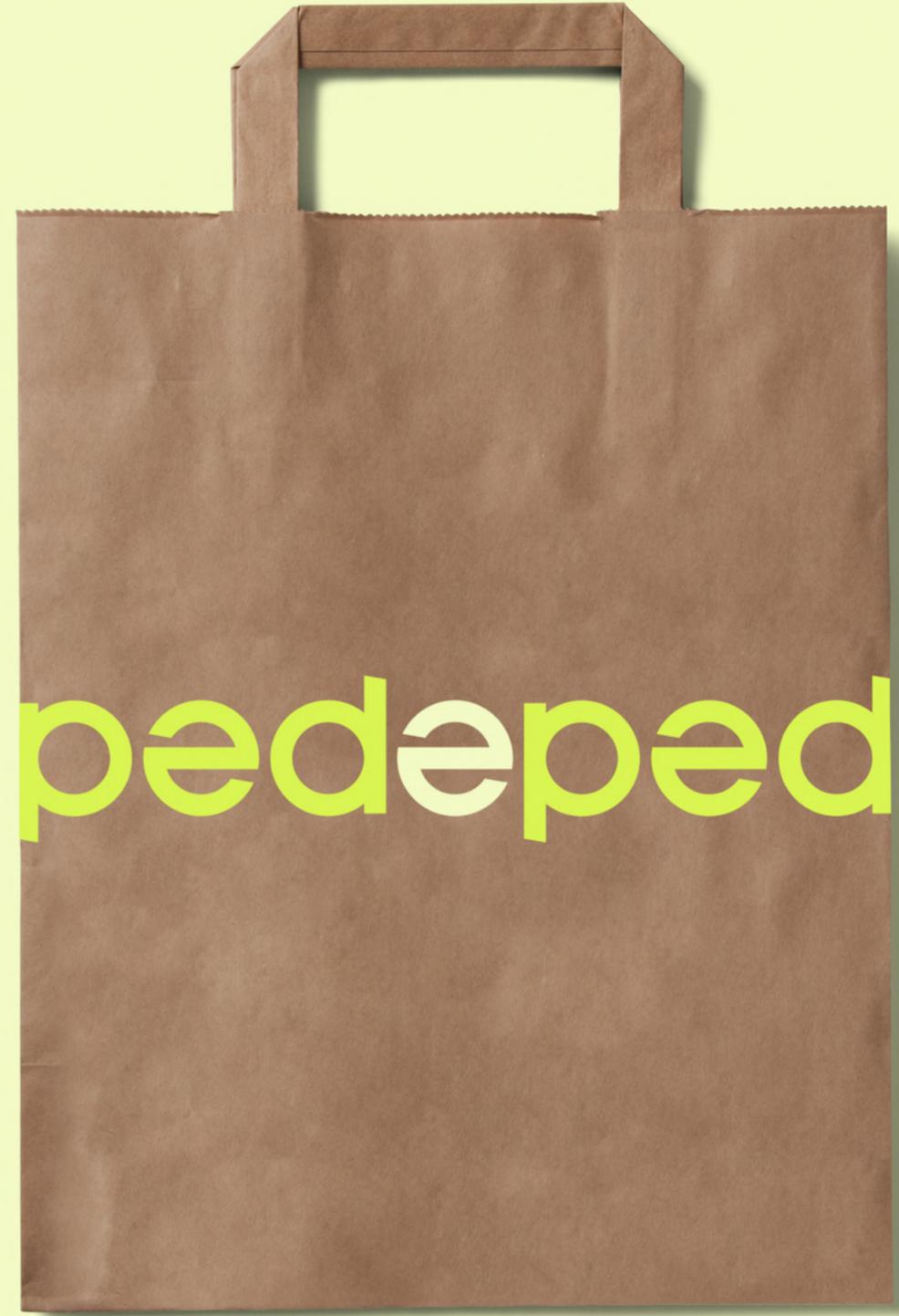


9:41

82%











pedeped



Rafa Souza
gerente de produto

pedeped







QUEM PEDE MAIS,
pedeped



pedeped

Obrigado!

