

# Plano do Projeto

Um roteiro claro pa transformar estratégia, nome e identidade em uma marca audiovisual mais estruturada, reconhecível e pronta para crescer.

objetivo do projeto

## Não é só criar um nome. É construir direção.

O projeto organiza a passagem de uma presença centrada na pessoa para uma marca de atuação audiovisual com posicionamento, nome e identidade próprios. Cada decisão estratégica será aprovada antes de orientar a próxima etapa.

O pacote contempla

NAMING + BRANDING ESSENCIAL

- 01

Estratégia de marca

Síntese, posicionamento e critérios para orientar as decisões.
- 02

Naming

Territórios, opções, matriz de avaliação, shortlist e escolha final.
- 03

Identidade visual

Logotipo, versões, paleta de cores e tipografia.
- 04

Manual + 3 mockups

Diretrizes essenciais de uso e aplicações iniciais da marca.

### Três critérios guiam o trabalho

| COERÊNCIA                                     | DIFERENCIAÇÃO                                       | APLICAÇÃO                                                          |
|-----------------------------------------------|-----------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|
| O nome e o visual nascem da mesma estratégia. | A marca precisa ser própria, memorável e relevante. | As escolhas devem funcionar no mundo real e crescer com o negócio. |

etapas 01 a 03

## Da imersão até à shortlist.

A identidade visual só começa depois da aprovação do nome.

01

Kickoff e organização

Confirmação do briefing, dos responsáveis pela decisão, dos materiais disponíveis e dos critérios que definirão um bom resultado.

1 dia GonSant

MARCO DE APROVAÇÃO

Base do projeto confirmada.

02

Estratégia de marca

Síntese estratégica, público, promessa, diferenciação, tom e restrições. A GonSant produz em 3 dias úteis; o cliente valida em até 2.

3 + 2 dias

MARCO DE APROVAÇÃO

Direção estratégica aprovada.

03

Territórios e opções de nome

Criação de 3 a 5 territórios, 8 a 15 opções de nome, racional de cada proposta, matriz de avaliação e shortlist recomendada. O cliente retorna em até 3 dias úteis.

4 + 3 dias

MARCO DE APROVAÇÃO

Shortlist definida.

O QUE O CLIENTE FAZ NESTA FASE

Compartilha contexto, elimina contradições e escolhe com base nos critérios aprovados, não apenas em gosto pessoal.

etapas 04 a 07

## Do nome aprovado à marca pronta para uso.

Com o nome validado, o projeto avança para a expressão visual, as regras de uso e os arquivos finais.

04

Finalização do nome

Refino da shortlist, direção verbal e triagem digital. O cliente aprova o nome em até 2 dias úteis.

PRAZO 2 + 2 DIAS

APROVAÇÃO

Nome aprovado.

05

Identidade visual

Conceito, logotipo, variações, paleta e tipografia. O cliente valida a direção em até 3 dias úteis.

PRAZO 5 + 3 DIAS

APROVAÇÃO

Direção visual aprovada.

06

Manual e mockups

Ajustes finais, regras essenciais e criação de 3 mockups para mostrar a identidade em contexto.

PRAZO 3 + 2 DIAS

APROVAÇÃO

Conjunto final aprovado.

07

Entrega final

Exportação, conferência e organização dos arquivos finais para uso digital e vetorial.

PRAZO 2 DIAS GONSANT

APROVAÇÃO

Entrega concluída.

IMPORTANTE SOBRE DISPONIBILIDADE

A triagem de domínio, redes sociais e sinais marcários reduz riscos, mas não equivale a uma busca jurídica de anterioridade nem garante registro no INPI. Uma análise formal deve ser contratada separadamente quando necessária.

tempo de projeto

## Até 25 dias úteis. Sem trabalhar no escuro.

O prazo começa após pagamento inicial, briefing e materiais necessários.

15

DIAS DE PRODUÇÃO

Tempo estimado de execução da GonSant.

10

DIAS DE RETORNO

Soma máxima das janelas do cliente.

5-6

SEMANAS

Janela provável com retornos no prazo.

| Composição do prazo |                              | PRODUÇÃO + VALIDAÇÃO |         |       |
|---------------------|------------------------------|----------------------|---------|-------|
| Nº                  | ETAPA                        | GONSANT              | CLIENTE | TOTAL |
| 01                  | Kickoff e organização        | 1                    | -       | 1     |
| 02                  | Estratégia de marca          | 3                    | 2       | 5     |
| 03                  | Territórios e opções de nome | 4                    | 3       | 7     |
| 04                  | Finalização do nome          | 2                    | 2       | 4     |
| 05                  | Identidade visual            | 5                    | 3       | 8     |
| 06                  | Manual e mockups             | 3                    | 2       | 5     |
| 07                  | Entrega final                | 2                    | -       | 2     |

REGRA PRINCIPAL

Cada atraso de retorno desloca as datas seguintes. Se a resposta chegar antes, a GonSant antecipa o próximo passo sempre que houver disponibilidade.

fluxo de aprovação

## Feedback também faz parte do cronograma.

CLIENTE

Para o fluxo andar

- Definir uma pessoa responsável por consolidar decisões.
- Enviar um único feedback por etapa, reunindo todos os envolvidos.
- Responder dentro da janela indicada para preservar a data final.
- Aprovar cada marco antes do início da etapa seguinte.

PROJETO

Como os prazos respondem

- Atrasos do cliente deslocam o cronograma pelo mesmo período.
- Sem retorno, o projeto fica pausado e volta conforme disponibilidade.
- Reabrir uma etapa já aprovada pode exigir novo prazo.
- Pedidos fora do escopo serão avaliados e orçados separadamente.

O que vale como aprovação

Aprovações podem ser registradas por e-mail, mensagem ou ata de reunião. O importante é que sejam objetivas, consolidadas e emitidas pelo responsável definido no kickoff.

resultado final

## Feedback também faz parte do cronograma.

01

NAMING

Nome final, racional, critérios de escolha e direção verbal.

02

IDENTIDADE

Logotipo e versões, paleta, tipografia e orientações essenciais.

03

APLICAÇÕES

Manual de marca, 3 mockups e pacote de arquivos finais.

PRÓXIMO PASSO

Território e opções de nomes. A partir daí, começa o Visual.

Este planejamento complementa operacionalmente a proposta. Escopo comercial, pagamentos, revisões, direitos de uso e demais condições.