



sunshine

INTRODUÇÃO

Sobre o projeto

CONTEXTO DA MARCA

O pontapé inicial desse trabalho passa por entender quem a marca é e quais são os seus objetivos de negócios, através de um trabalho de pesquisa que nutre as escolhas que a gente vai tomar daqui pra frente. Fazemos isso ao conectar o histórico da marca ao histórico do contexto da época, criando um posicionamento que esteja menos centrado na marca e muito mais centrado no consumidor.

Isso acontece quando cada vez menos queremos que o consumidor aceite aquilo que a gente quer dizer e cada vez mais por tentar ver o mundo pelas lentes dos nossos clientes, através de metodologia, experiência, expertise e processos pra fazer acontecer em um aprofundamento e refino de um trabalho feito a 4 mãos pelos time Vapor e Ótica Sunshine.



Sobre o projeto

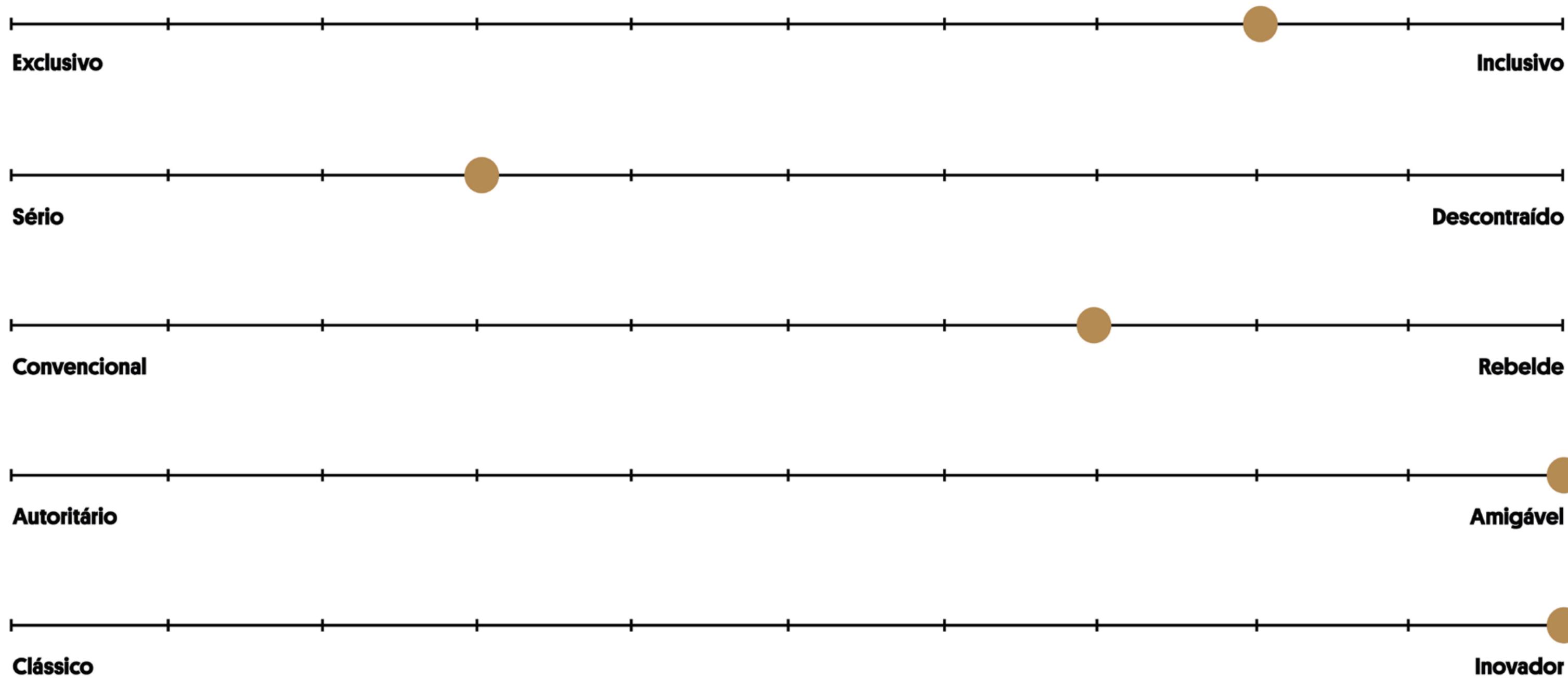
CONTEXTO DE COMUNICAÇÃO

A Sunshine acredita que quando uma marca conhece o seu cliente, ela tem a capacidade de ser muito mais assertiva na hora de se comunicar. E tudo isso parte de uma lógica de entender se a mensagem que a marca comunica de fato está chegando no público que ela quer conversar, da forma que ela quer se expressar. Atingiremos esse objetivo ao encontrar os diferenciais radicais da Sunshine pra reforçar a nossa comunicação com nossos clientes. Mapear os atributos de força e impulsionar isso em todos os pontos de contato da marca. Acreditamos que hoje ser Sunshine é um adjetivo. A gente sabe muito bem o que a gente é, mas nunca transcrevemos isso em palavras. Nós sabemos quais são os nossos valores, mas nunca documentamos isso. E acreditamos que o posicionamento que executamos hoje, “um novo conceito de ótica” é muito limitado pra representar tudo aquilo que somos. Por isso, nosso desejo de amplificar nossos valores de diferenciação para colocar no coração das pessoas os atributos que a gente tem, com uma comunicação mais assertiva e refletida em todos os universos verbais e visuais da marca.



Equalizadores de Personalidade

Atributos que guiarão o tom de voz da comunicação e a identidade visual da marca:



Atributos da Marca

Embaixadora

Divulgar a causa que acreditamos é crucial para que nossa marca consiga comover e agregar seguidores. Não somente levanta bandeiras, mas assumir a frente dos projetos em que acredita. Trazemos conosco aqueles que estão de acordo com nossos ideais e concordam com nosso manifesto. Ser a representante de uma causa faz da nossa imagem o símbolo da mensagem que as pessoas querem ouvir.

Inspiradora

Por onde passa, nossa marca deixa uma trilha de mudanças. Nosso exemplo de sucesso faz com que todos que nos cercam desejem partilhar o sentimento de vitória que transmitimos. Temos o poder de despertar sonhos antigos e esquecidos. Podemos tirar todos dos seus lugares e apresentar novas perspectivas, sabendo claramente onde queremos chegar.

Criativa

Contentar-se com o que já existe não é uma opção pra gente. É sempre possível aprimorar o vigente e imaginar construções novas. Absorver influências e transformá-las em projetos é quase um dogma e este deve ser seguido com base na autenticidade e estética. A comodidade é o caminho da indesejada estagnação.

Curiosa

Buscamos o novo e o diferente constantemente. Para dar vazão ao desejo de conhecer o todo, permanecemos sempre com uma postura questionadora, sem receios de soarmos como ignorantes em determinado assunto. Saber é um exercício constante. Olhar atento e a sensibilidade de saber ponderar é efetivamente importante pra gente.

Transparente

Somos uma marca guiada pela necessidade da verdade. Transmitimos tudo que se passa conosco com muita clareza. Precisamos nos sentir seguros perante os outros, permitindo que eles saibam tudo ao nosso respeito. Somos tão instigantes quanto um copo de água cristalina.

Transformadora

Temos capacidade de olhar aquilo que paira à nossa frente e antecipar o que está por vir. A mudança é a única maneira de sobrevivência e adequação. Buscamos sempre conhecer profundamente o vigente para saber quais pilares podem dar lugar a novos pilares.

Destemida

Toda vez que nos vemos diante de uma situação adversa, transformamos isso como motivação para criar algo novo. Desafios são buscados para fundamentar posicionamentos e a capacidade de reinvenção nos permite assumir uma postura inspirado perante aqueles que nos cercam.

Arquétipos

Líder

Assumimos a linha de frente para estimular e motivar os outros a irem além. Com autoridade e comprometimento conseguimos transmitir segurança para as conquistas diárias. Ao defendermos uma causa, criamos o sentimento de que somos as pessoas certas a serem seguidas e com estudos constantes nos tornamos referenciais pra quem nos acompanha.

Atributos associados:

Direcionamento, estímulo, convencimento

Vanguardista

Nossa capacidade criativa e de antecipação nos permite desenvolver conhecimentos que vão além do momento presente. Conseguimos transpor qualquer limite e romper o que é recorrente com originalidade e inventividade para criar algo admirável que será reproduzido.

Atributos associados:

Evolução, preparo, inovação

Iniciante

Dedicar o primeiro olhar a algo sempre nos permite ver inúmeras possibilidades. Sem vícios ou conceitos prévios, conseguimos assumir uma postura de curiosidade que ultrapassa conhecimentos. Novas e diferentes opções fazem com que tenhamos ânimo para começar.

Atributos associados:

Aspiração, iniciativa, otimismo

Tons de voz

Nosso tom é técnico, influenciador, insurgente, compassivo e apaixonado. A voz de uma marca exprime a sua personalidade, ela é estável. Os tons exprimem sua entonação, eles são mutáveis, se adaptam a diferentes públicos, canais e estratégias de comunicação. Em seguida, definimos as diretrizes para a utilização de cada tom:

Tom de voz

Compassivo

Queremos com esse tom exercitar nossos atributos de empatia, cuidado e proximidade. Nosso desejo de reconhecer sempre o que importa para o outro, de se colocar no lugar do cliente.

Influenciador

O objetivo aqui é organizar os argumentos de maneira assertiva para influenciar de maneira positiva, trazendo sempre um recorte que terá benefício para os dois lados.

Apaixonado

Somos apaixonados pelo que fazemos e as pessoas reconhecem isso como uma característica forte da nossa marca. Esse tom busca reforçar o encantamento, desejo e conexão com nossos clientes.

Insurgente

Nosso tom para romper o que foi posto como verdade, e ser sujeito ativo da mudança no mercado.

Técnico

Transmitir autoridade é um dos nossos maiores objetivos de comunicação. Por isso, apresentar conhecimento técnico e saber científico é um caminho importante pra ser ouvido e considerado.

Manifesto

*Somos uma geração de apaixonados por óculos.
E estamos em busca de novos modelos: de estilos e de óticas.
O equilíbrio perfeito entre moda e saúde, que cuida dos olhos
e eleva a autoestima.
Queremos de uma ótica tudo aquilo que a gente não espera
de uma ótica.
Nada contra os lencinhos no pescoço, sapatinho bico fino
e armação servida na bandeja.
É que a gente prefere um atendimento que sempre lembre
uma conversa entre amigos.
Óculos livres dos balcões e passe livre pra gente circular
a vontade e experimentar o novo.*

*Tudo muito transparente pra gente ver o que
tem por trás de cada lente.
Aí é só mergulhar fundo pra traduzir cada essência,
como uma consultoria de estilo que flui feito música,
descobrimos gostos e comparamos estilos que tocam a alma.
Uma sintonia fina entre aquilo que a gente fala e o
que os nossos óculos comunicam.
Porque a gente acredita que não adianta nada
enxergar melhor o mundo,
se o mundo também não enxergar o que a gente é.*

***Sunshine. Pra que o mundo enxergue
o que a gente é.***

Escolha Tipográfica

Aa

Nohemi é uma família de fontes sem serifa de desenho neutro e caráter sutil atendem a diversos projetos, desde branding e publicidade até design editorial e de produto, e foi escolhida para dar voz a nova marca da Sunshine. Também é uma fonte variável, permitindo ainda mais personalização e flexibilidade criativa. Além disso, suas linhas simples e estética moderna o tornam perfeito para aplicações digitais e de impressão.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

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

1234567890

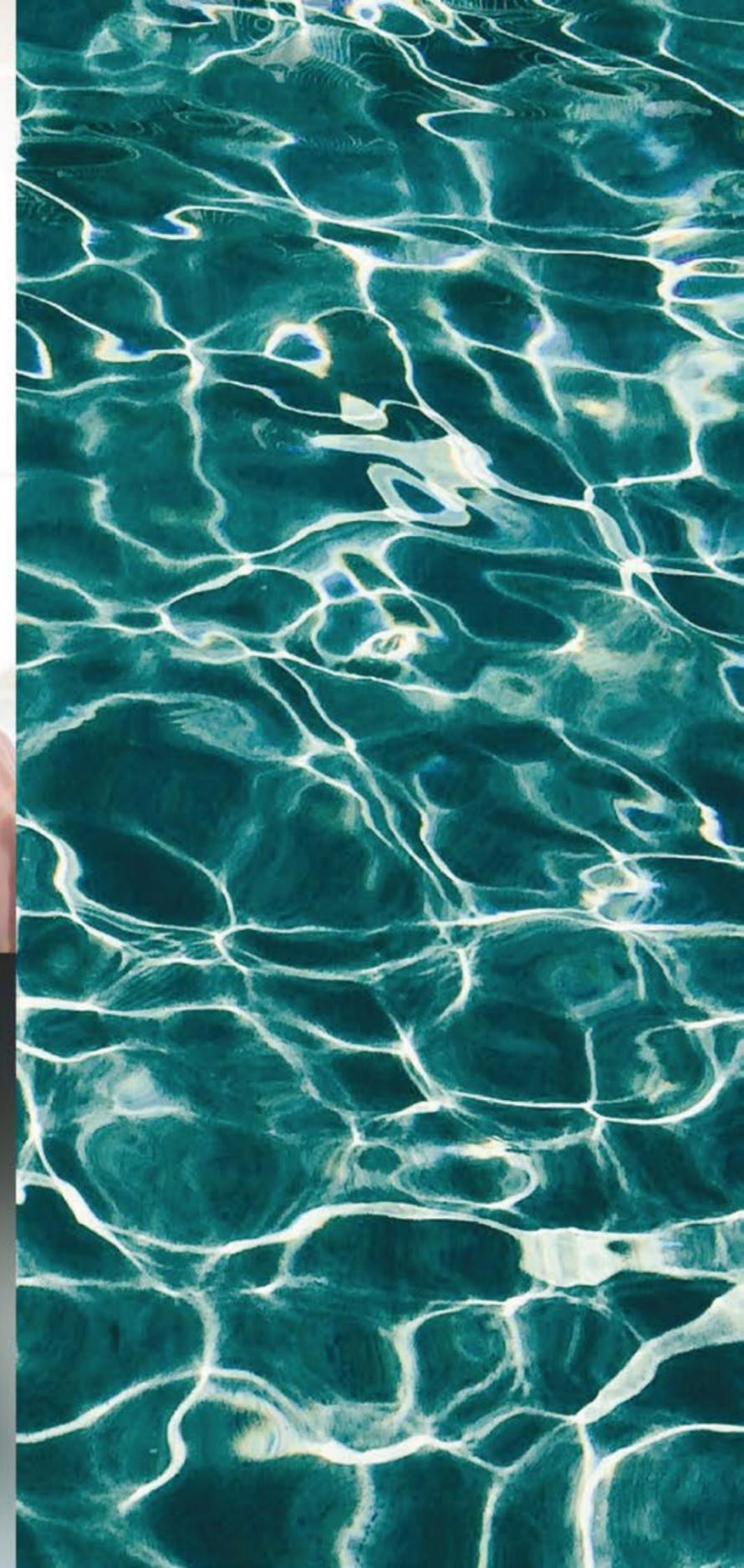
Black | **Extra Bold** | **Bold** | **Medium** | Light | Extra Light

Nohemi Font Family

Conceito

ESCOLHA DAS CORES

As cores escolhidas refletem a personalidade, os valores e a essência da Sunshine. O novo momento da marca transmite uma imagem moderna e inovadora, séria mas com um frescor. Com contraste de cores vibrantes e contemporâneas apropriadas e cores mais suaves e sofisticadas podem ser mais adequadas para uma marca que se concentra em luxo e elegância.



LARANJA EMBAIXADOR

Pantone 179C

HEX ef432a

RGB 239 67 43

CMYK 0 89 94 0

BEGE TRANSPARÊNCIA

Pantone 663C

HEX f1ece3

RGB 244 240 230

CMYK 4 5 9 0

PRETO DESTEMIDO

Pantone Neutral Black C

HEX 181818

RGB 23 23 23

CMYK 73 67 65 79

VERDE INSPIRAÇÃO

Pantone 346C

HEX 69c3a0

RGB 104 196 161

CMYK 58 0 47 0

AZUL TRANSFORMADOR

Pantone 7672C

HEX 3f4da0

RGB 63 77 161

CMYK 87 81 0 0

ROSA CURIOSO

Pantone 698 C

HEX facbcb

RGB 250 203 203

CMYK 0 24 11 0

AMARELO CRIATIVIDADE

Pantone 122C

HEX fecb4a

RGB 253 203 75

CMYK 0 20 82 0

Conceito de marca

A Bauhaus como catalizadora de uma transformação

A Bauhaus tinha uma predileção pelas formas geométricas simples, incluindo círculos, que eram considerados elementos fundamentais do vocabulário visual da escola. Os círculos representavam harmonia, equilíbrio e unidade, e eram frequentemente usados para criar composições dinâmicas e visualmente atraentes. Inspirados por essa abordagem, incorporamos formas circulares na conceituação do novo momento da Sunshine.

Assim como os mestres da Bauhaus buscavam uma abordagem holística para o design, a Sunshine incorpora essa filosofia ao integrar estética e utilidade de maneira harmoniosa. Cada armação é meticulosamente projetada para não apenas complementar a aparência do usuário, mas também para proporcionar conforto e durabilidade superiores.

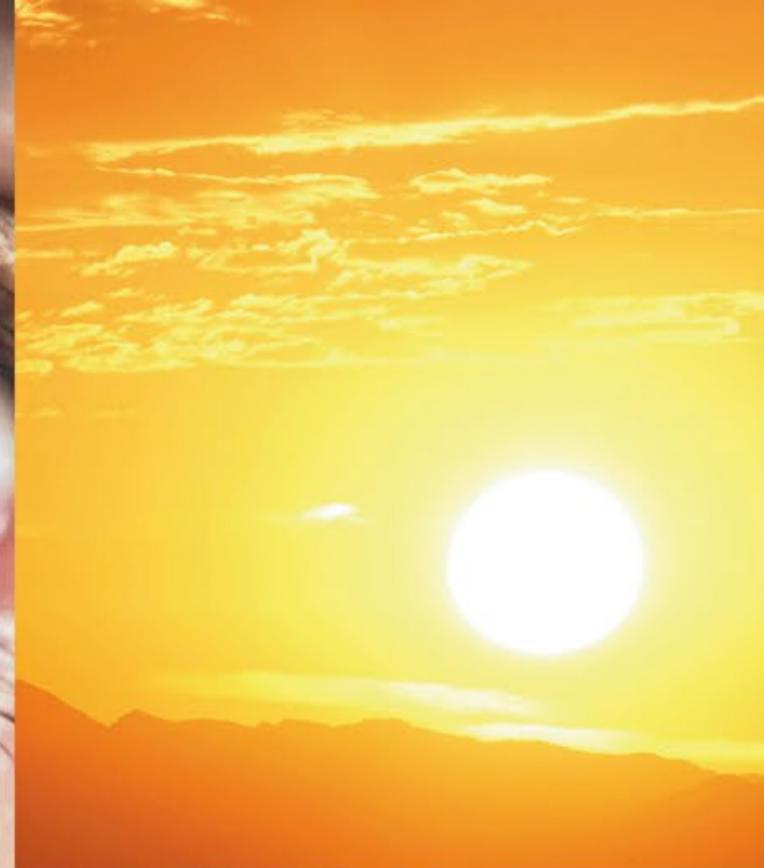


Conceito de marca

O movimento e padrão de círculos e semi-círculos

O círculo é frequentemente usado por marcas para transmitir diversos significados e associações. Sua característica de forma fechada simboliza unidade e completude, sugerindo continuidade e totalidade, enquanto sua natureza contínua evoca conceitos de eternidade e ciclicidade, representando algo que perdura indefinidamente, como o ciclo das estações ou a continuidade de uma marca.

É um novo momento para a Sunshine, um momento de transformação, e o melhor símbolo para representar esse momento é o catavento que traz consigo o significado de constante movimento e o ponto de inflexão da marca. Trazendo consigo o semi-círculo como elemento operante do catavento, a forma ainda se vê muito representada na marca em iconografias desde a associação direta com o naming da empresa - o nascer do sol -, como também em uma representações simbólicas de óculos.



S

Sunshine
(Nominal)

+



Sol nascente
(Iconográfico)

+



Óculos
(Segmento)

+



Catavento
(Objetivos)



Conceito padronagem

O projeto de padronagens visa acompanhar toda a produção impressa, como também nas mídias online a fim de diversificar a comunicação e a linguagem visual da Sunshine. As padronagens respeitam o estilo definido pela identidade visual e o conceito trazido das escolas da Bauhaus, com elementos circulares que remetem ao universo das óticas.



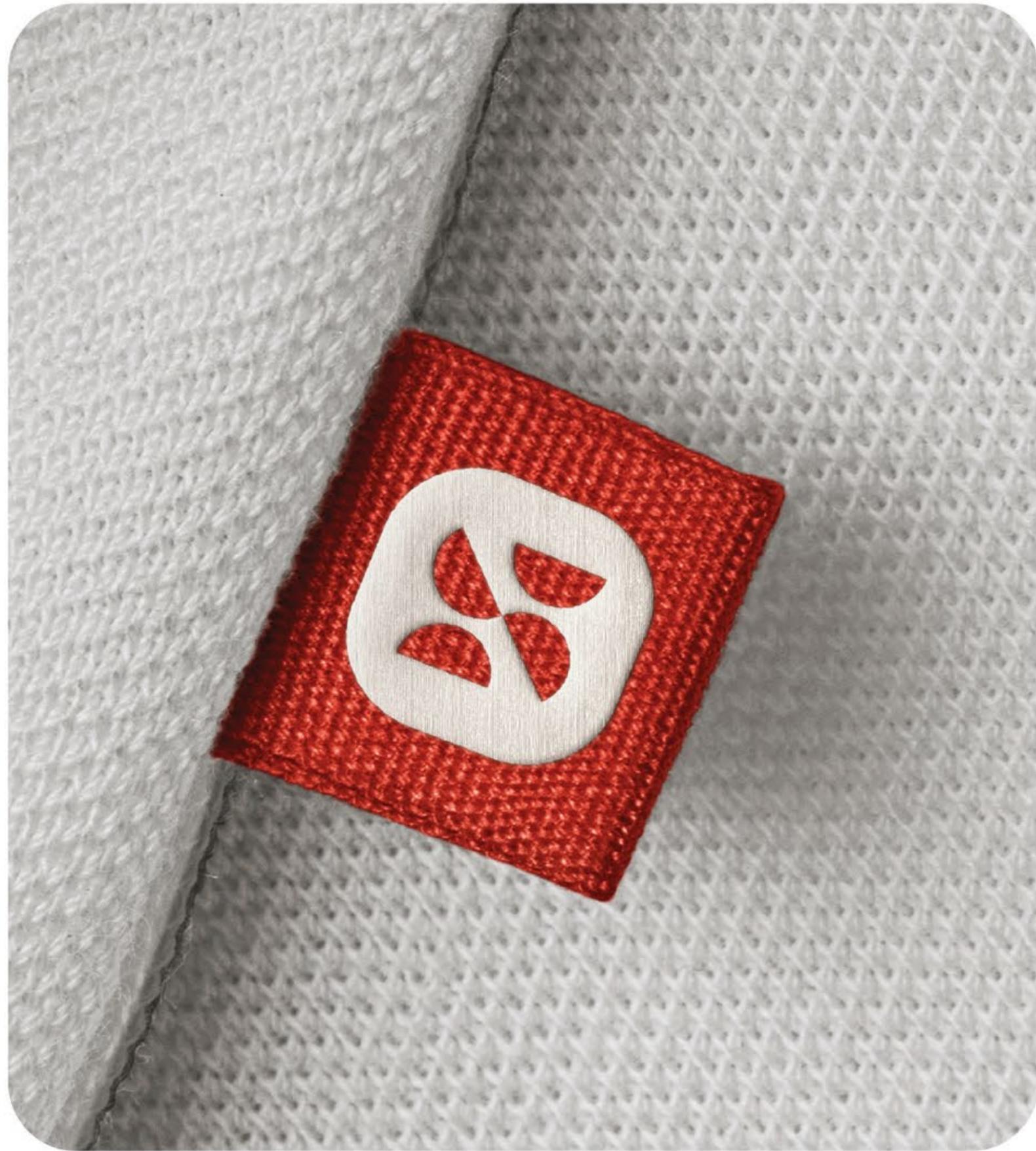






sunshine

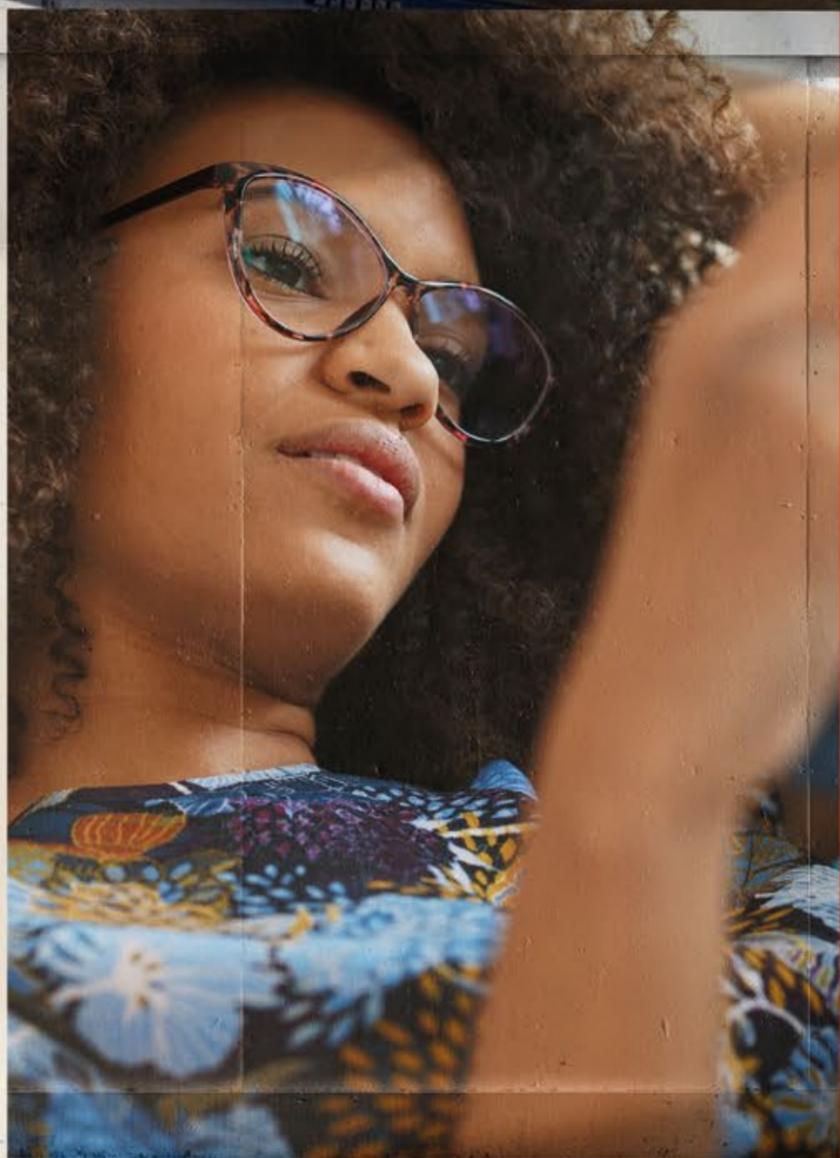




Nem tudo que
reluz é ouro.
As vezes é só
**você e o seu
Sunshine passando
pela rua mesmo.**



Transformar os
óculos em um
**símbolo de
personalidade.**



A Sunshine
levantou essa
bandeira.

**E quer saber:
ela segue firme
e forte.**



sunshine



Especialista de verdade
é quem encontra as lentes
que melhor se adaptam:
no seu olho e no seu bolso.



 **sunshine**

**A fórmula da
transparência
é simples:**

A gente transfere todo
nosso conhecimento
e você deposita sua
confiança em nós.





sunshine





sunshine

sunshine

A woman with long, wavy brown hair is wearing large, gold-rimmed, rectangular glasses. The advertisement features a red graphic element at the top and bottom.



sunshine

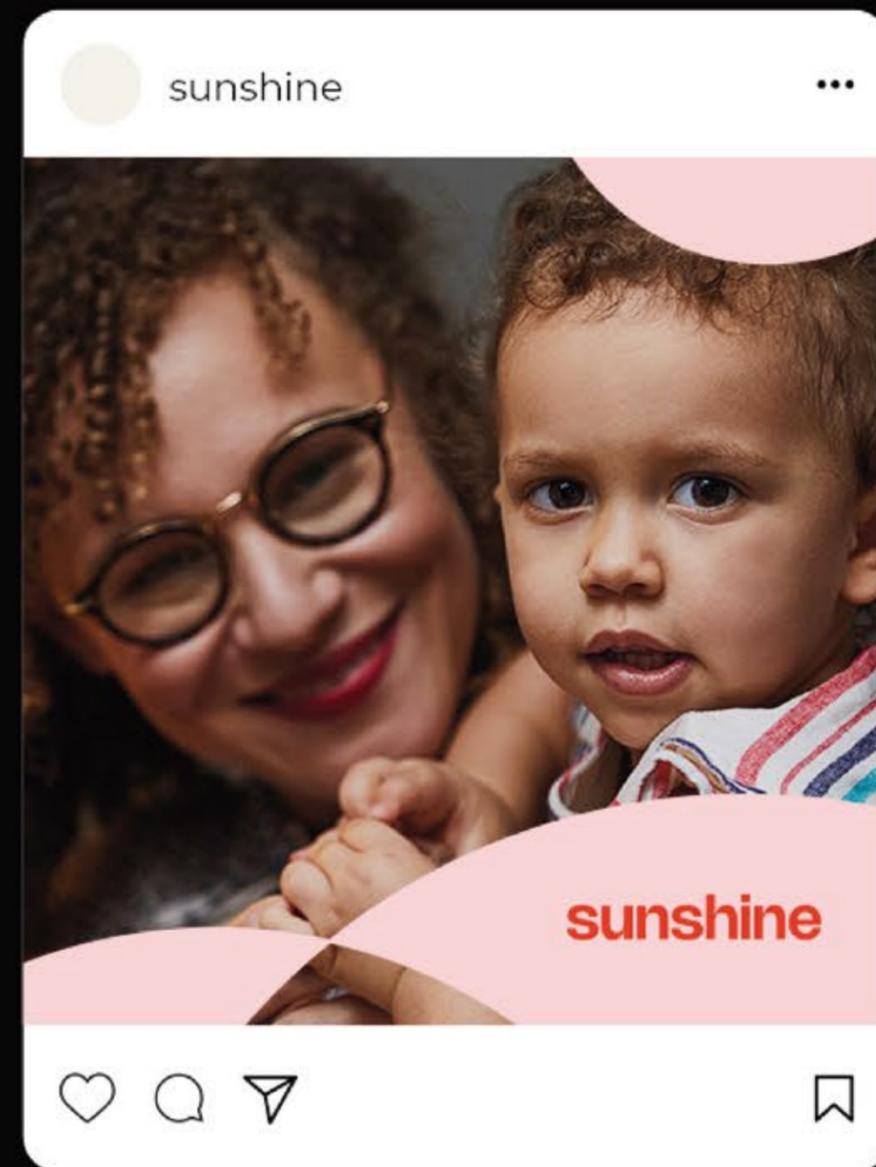
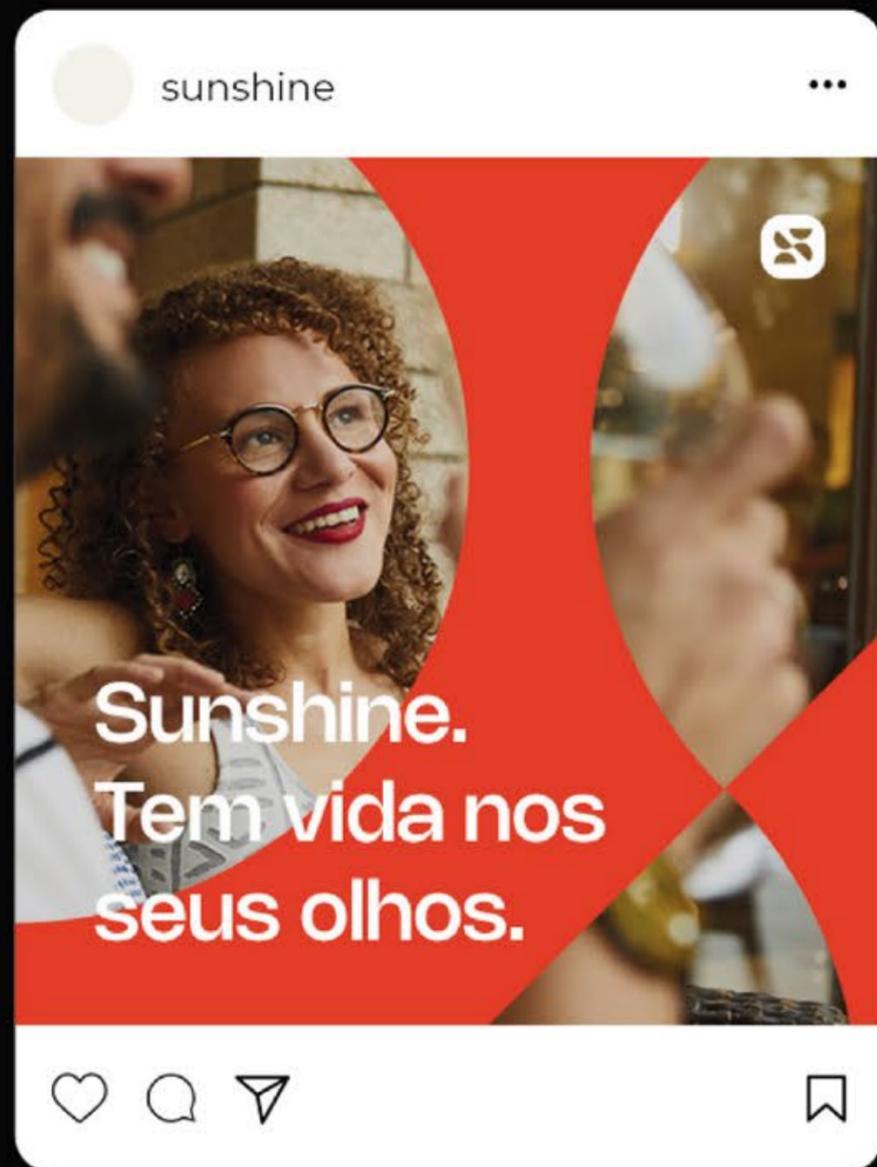
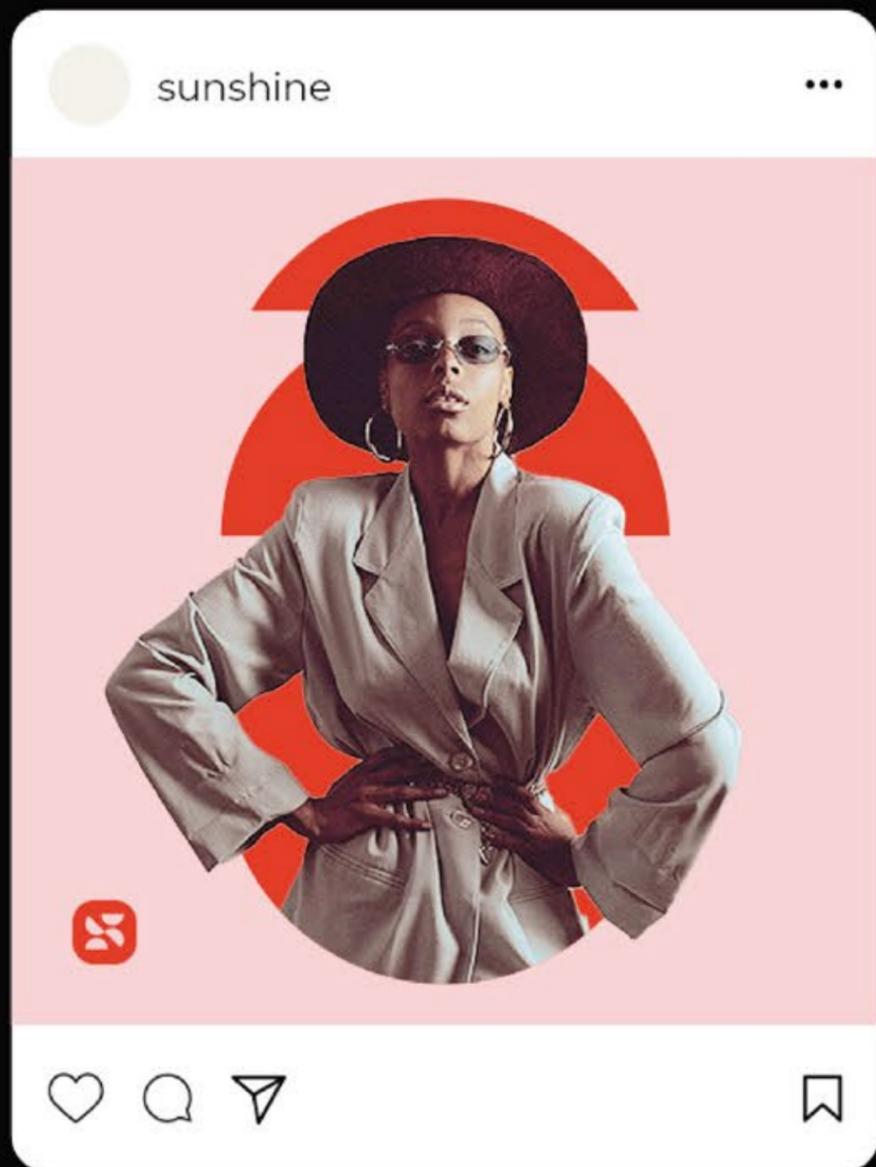
A woman is holding a pair of black-rimmed glasses in front of her face. The advertisement features a red graphic element at the top and bottom.



Autêntica.
Deixe seus óculos
traduzirem você.

A woman with curly brown hair and glasses is holding a young child. The advertisement features a red graphic element at the top and bottom.





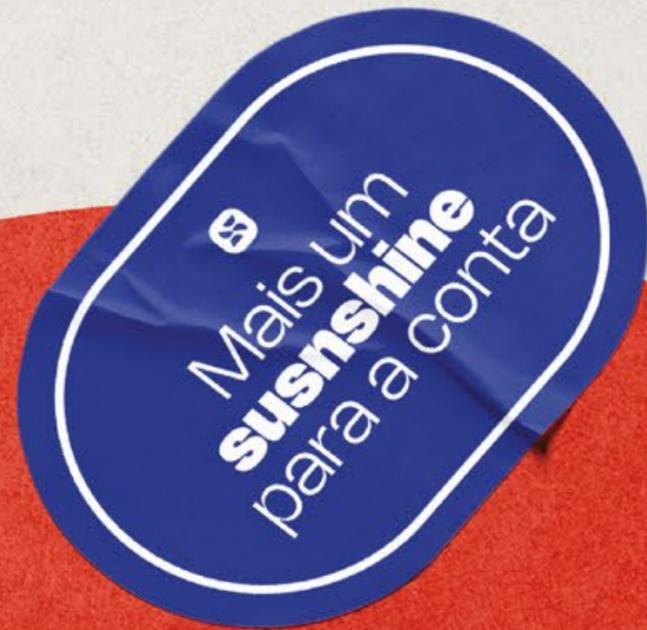
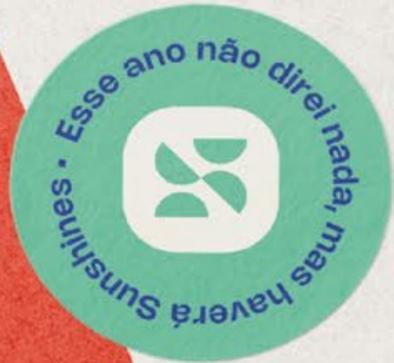
É preciso muita
certeza no que os seus
óculos comunicam.
**Porque onde você chega,
eles falam por você.**



 **sunshine**

300

Sunshine



Todos os óculos
com preço fixo.
**A gente sabe o
valor que isso
tem pra você.**



sunshine





sunshine



Óculos
é poder.
Poder
levar essa
loja inteira
para casa.



sunshine

Happy
is

BLOCK

 sunshine

Nosso atendimento
é sempre feito a três.
A Sunshine, você e a
verdade sempre do
nosso lado.

 sunshine

Uma
pessoa,
infinitas
possibilidades
de estilo.



Sunshine. Se a vida
é feita de escolhas,
eu escolho todos.



 **sunshine**



OVERALL
MURALS









Cada ocasião
pede um look.

**E um óculos
também.**



sunshine

Pra que o
mundo
enxergue o que
a gente é:
estilosa.

Nosso
trabalho é fazer
seus óculos
conversarem
com seus looks.

**Só não vale
ficar com
ciúmes, hein.**



 **sunshine**



The
Orange
Book


sunshine



Agende seu atendimento em loja

Provedor de óculos

Assinatura de lentes de contato



- Home
- Lentes de contato
- Óculos de Grau
- Óculos de Sol
- Catálogo
- Acessórios
- Sobre

sunshine

Pra que o mundo enxergue o que a gente é.

