

INOAR

BRAND BOOK

Abril 2019 - V.0



O Brandbook foi criado pelo Marketing Inoar Brasil para ajudar na padronização da marca em todas as regiões onde ela atua. Nosso time vem trabalhando dia após dia na criação e manutenção de uma comunicação que transmita a essência da marca.

Com este material, esperamos que você compreenda a estrutura de nossos materiais: logotipos, imagens, tipografias, tom de voz, de forma que possa trabalhar com padrões claramente definidos e que imediatamente

transmitam nossas mensagens, em qualquer lugar do mundo, mantendo sempre a mesma linguagem.

A Inoar se reserva o direito de retirar a permissão de uso dos materiais, a qualquer momento se o uso da assinatura for inconsistente com essas diretrizes ou for considerado inadequado.

Esse documento contém informações de propriedade de Inoar Cosméticos e são confidenciais, portanto não devem

ser mostradas sem prévia autorização. As diretrizes são destinadas para uso exclusivo dos funcionários, afiliadas atuais, distribuidores oficiais e fornecedores da marca.

É expressamente proibida qualquer modificação dos materiais sem a autorização do departamento de Marketing Inoar Brasil.



Use sempre os arquivos originais eletrônicos



CONTEÚDO

INTRODUÇÃO

Brand Value **5**

História **6**

Missão, Visão, Valores **9**

Pilares Inoar **11**

Cada vez mais verde **16**

Nós somos a Inoar **18**

Inoar no Mundo **19**

MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL

Estilo da Marca 21	Tipografia 32
Logotipo . Versões 22 . Área de Não-interferência 24 . Tamanho Mínimo 25 . Usos Corretos e Incorretos 26	Cores 35
Taglines . Brasil - Principal 27 . Brasil - Secundária 28 . Fora do Brasil 30	Árvore 36
	Estilo Fotográfico 38
	Tom de Voz 40
	Redes Sociais 42
	Materiais Institucionais 43
	Novas Embalagens 48

INOAR

INTRODUÇÃO



BRAND VALUE

A Marca é um importante, se não o maior, patrimônio da Inoar e sua integridade deve ser conservada em toda sua manifestação como forma de reforçar sua imagem e criar sinergias entre os pontos de contato e categorias.

A identidade Inoar tem valores próprios e características muito singulares. Se você trabalha na Inoar, é um distribuidor, fornecedor ou cliente, você representa a nossa marca, por isso é tão importante conhecê-la a fundo, respeitar as diretrizes e contribuir para torná-la cada dia mais forte.

O design é uma peça fundamental para o sucesso da marca, pois espelha e torna tangível sua personalidade e valores. Com discurso e comunicação únicos e icônicos, criamos uma experiência holística e memorável da marca. Assim a Inoar se destaca de seus concorrentes, é mais notada e mais reconhecida, aumentando a fidelização dos clientes e sua força como marca.

As diretrizes apontadas nesse Brandbook fornecem a estrutura necessária para alcançar uma consistência global em equilíbrio com as necessidades regionais, unindo e focando todos juntos na mesma direção.

MARCAS FORTES TRANSMITEM CONFIANÇA

UMA MARCA FORTE É SINÔNIMO DE COMPETITIVIDADE, POIS TORNA A EMPRESA CAPAZ DE RESISTIR AOS EFEITOS DA GLOBALIZAÇÃO, ÀS NOVAS TECNOLOGIAS, ÀS AÇÕES GUERRILHEIRAS DE CONCORRENTES MENORES E À ENTRADA DE NOVOS PLAYERS.

HISTÓRIA

A Inoar foi registrada, oficialmente, em outubro de 2008. Mas muito antes disso Inocência Manoel e Alexandre Nascimento, mãe e filho, trabalhavam no mercado de cosméticos.

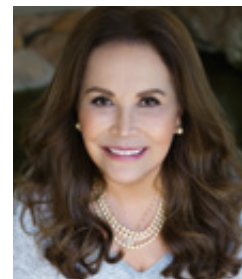
Inocência Manoel, segunda filha de Thomaz Manoel e Elza Brasil do Nascimento, trabalhou por anos como cabeleireira e depois foi proprietária de salão de beleza. Desde muito nova dedicava boa parte do seu tempo na busca de novos produtos e ela mesma formulava tratamentos que atingissem o maior grau de eficácia, segurança e performance. Por isso, ficou conhecida como Alquimista dos Cabelos.

Alexandre Nascimento cursou Medicina, mas sempre esteve ligado à área de vendas. Representou marcas de cosméticos internacionais desde sua adolescência e chegou a ser líder de vendas pela internet.

Juntos eles tinham acesso a produtos das mais variadas marcas e entendiam o mercado como ninguém. Mas não havia ainda um produto que os representasse.

No início do Anos 2000, havia diversos tratamentos para redução de volume, como, por exemplo, a Escova Japonesa. Eram caros e acessíveis a poucos, e os resultados não eram naturais. Por isso, Inocência Manoel formulava ela mesma produtos que usava em seu salão. Os resultados eram muito naturais, e faziam sucesso também entre os profissionais.

A partir de 2006, Alexandre representava marcas internacionais no Brasil, o que viria a abrir portas entre os profissionais até que, no início de 2007, Inocência chegou à fórmula que deu origem à marca. Mais



INOCÊNCIA MANOEL



ALEXANDRE NASCIMENTO
MANOEL

suave e com um novo protocolo de uso, oferecia movimento aos cabelos, era menos agressiva e tratava os fios antes, durante e depois de reduzir o volume, oferecendo mais segurança aos cabeleireiros e clientes.

Surge então o Tratamento Marroquino. E, com ela, a marca Inoar, batizada por Alexandre Nascimento.



ANÚNCIO ESCOVA
MARROQUINA INOAR 2008

HISTÓRIA

A antiga Inô Oficina do Cabelo, salão localizado em um bairro do Morumbi, em São Paulo, vira point de cabeleireiros em busca de cursos e informações sobre esta fórmula mais acessível e suave de redução de volume. Ali os profissionais se encantavam com o produto e os protocolos de aplicação de Inocência Manoel, que misturava queratina líquida com óleos de tratamento para um resultado seguro nos cabelos.

O sucesso foi tão grande, e os pedidos eram tantos, que a fabricação artesanal já não era mais suficiente.

O filho fazia as vendas e marcava os treinamentos para a mãe. Foi dessa combinação que nasceu a Inoar e, para acompanhar o ritmo intenso de uma empresa que crescia rapidamente, em 19/9/2008 é lançado o primeiro site da Inoar.



ALISAMENTO
MARROQUINO



ÓLEO DE ARGAN



LANÇAMENTOS BOTÂNICOS E
VEGANOS EM 2018

Desde sua origem, a Inoar cria e produz dezenas de linhas para o tratamento de todos os tipos de cabelos. Conta com o talento e a criação de Inocência Manoel, que sempre esteve envolvida com o desenvolvimento de novos produtos, Marketing e Comunicação, e a gestão empresarial de Alexandre Nascimento.

A marca foi também a primeira trazer ao Brasil o óleo de Argan, outro líder de vendas por aqui, e passa ser presença badalada nas principais feiras em todo o mundo, conquistando também o comércio exterior.

Atualmente, a Inoar exporta para mais de 40 países e tem escritórios em mais de 30 cidades ao redor do mundo. A marca tem um portfólio que é sinônimo dessa diversidade, com mais de 300 produtos entre tratamentos, redutores de volumes, valorização de cachos, dermocosméticos, maquiagem e muito mais.

Tudo isso porque seus fundadores, desde o princípio, entenderam que, junto com cada cliente, vem um novo desejo de ver levantar da cadeira uma nova pessoa: mais segura, mais poderosa, ainda mais feliz.



DESDE SUA ORIGEM,
A INOAR CRIA E PRODUZ
PRODUTOS QUE
TRANSFORMAM
A EXPERIÊNCIA
COM A BELEZA

MISSÃO

Oferecer produtos e serviços
INOVADORES,
eficazes e seguros para a
BELEZA DAS PESSOAS,
que promovam
BEM-ESTAR
e SATISFAÇÃO,
com custo acessível,
QUALIDADE SUPERIOR
e responsabilidade
socioambiental.



VISÃO

Ser uma marca de
REFERÊNCIA
EM COSMÉTICOS,
globalmente
RESPEITADA
e RECONHECIDA,
preferida pelos consumidores
e profissionais de beleza por
VIABILIZAR O ACESSO
a produtos e serviços
inovadores e de
ALTA PERFORMANCE.

VALORES

RESPEITO

à vida, ao indivíduo
e à diversidade.



HONESTIDADE,

ética e transparência.

OUSADIA,

inovação e espírito
empreendedor.

RESPONSABILIDADE

socioambiental
e crescimento sustentável.





3 PILARES PARA UMA EMPRESA E UM MUNDO MELHOR

PILARES INOAR

A empresa, organismo vivo, é um dinâmico conjunto de relações. Seu valor e longevidade estão ligados à sua capacidade de contribuir para a evolução da sociedade, o cuidado com o meio ambiente, o respeito aos animais e o desenvolvimento sustentável.



ESTES 3 PILARES NORTEIAM TODO NOSSO TRABALHO DE DESENVOLVIMENTO E AS RELAÇÕES DE TRABALHO ENTRE COLABORADORES, FORNECEDORES E CONSUMIDORES.

PILARES INOAR



RESPEITO AO INDIVÍDUO

- Pensar no próximo, no entorno e nas relações humanas.
- Projeto social: Beleza Solidária foi criado para capacitar pessoas de diferentes comunidades, no Brasil e no exterior, e está voltado à recuperação das identidades das mulheres, homens e ao seu empoderamento.
- Inclusão social: ressaltar a beleza da diversidade e a importância da inclusão social, destacando em sua comunicação pessoas com deficiência e diferentes perfis, tornando-as protagonistas na publicidade, de forma que sejam inseridas, cada dia mais, no nosso cotidiano, sem preconceitos.
- Produtos seguros para a saúde.
- Entender a real necessidade daqueles que nos inspiram.
- Proporcionar ao cliente a melhor experiência com produtos Inoar, em todos os pontos de contato com a marca.
- Manter um atendimento ao cliente único, com excelência no serviço e com base na confiança, no diagnóstico e no controle de qualidade, comparável aos melhores padrões mundiais.

PILARES INOAR



RESPEITO AOS ANIMAIS

- A Inoar tem como uma de suas principais filosofias o respeito à vida. Acreditamos que humanos, animais e o planeta compõem uma unidade e repudiamos aqueles que priorizam ganhos financeiros em relação ao bem-estar dos animais.
- Animais têm valor por si mesmos, não são recursos e a maneira como cuidamos deles é um reflexo de quem somos nós. Nosso sentimento de compaixão é um só, estamos conectados com todas as espécies que nos rodeiam. Todo ato de crueldade contra qualquer criatura é contrário à dignidade humana.
- Todos os nossos produtos passam por testes, mas nunca em animais. Da mesma forma, não usamos ingredientes de origem animal em nossas composições.
- Incentivo à adoção por meio de campanhas ao longo dos anos.
- Não aos testes em animais. A Inoar está na lista “Caring Company” do PETA. Nossos fornecedores não testam em animais.
- Uso de matérias-primas de origem vegetal em todos os produtos Inoar.
- Produtos veganos certificados.

PILARES INOAR



RESPEITO AO MEIO AMBIENTE

- A Inoar prioriza os investimentos em sistemas de tratamento e otimização do uso racional de água e energia, com o devido tratamento dos efluentes industriais. Isso nos garantiu o selo Chico Mendes pelo compromisso com a gestão socioambiental responsável, em uma análise feita por especialistas da área de direito ambiental, administração, gestão de finanças, gestão ambiental e biologia.
- Coleta seletiva: separação e recolhimento apropriado dos resíduos, diretamente na fonte geradora.
- Materiais recicláveis: utilizamos materiais recicláveis e encorajamos os consumidores a reciclar embalagens vazias.
- Reciclagem de embalagens: parceria com empresa Ecofour, que transforma itens descartáveis em utensílios e móveis.
- Fórmulas Clean Air: nossos produtos não contêm ingredientes que destroem a camada de ozônio.

CADA VEZ MAIS VERDE

INOCÊNCIA MANOEL

CO-FUNDADORA, DIRETORA DE MARKETING E
CRIAÇÃO DA INOAR



Criar e divulgar procedimentos éticos soma-se à busca do consumidor por mais informações sobre o impacto dos ingredientes para a vida, para o meio ambiente e para os animais.

Todos os novos produtos Inoar vêm sendo criados com esta filosofia e são 100% veganos, ou seja: não são testados em animais e não contêm ingredientes de origem animal. Além disso, estamos trabalhando composições livres de silicones, parabenos ou conservantes sintéticos, buscando, cada vez mais, ingredientes botânicos.

Desde 2015 as composições passaram por uma revisão e estão sendo reformuladas para termos uma Inoar cada vez mais verde, em toda a cadeia produtiva.

Verde sempre foi a nossa essência, muito mais que nossa cor. Criar produtos com ingredientes botânicos, naturais e livres de crueldade não se trata de uma tendência, mas sim de uma atitude que diz muito sobre os nossos valores.

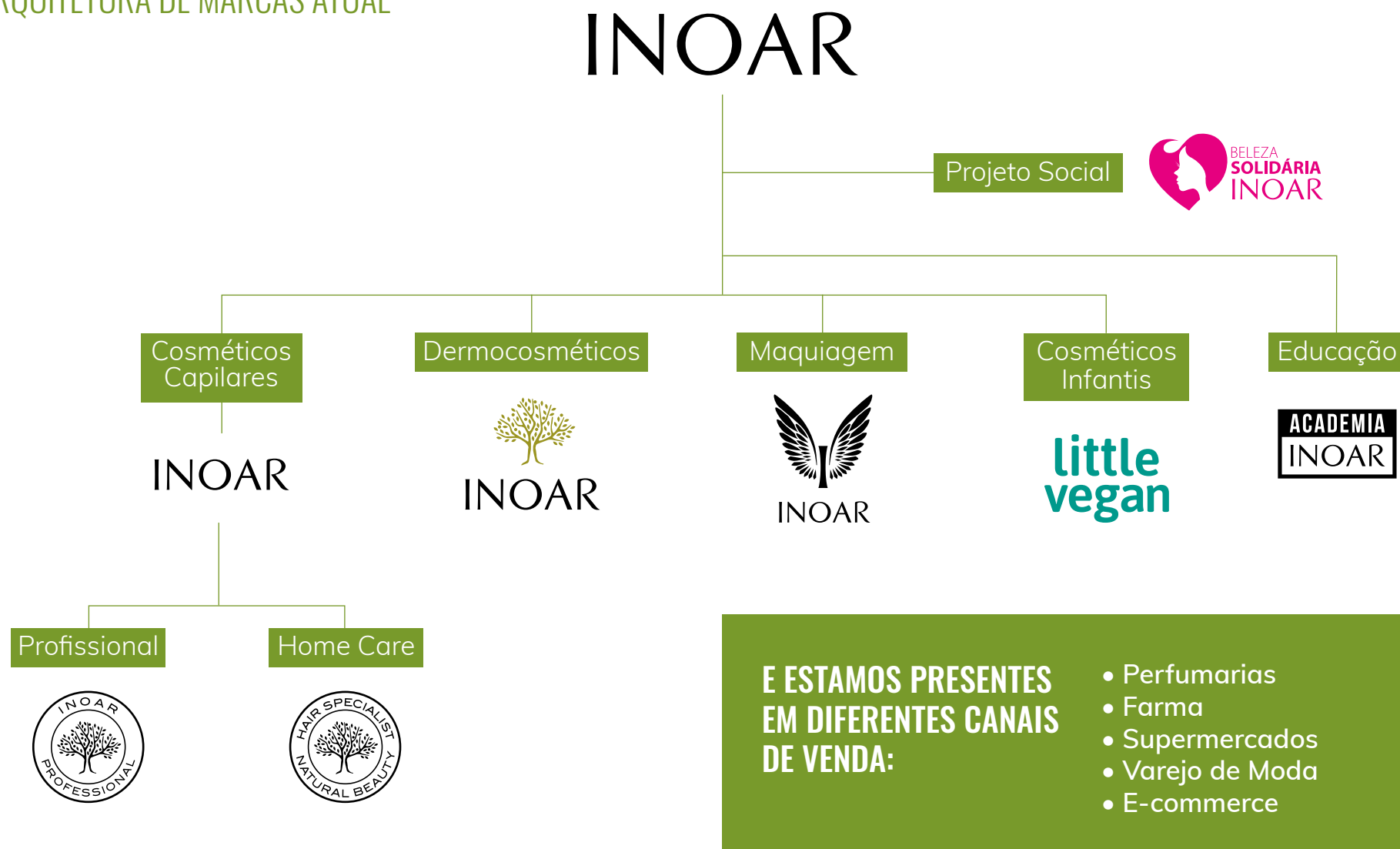


INGREDIENTES
BOTÂNICOS
e *VEGANOS*

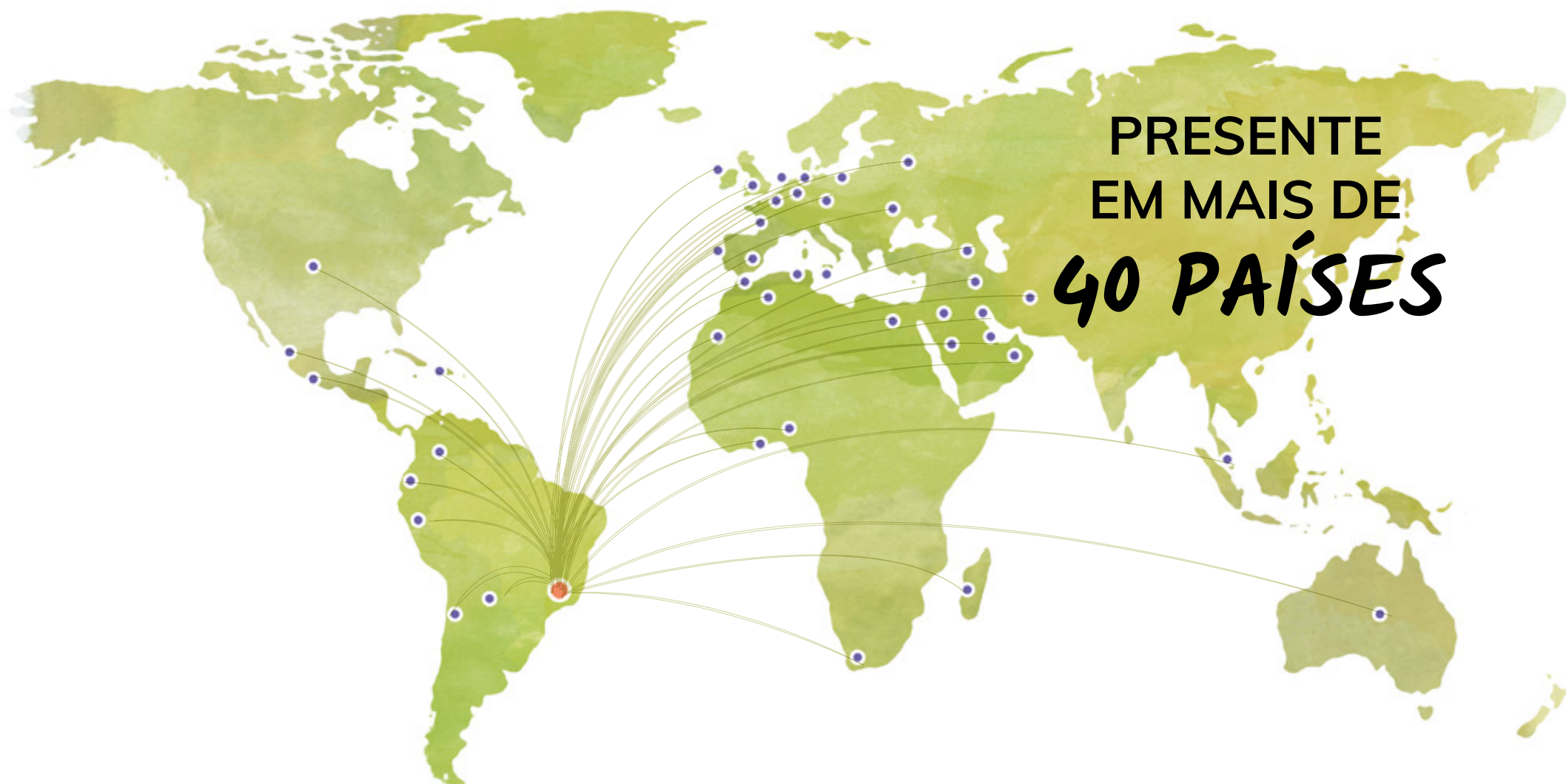


NÓS SOMOS A INOAR

ARQUITETURA DE MARCAS ATUAL



INOAR NO MUNDO



INOAR

MANUAL DE
IDENTIDADE VISUAL



ESTILO DA MARCA

A nossa comunicação deve transmitir a essência da nossa Marca e nos diferencia da concorrência.

O estilo da nossa marca é baseado nas seguintes características: Elegante, Alegre, Natural e Contemporânea. Ao aplicar essas características nos seus materiais de comunicação e campanhas você fortalecerá a imagem da marca e aumentará o reconhecimento da Inoar pelo nosso público.

O Manual de Identidade Visual Inoar fornece as diretrizes necessárias para garantir que apresentemos a empresa de forma consistente em todo o mundo. Uma marca forte ajuda o reconhecimento da Inoar pelo nosso público e constrói uma reputação de excelência.

ELEGANTE

Para elevar nosso valor de marca e comunicar que temos produtos exclusivos de alta performance.

ALEGRE

Porque somos uma empresa que promove o bem-estar e a beleza.

NATURAL

Para transmitir nosso posicionamento como uma empresa que respeita o meio ambiente.

CONTEMPORÂNEA

Para acompanhar as mudanças globais de um setor em constante evolução e tornar tangível nosso compromisso com a inovação.

LOGOTIPO

VERSÕES

O logotipo da Inoar é o elemento que unifica e representa nossa Marca. É o coração e elemento de design em todos os pontos de contato com a Inoar.

Foi especialmente projetado com tipografia exclusiva de traços sutis, buscando o equilíbrio e a leveza e deve ter sua integridade respeitada em todos os momentos.

As formas preferidas de exibir o logotipo deve ser em positivo (preto) sobre fundos claros, e em versão negativa (branco) sobre cores institucionais verde e preta (consulte a sessão Cores Institucionais pag. 32). As versões secundárias em dourado podem ser utilizadas em situações específicas: em eventos e feiras e embalagens profissionais.

VERSÕES PRINCIPAIS

VERSÃO POSITIVA SOBRE
FUNDOS CLAROS

INOAR

VERSÕES NEGATIVAS



Fundo preto



Fundo verde
institucional

Jamais faça alteração de proporção entre as letras ou altere a fonte.



Use sempre os arquivos
originais eletrônicos

VERSÕES SECUNDÁRIAS USO RESTRITO

VERSÃO POSITIVA
DOURADA

INOAR

VERSÕES NEGATIVAS



Fundo preto, logo dourado



Fundo dourado

LOGOTIPO VERSÕES

LOGO POSITIVO PRETO



LOGO NEGATIVO SOBRE
VERDE INSTITUCIONAL



LOGO DOURADO SOBRE FUNDO PRETO
(LINHA CAPILAR PROFISSIONAL)



LOGOTIPO

ÁREA DE NÃO-INTERFERÊNCIA

O logotipo Inoar deve sempre aparecer de forma clara e sem distrações. Para isso é estipulada a área de não-interferência, medida pela medida da largura da letra “R” do logotipo. Dentro dessa área não é permitido aplicar outros logos, textos, imagens ou ilustrações.



LOGOTIPO
COM TAGLINE



LOGOTIPO

TAMANHO MÍNIMO

O logotipo não deve ser aplicado com largura inferior às especificadas aqui para conservar sua legibilidade.

TAMANHO MÍNIMO
EM MATERIAIS
IMPRESSOS

INOAR
1,7 cm

INOAR
INSPIRADA EM VOCÊ
2,2 cm

TAMANHO MÍNIMO
EM MATERIAIS
DIGITAIS

INOAR
75 pixels

INOAR
INSPIRADA EM VOCÊ
120 pixels



Tamanho adequado
com boa legibilidade
do logotipo.



Tamanho menor
do que o permitido.

LOGOTIPO

USOS

Use sempre os arquivos
originais eletrônicos

USOS CORRETOS



INOAR



INOAR

Sobre fundos coloridos aplicar o logotipo em preto ou branco. Respeitando a boa legibilidade.



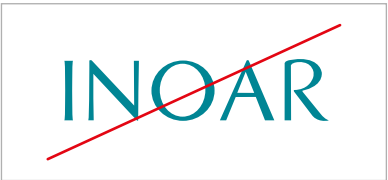
INOAR



INOAR

Imagens monocromáticas oferecem melhor legibilidade ao logotipo.

USOS INCORRETOS



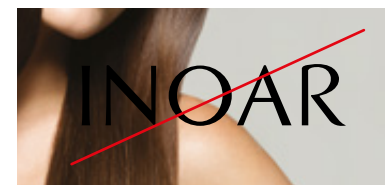
INOAR

Não altere a cor do logotipo. Confira o uso de cores na sessão Logotipo Versões



INOAR

Não altere a tipografia ou o espaçamento entre letras.



Não aplicar sobre imagens que se fundam ao logotipo ou a parte dele.



INOAR

Não adicione efeitos como Sombra, Transparência, Contorno, etc.



INOAR
ESPAÑA

Não acrescente qualquer elemento ou assinatura ao logotipo, exceto taglines oficiais Inoar.



Não aplicar o logotipo sobre imagens e grafismos complexos.



INOAR

Não distorça ou rotacione o logotipo.



INOAR
INSPIRADA EM VOCÊ

Não altere a tipografia ou cor da tagline oficial.



Não usar um fundo em degradê que se torne branco quando usar o logotipo em branco (e vice-versa com o logotipo preto).

TAGLINES

BRASIL - PRINCIPAL

A tagline junto ao logo invoca a imagem da Inoar e o que a diferencia. Ela deve sempre aparecer junto ao logo conservando as proporções indicadas ao lado.

A tagline oficial no Brasil é INSPIRADA EM VOCÊ, ela é única e não pode ser substituída. Isso quer dizer que ninguém está autorizado a usar ou criar outro slogan, assinatura ou positioning.



Uso em materiais veiculados dentro do Brasil.

INOAR
INSPIRADA EM VOCÊ

Jamais faça alteração de proporção entre as letras ou altere as fontes.



Use sempre os arquivos originais eletrônicos

TAGLINES

BRASIL - SECUNDÁRIA

Além da tagline principal junto ao logotipo, sempre que possível, utilizar nossa tagline secundária **A MARCA DA BELEZA BRASILEIRA** na fonte e na formatação mostrada ao lado.

Quando não for possível utilizar as duas taglines, prevalece o uso da tagline principal **INSPIRADA EM VOCÊ.**



Uso em materiais veiculados dentro do Brasil.

**A MARCA
DA BELEZA
BRASILEIRA**

Para tagline secundária utilizar fonte MULI BOLD em caixa alta na formatação mostrada.

inoar.com
   
inoarbrasil

Junto às redes sociais, pode ser usado em rodapés de anúncios, flyers, etc.

Para redes sociais utilizar fonte MULI REGULAR caixa baixa.

**A MARCA
DA BELEZA
BRASILEIRA**

Jamais faça alteração de proporção entre as letras ou altere as fontes.



Use sempre os arquivos originais eletrônicos

TAGLINES

BRASIL - APLICAÇÕES

SEMPRE QUE POSSÍVEL, UTILIZAR AS DUAS TAGLINES.



Uso em materiais veiculados dentro do Brasil.

Tagline principal
INSPIRADA EM VOCÊ

Tagline secundária
A MARCA DA
BELEZA BRASILEIRA



Use sempre os arquivos
originais eletrônicos

QUANDO NÃO FOR POSSÍVEL UTILIZAR AS DUAS TAGLINES,
PREVALECE O USO DA TAGLINE PRINCIPAL.



Tagline principal INSPIRADA EM VOCÊ

TAGLINES

FORA DO BRASIL

A tagline junto ao logo invoca a imagem da Inoar e o que a diferencia. Ela deve sempre aparecer junto ao logo conservando as proporções indicadas ao lado.

A tagline oficial fora do Brasil é THE BRAND OF BRAZILIAN BEAUTY, ela é única e não pode ser substituída. Isso quer dizer que ninguém está autorizado a usar ou criar outro slogan, assinatura ou positioning.



Uso em materiais veiculados fora do Brasil.



Jamais faça alteração de proporção entre as letras ou altere as fontes.

O logotipo junto à sua tagline para uso fora do Brasil pode ser baixado do link: <http://inoar.com/marca>

TAGLINES

FORA DO BRASIL - APLICAÇÕES

Use sempre os arquivos
originais eletrônicos



Uso em materiais
veiculados fora do Brasil.



Tagline principal THE
BRAND OF BRAZILIAN
BEAUTY

TIPOGRAFIA

A tipografia é um importante elemento para a construção da identidade visual Inoar. Por esse motivo, não é permitido substituir por outras similares ou alterar seus desenhos originais.

Para compor uma identidade rica, dinâmica e contemporânea, dispomos de 4 famílias tipográficas diferentes.

Todas as famílias de fontes estão protegidas pelas leis de direitos autorais internacionais.

Muli

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789 !@#\$%^&*()_+

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789 !@#\$%^&*()_+

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789 !@#\$%^&*()_+

FAMÍLIA PRINCIPAL PARA TEXTOS

Fonte sem serifa, delicada, de fácil leitura e com variedade de estilo. Pode ser usada em qualquer texto, principalmente grandes blocos.
Download: <https://fonts.google.com>

OSWALD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
123456789 !@#\$%^&*()_+

FAMÍLIA PRINCIPAL PARA TÍTULOS

Fonte sem serifa, contemporânea. Usar sempre em caixa alta, em títulos de anúncios e catálogos (nomes das linhas e títulos curtos).
Download: <https://fonts.google.com>

DIDOT - Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789 !@#\$%^&*()_+

FAMÍLIA SECUNDÁRIA PARA TÍTULOS EM MATERIAIS EDITORIAIS

Fonte serifada, elegante e atemporal. Usar em caixa alta em títulos de catálogos e folders, para nomeação de capítulos, por exemplo.
Download: <https://www.typography.com>

KALAM

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
123456789 !@#\$%^&*()_+

FAMÍLIA SECUNDÁRIA PARA TÍTULOS HUMANIZADOS

Fonte gestual, traz humanidade e jovialidade à comunicação. Usar em caixa alta em títulos e legendas.
Download: <https://www.fontsquirrel.com>

Arial

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789 !@#\$%^&*()_+

Tipografia auxiliar. Utilizar somente para apresentações em PowerPoint, e-mails e documentos em Word.

TIPOGRAFIA
APLICAÇÕES

CATÁLOGO DE
PRODUTOS

Capítulo
Didot italic (caixa alta)

Título curto
Oswald (caixa alta)

Texto descritivo
Muli



POSTS PARA REDES
SOCIAIS



Oswald
(caixa alta)



Título
Oswald
(caixa alta)

Texto
Muli

Texto destaque
Kalam
(caixa alta)



Fonte
gestual
Kalam

TIPOGRAFIA

APLICAÇÕES

ANÚNCIOS



MATERIAIS INSTITUCIONAIS



Texto
Muli

CORES

A principal cor da Inoar é o verde: um tom forte e otimista que é imediatamente reconhecido. Deve estar presente em todos os materiais institucionais (papelaria, site, etc).

As cores da nossa paleta são suaves e transmitem bem-estar. Elas reforçam a personalidade da nossa Marca e podem ser usadas em matérias de comunicação, tais como anúncios e catálogos.

COR PRINCIPAL

VERDE PRINCIPAL

PRINT
Pantone
377 C

PRINT
C 60
M 25
Y 100
K 0

SCREEN
R 120
G 153
B 4

WEB
HEX WEBSAFE
789904

CORES SECUNDÁRIAS

VERDE PISTACHE

PRINT
PANTONE
577 C

PRINT
C 40
M 10
Y 60
K 0

SCREEN
R 170
G 194
B 126

WEB
HEX WEBSAFE
AAC27F

DOURADO

PRINT
PANTONE
871 C

PRINT
C 40
M 40
Y 67
K 28

SCREEN
R 133
G 117
B 80

WEB
HEX WEBSAFE
85754E

PRETO

PRINT
PANTONE
Process
Black 6 C

PRINT
C 30
M 0
Y 0
K 100

SCREEN
R 0
G 0
B 0

WEB
HEX WEBSAFE
000000

ÁRVORE ÍCONE

Presente em diversas famílias de produtos, tem sua história ligada ao produto Inoar mais reconhecido mundialmente: o óleo de argan.

Seu reconhecimento atrelado à marca Inoar é tão forte que tornou-se um elemento que compõe os layouts de rótulos da linha de Cabelos e Dermocosméticos.



PAPELARIA



SELOS



DERMOCOSMÉTICOS



CABELOS
Divisão Home Care



CABELOS
Divisão Profissional



ARGAN OIL



DERMOCOSMÉTICOS



HAIR CARE

ÁRVORE PATTERN

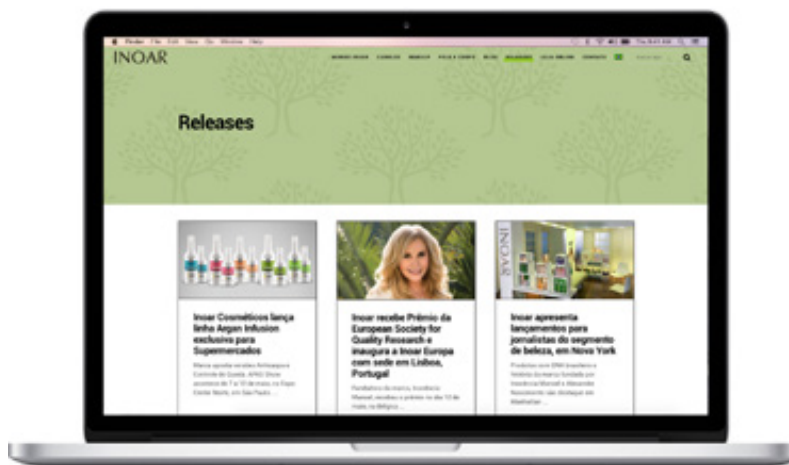
O pattern de árvores de argan é um elemento que compõe a identidade visual da Inoar e pode ser utilizado em diversos materiais institucionais.



STAND DE FEIRAS



SITE INOAR



Use sempre os
arquivos originais
eletrônicos

ESTILO FOTOGRÁFICO

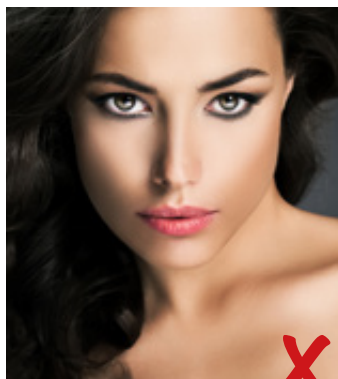
A Inoar produz fotos autorais de modelos para utilização em todos os países, porém elas não podem ser usadas aleatoriamente. Dê preferência pelos layouts já desenvolvidos por Inoar Brasil. Para outras ações envolvendo modelos, observar as diretrizes a seguir:

DERMOCOSMÉTICOS

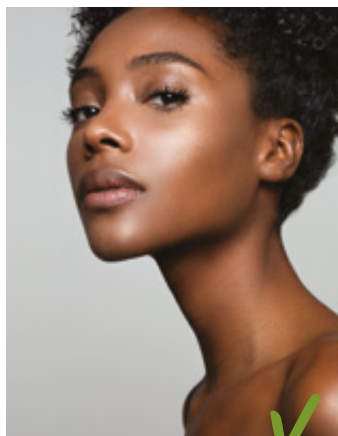


FOCO NA PELE

- pele perfeita, iluminada e natural, mas sem aparência encerada, com efeito "blur";
- maquiagem "invisível";
- não utilizar brincos, joias e/ou bijuterias;
- roupas em tons neutros e sem estampas;
- unhas pintadas de cor neutra;
- buscar representatividade com várias raças;
- cabelo bem penteado, preso, com aparência natural; destaque deve ser a pele.



- pele falsa com efeito "blur";
- maquiagem em excesso;
- cabelo solto, em destaque na foto.



MAKEUP

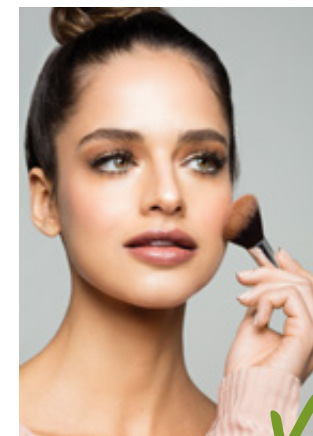


FOCO NA MAQUIAGEM

- pele perfeita, mas sem efeito "blur";
- não utilizar brincos, joias e/ou bijuterias;
- roupas sem estampas;
- unhas pintadas de cor neutra;
- cabelo preso ou penteado simples, destaque sempre para o rosto.
- buscar representatividade com várias raças;
- feição natural.



- cílios postiços aparentes;
- unhas com cor forte;
- feição sexy.



ESTILO FOTOGRÁFICO

CABELOS

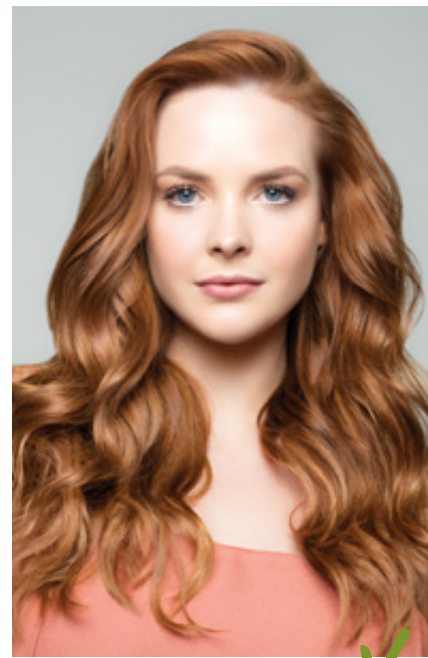
FOCO NOS FIOS

- o foco será sempre o cabelo por isso não usar maquiagens fortes e roupas estampadas;
- caimento natural dos fios e aparência saudável.
- as unhas devem ter cor neutra;
- não utilizar brincos, joias e/ou bijuterias;
- evitar decotes marcantes;
- buscar a representatividade de várias raças;
- pele perfeita, sem efeito "blur".



CABELO LISO

- liso com volume natural;
- fios alinhados;
- brilho e caimento natural.



CABELO ONDULADO

- volumoso sem excessos;
- ondas naturais;
- brilho e caimento natural.

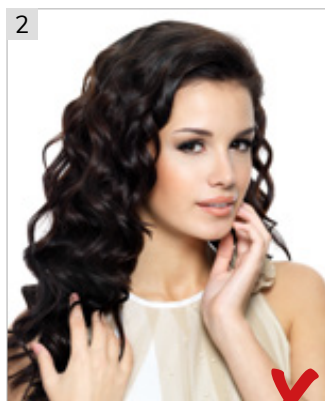


CABELO CRESPO

- volumoso;
- cachos definidos;
- evitar babyliiss.



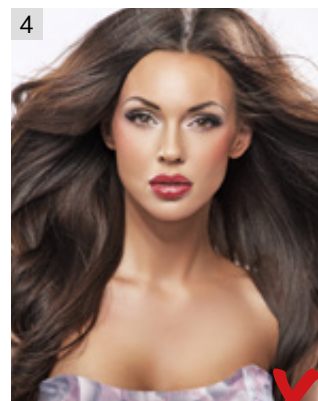
1



2



3



4

FOTOS INCORRETAS

1. volume, brilho e caimento falsos.
2. babyliiss muito evidente.
3. cabelo bagunçado e manchado. Edição da foto sem cor.
4. maquiagem em excesso.

TOM DE VOZ

Palavras são ferramentas poderosas para a construção da marca Inoar porque também transmitem nosso posicionamento. O tom de voz orienta o nosso jeito de falar e de escrever em comunicações para todos os públicos, internos e externos.

O tom de voz da Inoar é único. Como uma empresa inspirada em diversos perfis de pessoas, nossa voz precisa ser sempre clara e humanizada.

Todo conteúdo deve ser explicado de maneira cordial e simples. Em determinados momentos (como nas redes sociais), empregamos um humor sutil. O tom de voz pode ser coloquial, mas nunca usar gírias, palavrões ou jargões.

Nunca usar características físicas de mulheres como efeito de comparação, ou que possam sugerir preconceito, machismo, misoginia.

Valorize a diferença, e a diversidade da beleza.

EXEMPLOS

1. Evite gírias, jargões, grafias incorretas.

✓ Fale assim:

“Divine Curls foi feito para quem tem cachos – e não quer viver sem eles. Pronta para circular por aí?”

✗ E não assim:

“Divine Curls é para as poderosas. Migaaaaaa, bora arrasar no rolê?”

2. Seja cordial ao comunicar uma notícia, não use exemplos negativos.

✓ Fale assim:

“A Inoar tem produtos inspirados em você. E agora você compra aqui os produtos que mais fazem sucesso na nossa página do Facebook. Fácil, né?”

✗ E não assim: “Deixe de ser boba e pare de perder seu tempo comprando produtos na loja, vem pra Inoar.”

3. Não desvalorize características físicas.

✓ Fale assim:

“A gente vive em constante movimento – adoramos poder mudar! Para todos os cabelos, existe um produto Inoar.

✗ E não assim:

“Chega de cabelo ruim. Use Inoar para alisar os fios.”

4. Valorize a diversidade da beleza.

✓ Fale assim:

“A Inoar se inspira em todos os tipos de beleza para criar produtos que valorizam quem você é.

✗ E não assim:

“Cabelo bom é cabelo liso.”

TOM DE VOZ

EXEMPLOS

REDES SOCIAIS E BLOG

Assuntos relevantes para o público são nosso tema principal. Um olhar atento às tendências, às redes sociais e às mudanças de comportamento nos ajudam a falar sobre o que interessa, fazendo o link entre as tendências e nossos produtos.



inoarbrasil O Pantone de 2019 já é a nossa cor faz um tempinho. As nossas linhas deixam seu cabelo lindo e ainda deixam a sua casa com a Cor do Ano. Confira toda nossa linha no site: www.inoar.com

REDES SOCIAIS - ELOGIOS E RECLAMAÇÕES

Linguagem informal e sem rodeios, que demonstra empatia. Mostramos confiança de que o problema será resolvido com a afirmação “queremos resolver seu problema”, cuidado e agilidade com “entre em contato com nosso SAC” e simpatia com o emojis.

Cliente: Amo esse produto.

Inoar: Obrigada @xxx 🍷🍷🍷🍷

Cliente: Gostaria de ganhar amostras.

Inoar: Olá. A Inoar somente faz distribuição de amostras em seus eventos e feiras, mas fazemos sorteios :) Fique de olho e participe!

Cliente: Usei o produto e meu cabelo ressecou.

Inoar: Olá. Queremos conhecer melhor seu caso. Entre em contato com nosso SAC: contato@inoar.com

Cliente: Pior coisa que fiz foi comprar este produto.

Inoar: Poxa, queremos saber mais detalhes. Mandamos um inbox para você.

QUESTÕES TÉCNICAS DOS PRODUTOS

Linguagem direta. Mostramos conhecimento técnico e somos assertivos nas respostas. Explicações devem ser eficientes, sem palavras e frases desnecessárias.

Cliente: Analisando a composição do produto (já com o selo vegano) constatamos a presença de Whey Protein. Gostaria de uma explicação sobre isso, já que esse produto é extraído do soro de leite, sendo assim um produto não vegano.

Inoar: Olá. Boa tarde! Obrigada por vir aqui falar com a gente. E acima de tudo, mostrar que é preocupada com a clareza de informações, assim como nós. Padronizamos um blend de peptídeos sintéticos cujo aminograma reproduz com exatidão a composição molecular do Whey Protein. Assim, nossos esforços em tecnologia permitem que tenhamos todos os benefícios dessa proteína de altíssimo valor biológico sem explorar qualquer forma de vida animal.

REDES SOCIAIS

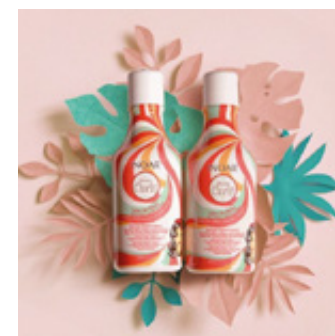
A mídia social é qualquer forma de comunicação que se baseia na participação, comentários e interação em grupo. Seu perfil de mídia social (ou seja, Facebook, Instagram, por exemplo) deve representar a marca em seu local de atuação, sem alterar a padronização da marca.

Se você deseja publicar comunicações de mídia social com produtos Inoar, consulte as imagens de produtos aprovadas e as orientações de marketing para distribuidores.

No Facebook a Inoar trabalha uma página global. Cada distribuidor é responsável por manter o padrão de comunicação em dia. Páginas fora do global ou que não atendam às especificações, não serão consideradas páginas oficiais Inoar.

IMAGENS PARA REDES SOCIAIS

- preferência por fotos
- incluir ingredientes e folhagens
- fundos claros
- pouco ou nenhum texto



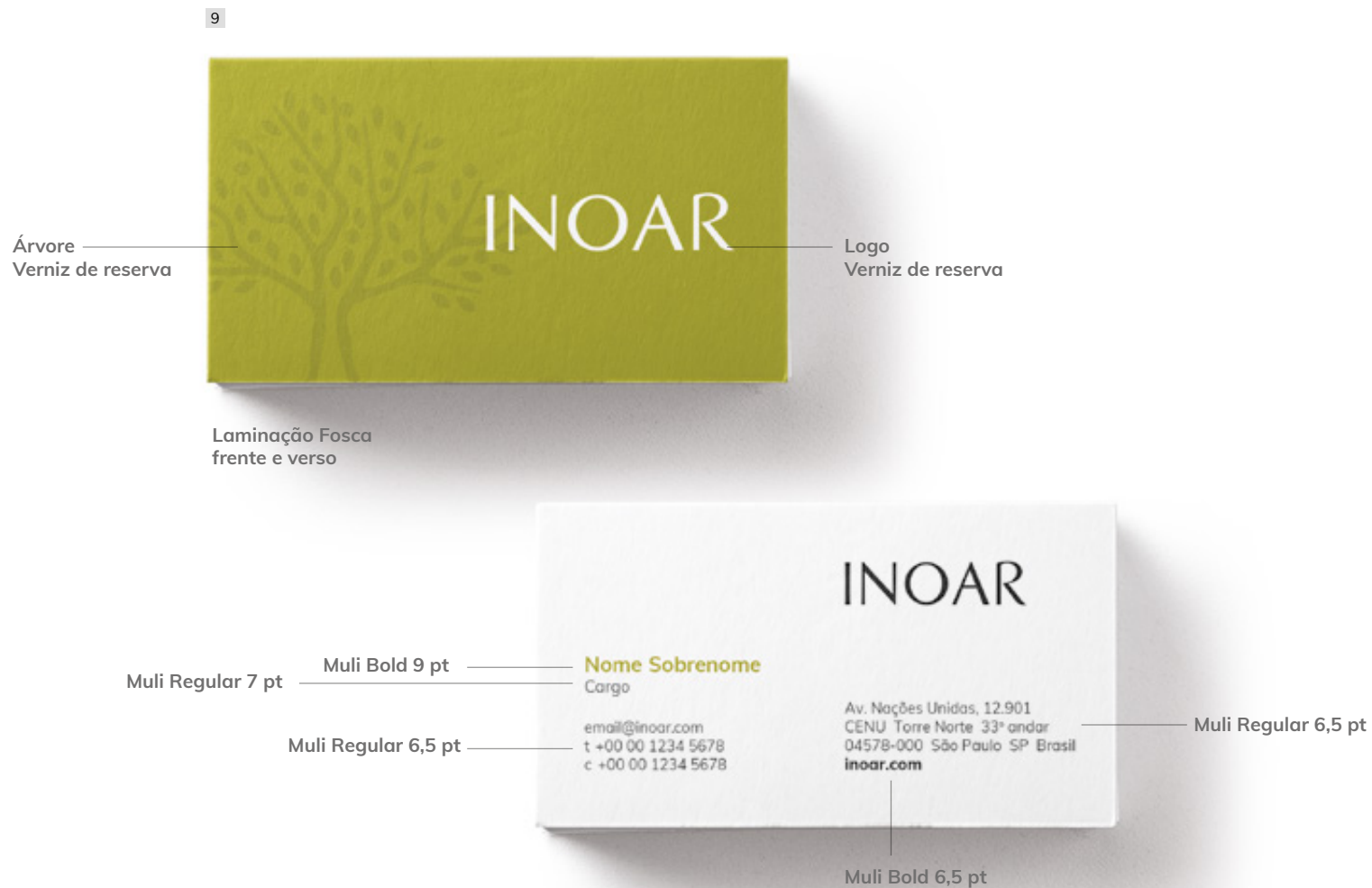
MATERIAIS INSTITUCIONAIS

1. Envelope Saco
2. Envelope Ofício
3. Caderno de anotações
4. Papel carta
5. Bloco de Notas
6. Fita Cetim
7. Caneca
8. Pasta



MATERIAIS INSTITUCIONAIS

9. Cartão de visita



MATERIAIS INSTITUCIONAIS

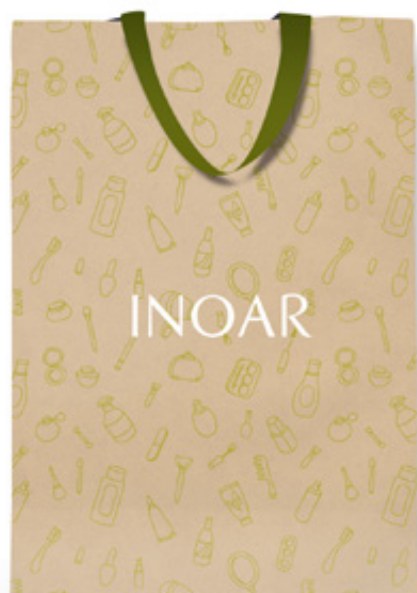
- 10. Crachá
- 11. Botton
- 12. Pins
- 13. Canetas
- 14. Pen-drive



MATERIAIS INSTITUCIONAIS

15. Sacola de papel craft

16. Caixa e-commerce



15



16



MATERIAIS INSTITUCIONAIS

- 17. Sacola de algodão cru
- 18. Camisetas - uniforme
- 19. Avental



17



18



19

NOVAS EMBALAGENS

COLEÇÃO ARGAN OIL COM AS NOVAS EMBALAGENS



O compromisso da Inoar com as questões de sustentabilidade está refletido também no redesign do nossos produtos.

A partir de 2018/2019, nossas coleções terão um novo visual, mais moderno, que transmite os nossos valores e traz informações importantes sobre os produtos.

INOAR

Este Brand Book foi produzido pelo departamento de Marketing da sede da Inoar no Brasil. No caso de dúvidas ou para mais informações, entre em contato: comunicacao@inoar.com



Antes de imprimir pense
em sua responsabilidade
com o meio ambiente.