

BRAND BOOK

NTS | nortech
show

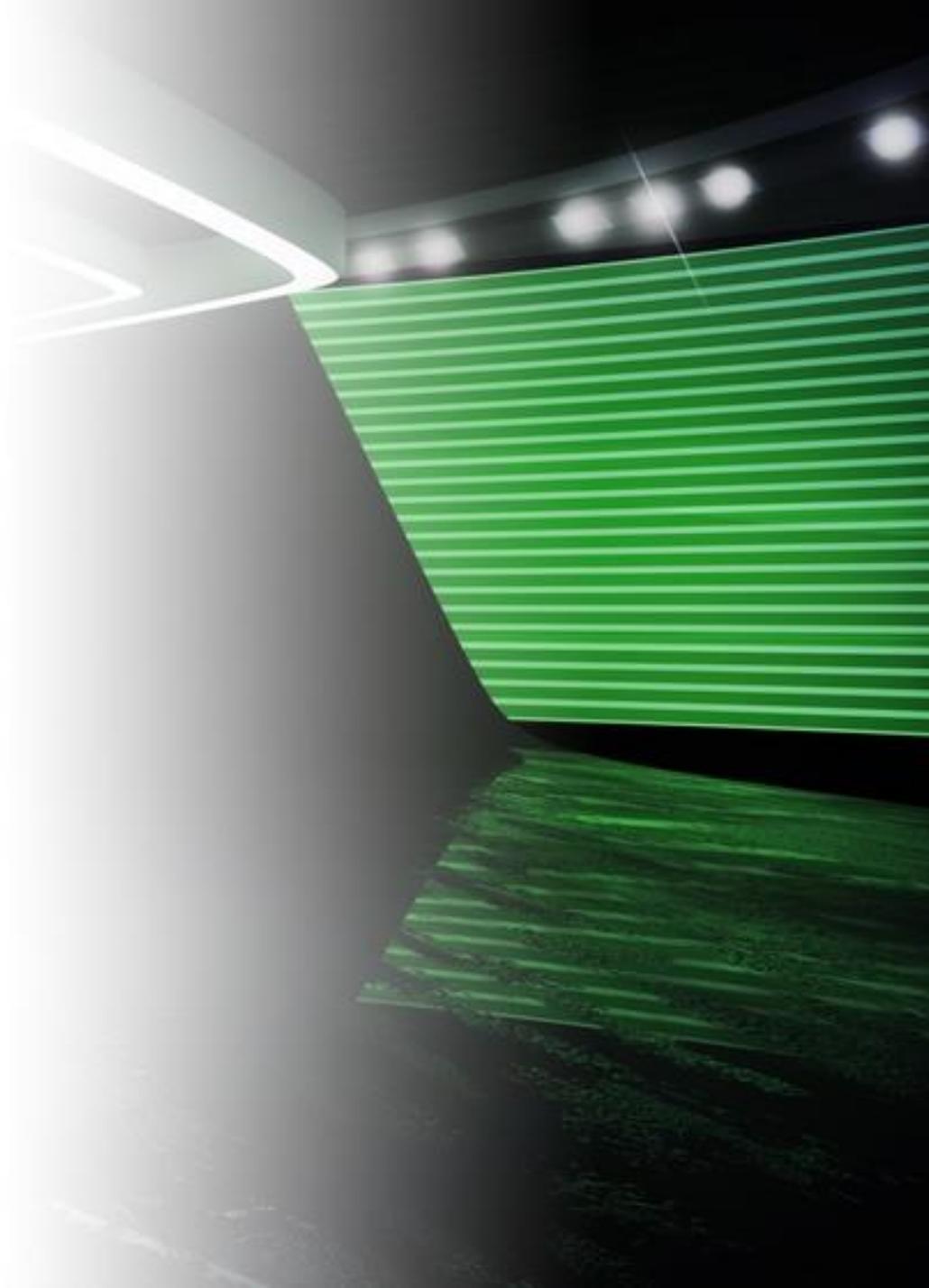


Contexto do Evento

Do que se trata?

O avanço do acesso a dispositivos de comunicação faz com que grande parte da sociedade entre em contato com a evolução da tecnologia, aplicada a diversas áreas: do entretenimento ao *business* e investimento financeiro. Dessa forma, faz-se necessário integrar os interessados da região às inovações da área. Todavia, no Nordeste e principalmente na Paraíba, nota-se uma escassez de eventos bem estabelecidos que tratem das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs).

Assim, o NorTech Show (NTS) é um evento que vem para cobrir esta lacuna, com intuito de mostrar novas oportunidades aos empresários, CEOs e donos de startups, assim como os possíveis engajados no ramo das TICs. A ideia é alcançar renome, conquistando um público expressivo na Paraíba e partindo para ser referência na região Norte-Nordeste. O objetivo do evento é **expor novas realidades** aos visitantes, os empoderando através do conhecimento e novas experiências.





Referências Visuais

O que vou encontrar?

O NTS traz consigo assuntos mais recentes dos temas de tecnologia, comunicação, games e afins. Dessa forma, para agregar de forma concisa todos estes tópicos na comunicação do evento, usaremos referências de marcas do entretenimento vinculadas à ficção científica (sci-fi). Todavia, não se deve usar em excesso referências de jogos, já que o público-alvo central do evento são pessoas de faixa etária acima dos 30 anos, que podem não ter um vínculo com a identidade usada dos games.

Referências Visuais

O que vou encontrar?



Referência:

Metroid Dread (Nintendo)

Justificativa:

Uso de caixas de diálogo na interface de usuário para destacar e ambientar informação textual. Destaque de informação com cores complementares. Uso de linhas e ângulos retos e obtusos.

Referência:

Halo Infinite (Xbox)

Justificativa:

Uso de linhas e ângulos retos e obtusos para ambientar o background com tema de tecnologia, robótica e automação.



Referências Visuais

O que vou encontrar?

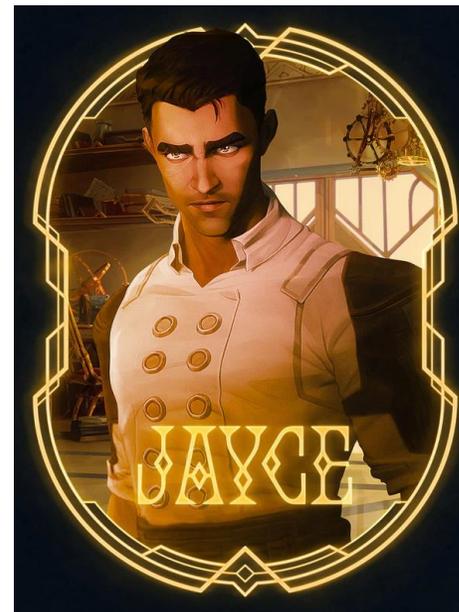


Referência:

Pacific Rim - Uprising
(Universal Pictures)

Justificativa:

Uso do neon para complementar as cores e grids de UI tecnológica para compor a peça de divulgação.



Referência:

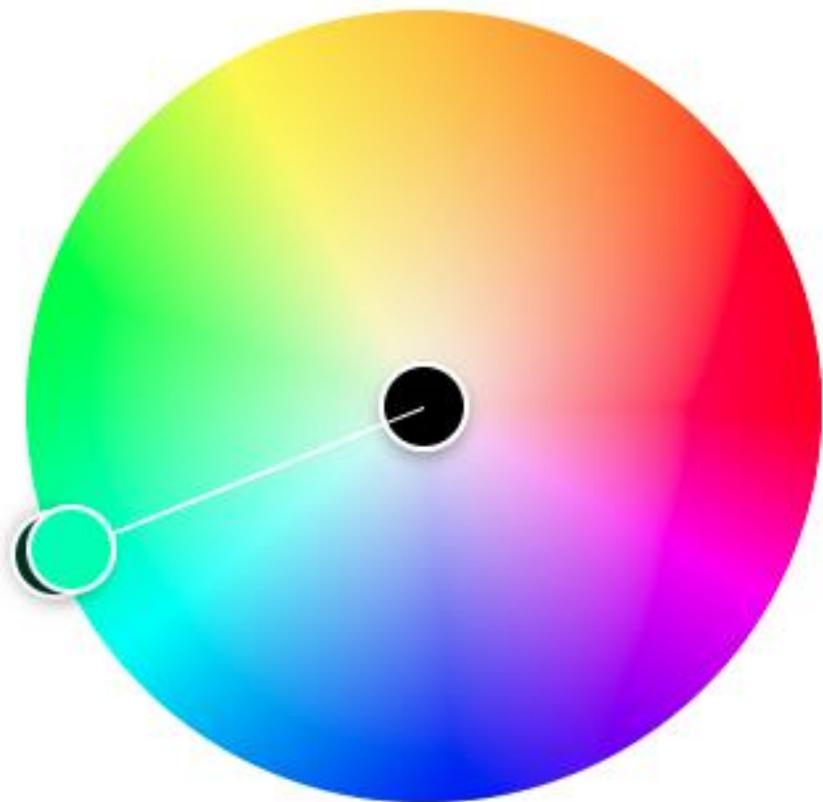
Arcane (Riot Games, Netflix)

Justificativa:

Uso de art nouveau e visual tecnológico para compor a identidade através da moldura, uso de blur e neon para destaque textual e introduzir personagem.

Cores

Teoria e escolha



Comumente, em temas de tecnologia existe a predominância do uso do azul, já que a cor em questão submete ideias de continuidade, profissionalismo, confiança e serenidade, ideais para o tema em questão. Todavia, existe a necessidade de quebrar um pouco o que já é previamente estabelecido, para criar um teor de originalidade e repassar outros valores à marca. O uso do verde ajuda nesta intenção, já que traz consigo a sensação de credibilidade, sustentabilidade e renovação, comunicando tanto com um público relacionado ao *business* quanto aqueles que buscam um futuro mais equilibrado, já que a região em que o evento irá ocorrer possui um apelo à vegetação natural. O verde também torna prático o uso do neon para destaques.

Cores

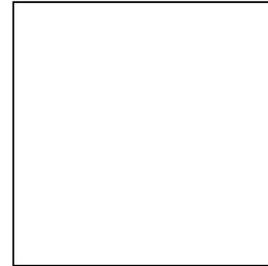
Códigos e gradiente



#0DF7B0



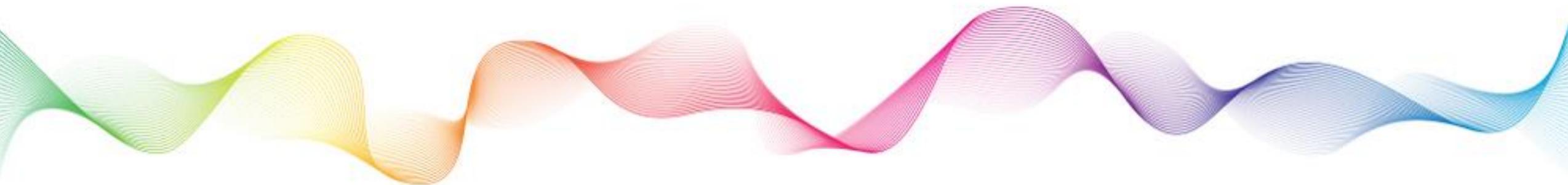
#00BB83



#FFFFFF



#000000



Tipografia

Famílias

FSP DEMO Universo Bold Regular

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk

Ll Mm Nn Oo Pp Rr Ss Tt Uu Vv

Ww Xx Yy Zz 0123 56789

A família FSP foi a fonte escolhida para a logo por ser moderna, ter ótima legibilidade e similaridade com o tema.

USO: Títulos e palavras chave

Acumin Variable Concept

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk

Ll Mm Nn Oo Pp Rr Ss Tt Uu Vv

Ww Xx Yy Zz 0123456789

A família Acumin destaca-se por ter maior legibilidade e mais opções para composição das artes.

USO: Corpo de texto

Identidade Verbal

Tom de voz

Tom	Descrição	Justificativa
Cordial	"Agradável e versátil, consegue adequar-se a diferentes públicos e manter-se sempre como uma presença bem-vinda. A conquista não demanda muita atenção."	Devido ao tema alcançar diversas faixas etárias e o objetivo de um público alvo específico, usaremos um tom equilibrado que comunique eficientemente para todos.
Erudito	"Ao tratar assuntos com profundidade, consegue criar o sentimento de curiosidade, assim como gerar discussões enriquecedoras. Assuma a posição de referência."	Tecnologia e inovação são temas em constante evolução, assim é necessário demonstrar domínio ao público através da comunicação, estabelecendo a impressão de expertise e confiança no assunto.
Explicativo	"Quando se fala de fora, é possível elucidar pontos que normalmente não conseguem ser vistos. Seja simples ao mostrar o que sabe e mantenha-se aberto ao diálogo."	Diversas novidades dos temas não são de fácil compreensão ao público geral, dessa forma o uso deste tom complementa o anterior, elucidando e introduzindo assuntos.
Convidativo	"Criar vontade de pertencer é o caminho para que consiga trazer as pessoas para o seu propósito. Valorize aquilo que há de melhor e torne-se desejável."	O evento está em sua primeira edição, além de ser um evento gratuito. Dessa forma, o tom em questão é essencial para converter visualizações em presença.
Sedutor	"Alimente o desejo de estar contigo. Valorize os pontos positivos e gere a vontade de se ter uma jornada compartilhada. O ímpeto dita as ações a serem tomadas."	De forma a introduzir novas realidades aos lojistas, empresários e startups, o tom em questão é utilizado para despertar a atração, enaltecendo vantagens e pontos positivos na comunicação.

Identidade Verbal

Linhas de Postagem

- **Introdutória/Preparatória**

São as postagens/cards padrões de evento, introduzindo a marca, local, data de evento, contagem regressiva, entre outros.

- **Convidativa/Call to Action**

São as postagens/cards com intuito de direcionar o leitor a uma ação crucial relativa ao evento (inscrição, compartilhamento, comentário), promovendo interação.

- **Informativa**

São postagens/cards que trazem curiosidades, novidades e *trendings* dos assuntos temáticos do evento. Elas devem introduzir os assuntos, despertar interesse e encaminhar para conteúdo do evento, que irá completar a informação. Caso não tenha relação direta com o conteúdo, adentrar um pouco mais no tópico para criar imagem de expertise.

- **Divulgativa**

Postagens/Cards com intuito de divulgação de conteúdo do evento. Stands, palestras, sub-eventos, patrocinadores e afins. Deve-se agregar valor nos cards, trazendo o tema do conteúdo de cada um através de símbolo ou pelo background. O conteúdo textual também deve orientar o leitor para conhecer um pouco a respeito do conteúdo e levá-lo a interagir com o mesmo durante o evento.

E-mail Marketing

A campanha de email marketing deve ser focada em introduzir o evento para uma base de dados já previamente estabelecida, com intuito de atrair: divulgar temas, atrações e dinâmicas presentes no evento. Uma vez atraídos, os emails devem ser encaminhados para fidelizar o cliente: trazer novidades, depoimentos/citações de atrações. Ambientar o visitante pela comunicação é ideal para motivá-lo a comparecer ao evento e para que ele esteja ciente do que vai estar consumindo no local. De maneira a convencer o receptor a continuar recebendo os emails, é importante elaborar uma recompensa a ele, trazendo valor extrínseco.

Exemplo de Email

Assunto: NorTech Show - Prepare-se para uma nova realidade!

Olá [Nome]!

Somos a NorTech Show: o novo evento da região voltado para tecnologia, negócios e entretenimento. Temos o objetivo de mostrar a você as oportunidades mais inovadoras no mundo tecnológico e digital, aprimorando sua empresa, negócio, profissão ou até mesmo seus hobbies! O evento está marcado para os dias 18 a 20 de agosto, no Centro de Convenções de João Pessoa-PB e será totalmente gratuito!

Contaremos com vários expositores, palestras, dinâmicas e competições, expondo novas realidades no ramo da tecnologia, comunicação, automação e games. E mais: você vai ficar por dentro das possibilidades mais recentes para transformar seu negócio, captar parcerias com startups, acompanhar as pesquisas científicas da área e experienciar o que há de mais novo nos games!

Contamos com sua presença. Siga nossas redes abaixo e aguarde por mais informações!

[Grid de redes (twitter, instagram, youtube e linkedin)]

Identidade Visual Redes Sociais

Card

São as postagens/cards padrões de evento, introduzindo a marca, local, data de evento, contagem regressiva, entre outros.

Legenda

São as postagens/cards com intuito de direcionar o leitor a uma ação crucial relativa ao evento (inscrição, compartilhamento, comentário), promovendo interação.

Identidade Visual

Estrutura



Card

São as postagens/cards padrões de evento, introduzindo a marca, local, data de evento, contagem regressiva, entre outros.

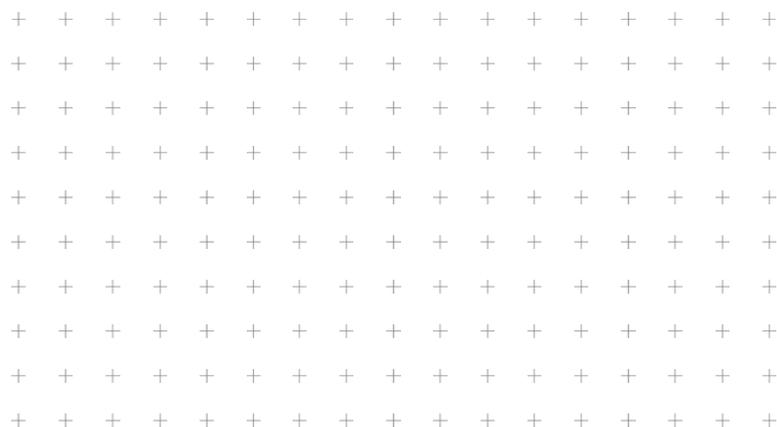
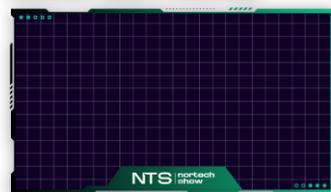
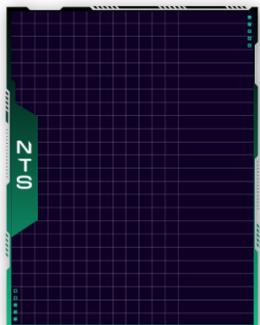
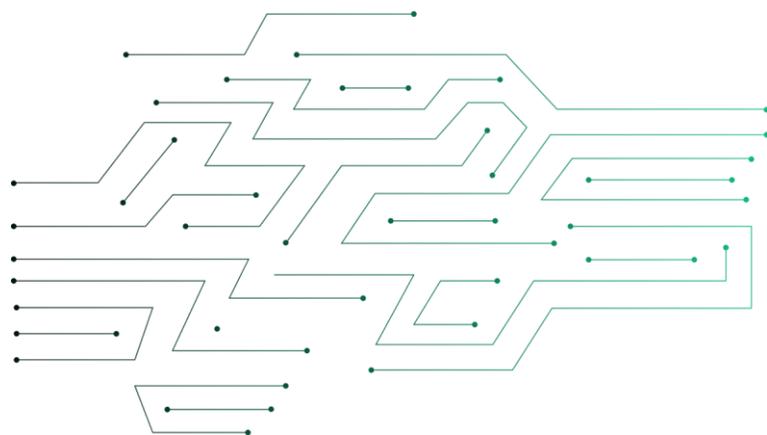
Legenda

São as postagens/cards com intuito de direcionar o leitor a uma ação crucial relativa ao evento (inscrição, compartilhamento, comentário), promovendo interação.



Elementos

Complemento visual



A composição mais característica para trazer a ideia de tecnologia foi a escolhida para trazer compor a identidade do evento. Combinando as linguagens visuais utilizadas em produtos "Tech" com um degradê de verde ao preto, trazemos a identidade do evento que é ao mesmo tempo marcante e simples.



Marca Desenvolvimento

A ideia da marca é usar uma estratégia bem comum no mercado tech que é a criação de uma sigla. Para esse tipo de público, siglas são bem utilizadas e trazem uma característica forte que é a memorização fácil, o que proporciona uma maior divulgação da marca e por consequência uma divulgação fácil do evento.

Com a escolha de uma tipografia sans-serif para a logo, ela ganha mais modernidade. As bordas levemente arredondadas trazem características importantes como confiança e segurança por parte dos consumidores à marca.

NTS **Ícone**

Horizontal **NTS** | **nortech
show**

NTS **Quadrada**
**nortech
show**

Identidade Visual

Estrutura



Direcionamento

A postagem tem que trazer abstração, pistas de temas, sem revelar o nome do evento. Contextualizar com símbolos temáticos (tecnologia, automação, games, metaverso, entre outros).

Legenda

Prepare-se! Uma experiência totalmente nova para você está chegando...

Tons de voz usados:

Convidativo e sedutor.

Identidade Visual

Estrutura



Direcionamento

A postagem será um carrossel, deve possuir elemento-guia de leitura (retas, pontilhados, entre outros) que interligue cada imagem do carrossel. Fundo neutro para facilitar a leitura.

Legenda

Em alta nos comentários de muita gente e circundando as redes sociais, os NFTs são uma solução que vai muito além de investimento financeiro! Conheça um pouco mais com a gente!

Tons de voz usados:

Informativo, erudito, cordial.

Mockup

NORDESTE+
TECNOLOGIA

NTS | nortech
show
18 a 20
de Agosto



NTS | nortech
show
18 a 20
de Agosto

**PRIMEIRO LOTE
DE INSCRIÇÕES**

LIBERADO

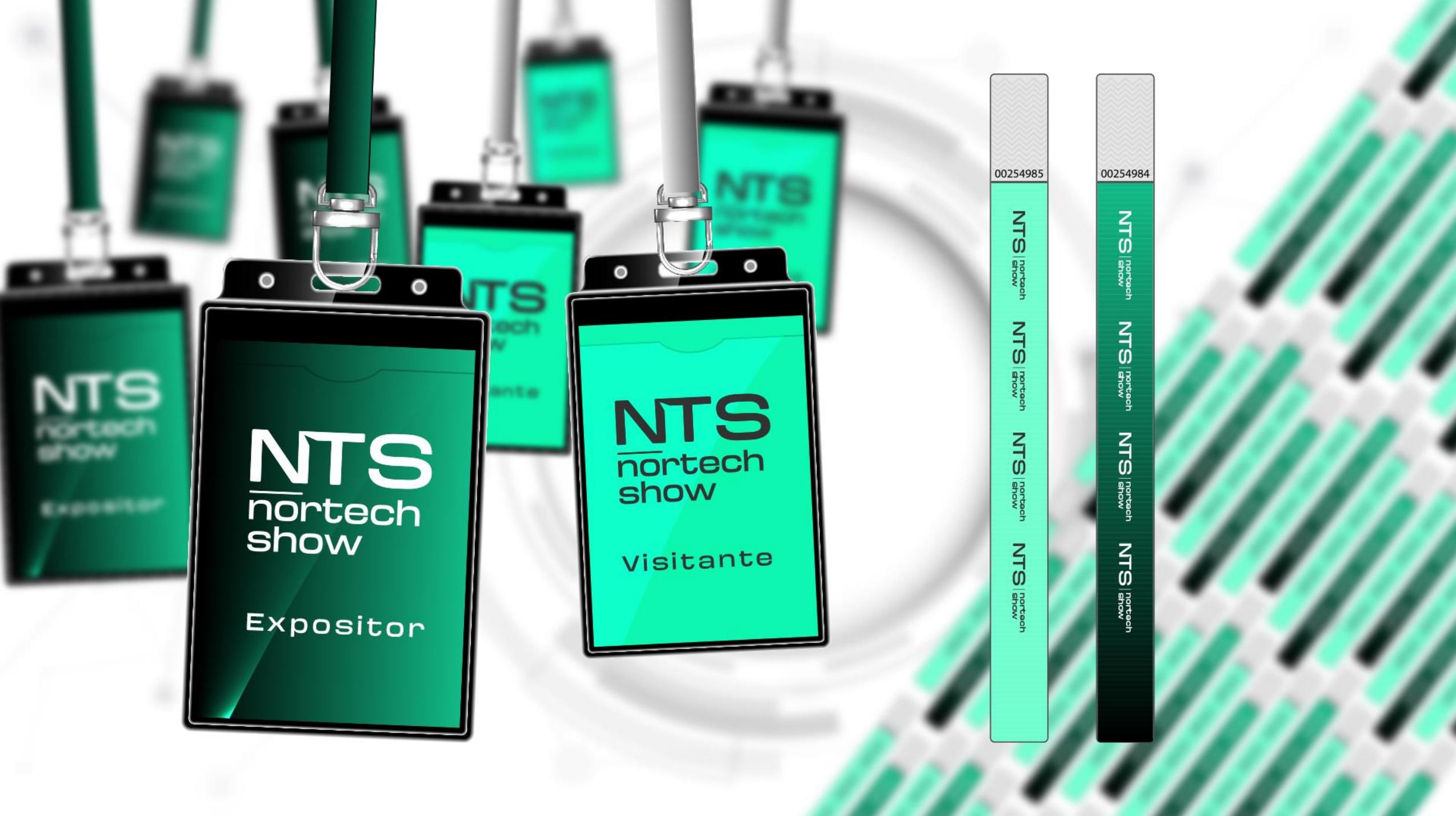
INSCREVA-SE
GRATUITAMENTE
ACESSANDO O LINK
NA NOSSA BIO!



NTS | nortech
show
18 a 20
de Agosto

PREPARADO PARA
ENTRAR EM UMA NOVA
REALIDADE





NTS
nortech
show

Expositor

NTS
nortech
show

Visitante

00254985

NTS | nortech show

NTS | nortech show

NTS | nortech show

NTS | nortech show

00254984

NTS | nortech show

NTS | nortech show

NTS | nortech show

NTS | nortech show







NTS

nortech
show





Canais de Comunicação

Canais

Os primeiros canais a serem estabelecidos serão o **Instagram e a Landing Page**, dessa forma deve-se inserir aqui um placeholder para os dois. Como também existe a possibilidade de trabalharmos **twitter e youtube**, criar placeholders para estes também.

Conteúdo Extra

Durante a campanha podem existir conteúdos extras como webinars, dessa forma só é necessário citar esta informação junto à parte dos canais.

Canais de Comunicação

Instagram

comunicação geral para todos os públicos possíveis.

Futuramente

Twitter

comunicação engajadora para público mais jovem.

Youtube

conteúdo extra (webinars, lives).

LinkedIn

comunicação específica para o público adulto, empresas e marcas.



Equipe de Desenvolvimento



Tristan Lima

Redator

Lucas Monguilhott

Diretor de Marketing

Vinícius Miron

Designer