

A maioria das empresas  
tem logo. *Poucas têm marca.*

“Ter um logo é fácil. *Qualquer um entrega em 48 horas.*”



O que poucos entregam é o que vem antes: entender onde **seu negócio está, onde quer chegar, e o que precisa comunicar para que isso aconteça.**

Trabalho na intersecção entre estratégia e design. Cada projeto começa com perguntas difíceis sobre mercado, sobre posicionamento, sobre o que sua empresa realmente representa e termina com uma identidade que não precisa de explicação para funcionar.



# *Matheus Machado*

DESIGNER DE IDENTIDADE VISUAIS

7 anos trabalhando com marcas.

Formação em Design na Inglaterra, experiência com clientes no Brasil e no exterior, e um foco deliberado em identidade visual e redesign.

**Design sem estratégia é decoração. Nunca confundi os dois.**



# Todo projeto começa com perguntas, *não com formas.*

01

## DIAGNÓSTICO

Antes de qualquer decisão visual, entendo o negócio. Mercado, concorrência, público, posicionamento. O que a empresa comunica hoje e o que precisa comunicar amanhã.

02

## ESTRATÉGIA

Com o diagnóstico em mãos, defino a direção. Plataforma de marca, personalidade, território visual. Esse é o momento em que as decisões de design ganham fundamento e o cliente entende por que cada escolha existe.

03

## CRIAÇÃO

Só aqui o visual começa. Logo, sistema de identidade, aplicações. Tudo construído para funcionar em escala do cartão de visita ao outdoor, do digital ao impresso.

04

## ENTREGA

O que o cliente recebe não é apenas uma identidade visual. É uma nova forma de se apresentar ao mercado com clareza sobre quem é, para quem fala e como quer ser percebido.

# Conversion

## Conversion — Redesign de Identidade Visual

A maior agência de SEO do Brasil. Mais de 100 especialistas. R\$ 12 bilhões em vendas gerados para clientes como Localiza, Sephora e Americanas.

Liderar um mercado e parecer menor do que é. Esse era o paradoxo da Conversion, uma empresa reconhecida pelo que entregava, não pelo que mostrava. A marca existia, mas sem sistema. Comunicava, mas sem consistência.

O redesign não veio para apagar o que existia. Veio para dar estrutura ao que sempre deveria ter tido.

[VEJA COMPLETO](#)

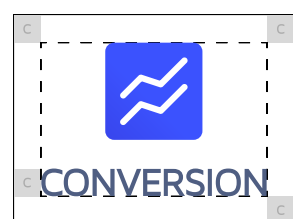






© Copyright Conversion 2024, todos os direitos reservados.

### Logomarca Área Segura e Dimensões Mínimas



Dimensões Mínimas  
165px Digital  
5cm Físico

A área segura do logo da Conversion é definida pela altura da letra "C", garantindo que o ícone e a marca nominativa tenham o espaço adequado ao redor, preservando sua integridade visual.

No logo horizontal, a margem vertical é metade do "C", assegurando que o logo mantenha sua clareza e impacto visual em todas as aplicações. As dimensões mínimas recomendadas são 165px para uso digital e 5cm para uso físico, mantendo a legibilidade e o reconhecimento da marca.

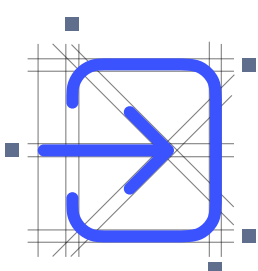
### Elementos Visuais Modo de Uso - Ícones

Os ícones devem ter terminações curvas e ser formados por formas geométricas, o que ajuda a manter um visual harmonioso e moderno. A espessura das linhas dos ícones deve ser uniforme, mantendo sempre a mesma largura para assegurar a coerência visual.

Além disso, os ícones devem ser aplicados nas cores cinza-azulado, azul Conversion, ou branco, dependendo do contraste necessário para garantir a legibilidade e a clareza, seguindo as diretrizes de acessibilidade da WCAG.



Acabamentos arredondados  
Ícone envolvido por formas geométricas  
Alguns ícones possuem respiro entre formas e elementos



Exemplo:  
Para criação dos ícones, use um grid de linhas retas. A altura e largura das linhas devem ser as mesmas (espessura 2,5px). Tamanho total do ícone 25px



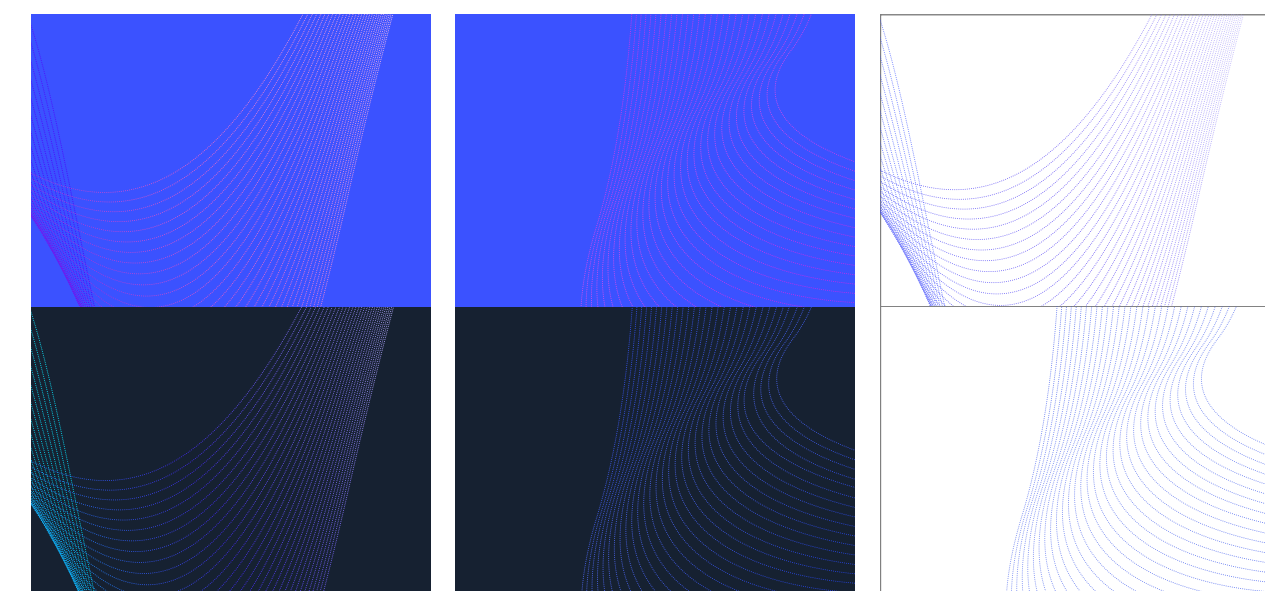
- Inter Black
- Inter Black Italic
- Inter ExtraBold
- Inter ExtraBold Italic
- Inter Bold
- Inter Bold Italic
- Inter SemiBold
- Inter SemiBold Italic
- Inter Medium
- Inter Medium Italic
- Inter Regular
- Inter Regular Italic
- Inter Light
- Inter Light Italic
- Inter ExtraLight
- Inter ExtraLight Italic

At vero eos et accusamus et iusto odio dignissimos ducimus qui blanditiis praesentium voluptatum deleniti atque corrupti quos dolores et quas molestias excepturi sint occaecati cupiditate non provident, similique sunt in culpa qui officia deserunt mollitia animi, id est laborum et dolorum fuga.

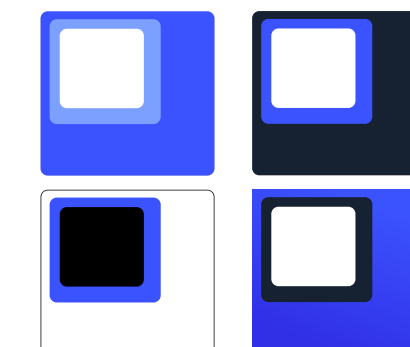
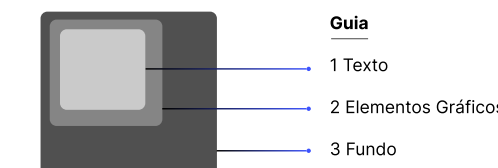
AaBb

### Elementos Visuais Grafismo

Consiste em linhas que exploram movimento e dinamismo, atuando como elementos de suporte nos diferentes fundos. Seu uso deve ser sutil, de forma a não desviar a atenção do conteúdo principal, mas sim complementar visualmente o design.



### Cores Combinações de Cores

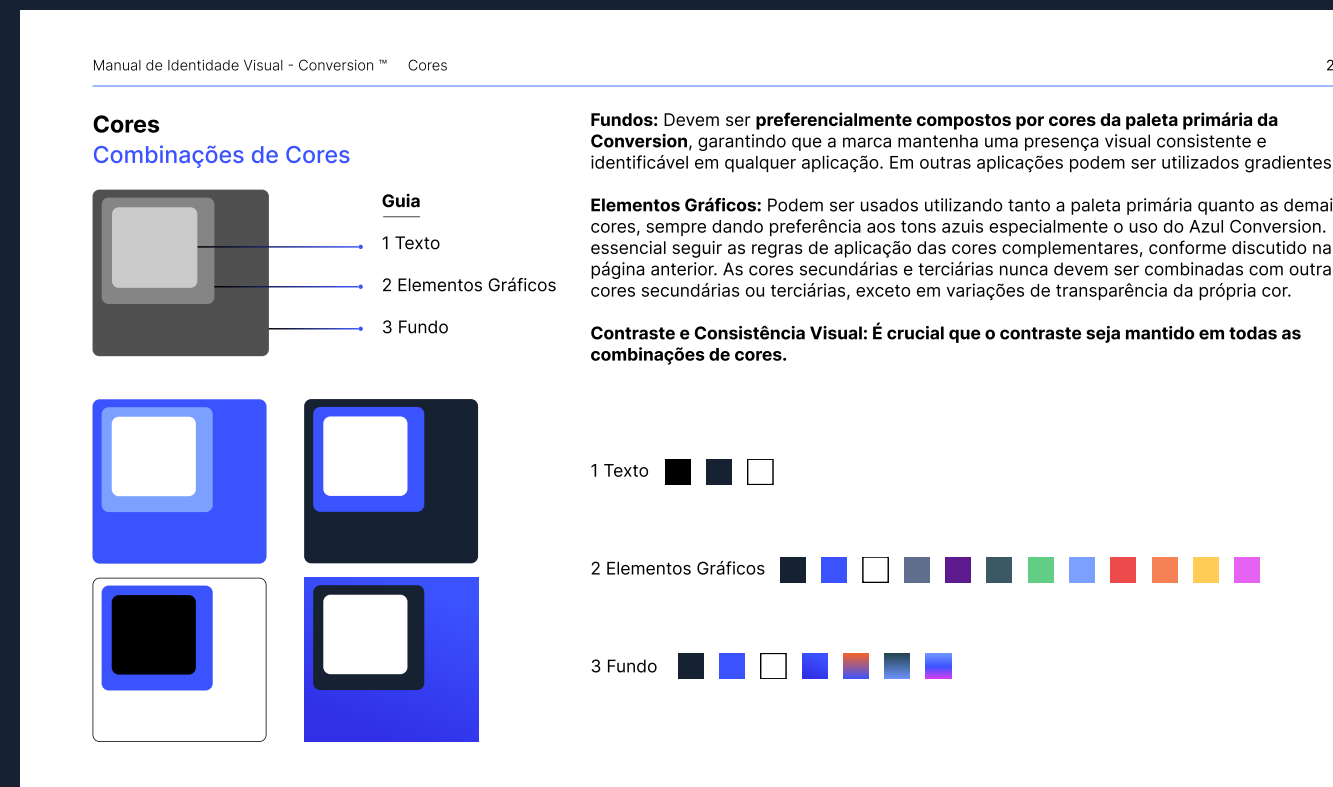
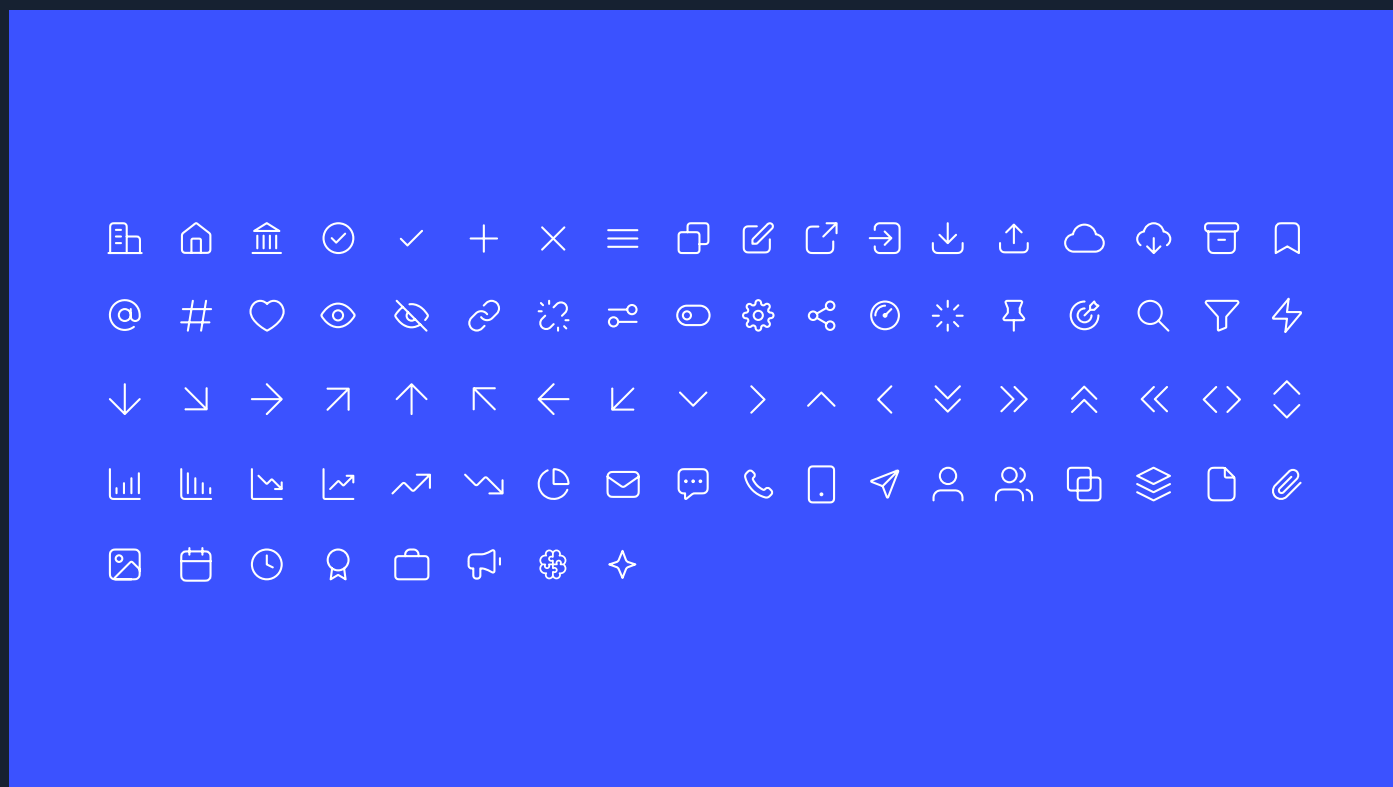


**Fundos:** Devem ser preferencialmente compostos por cores da paleta primária da Conversion, garantindo que a marca mantenha uma presença visual consistente e identificável em qualquer aplicação. Em outras aplicações podem ser utilizados gradientes.

**Elementos Gráficos:** Podem ser usados utilizando tanto a paleta primária quanto as demais cores, sempre dando preferência aos tons azuis especialmente o uso do Azul Conversion. É essencial seguir as regras de aplicação das cores complementares, conforme discutido na página anterior. As cores secundárias e terciárias nunca devem ser combinadas com outras cores secundárias ou terciárias, exceto em variações de transparência da própria cor.

**Contraste e Consistência Visual:** É crucial que o contraste seja mantido em todas as combinações de cores.

- 1 Texto: [Black] [White]
- 2 Elementos Gráficos: [Blue] [White] [Grey] [Purple] [Green] [Red] [Orange] [Yellow]
- 3 Fundo: [Black] [Blue] [White] [Blue] [Red] [Grey]





# Heritage Bay

## Heritage Bay - Identidade Visual Imóveis de luxo. Ilha de Sumbawa, Indonésia.

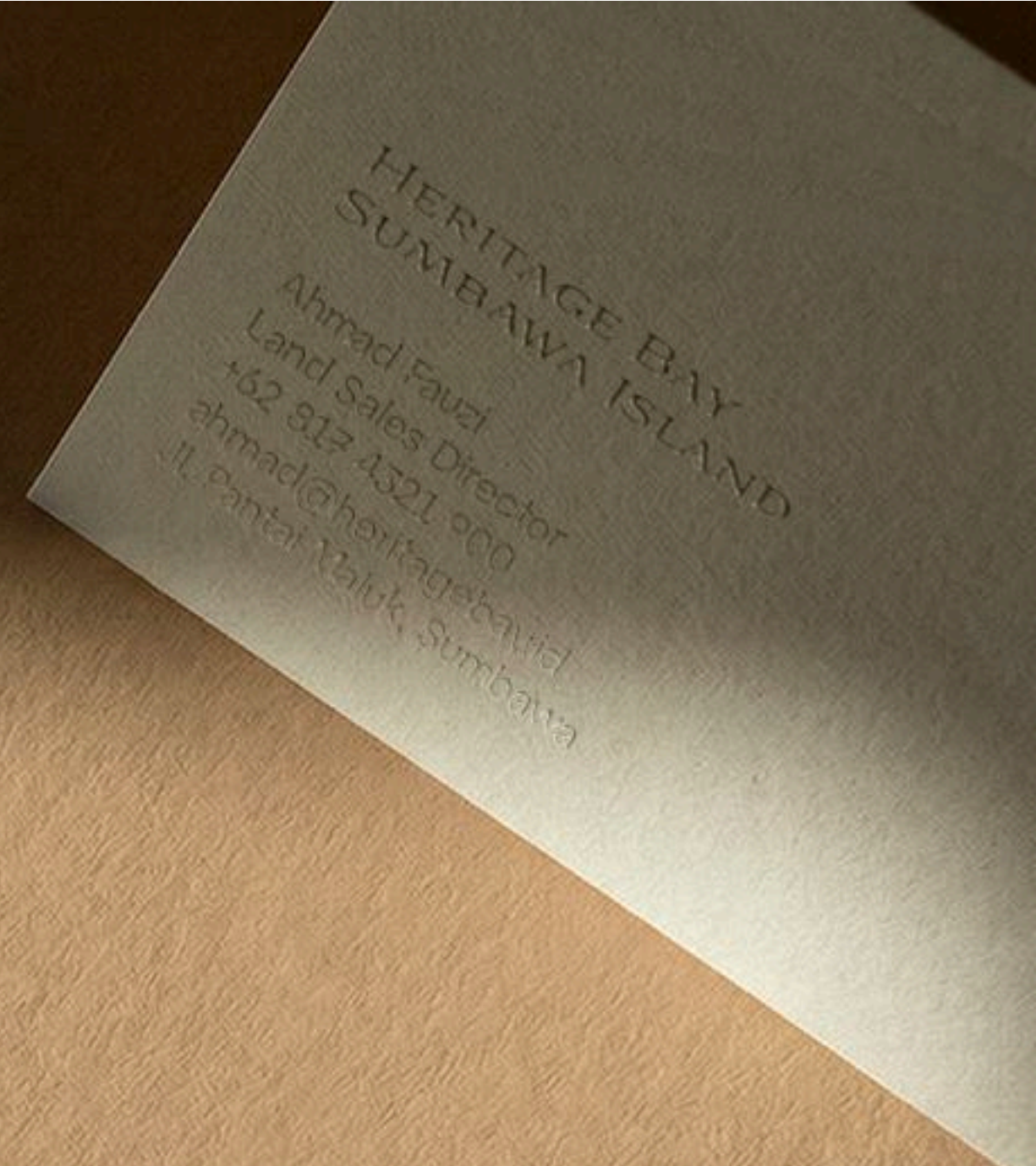
Vender terrenos em um lugar que a maioria dos compradores nunca visitou exige mais do que fotografias bonitas. Exige uma identidade visual capaz de transmitir a certeza emocional que justifica uma decisão de alto valor à distância.

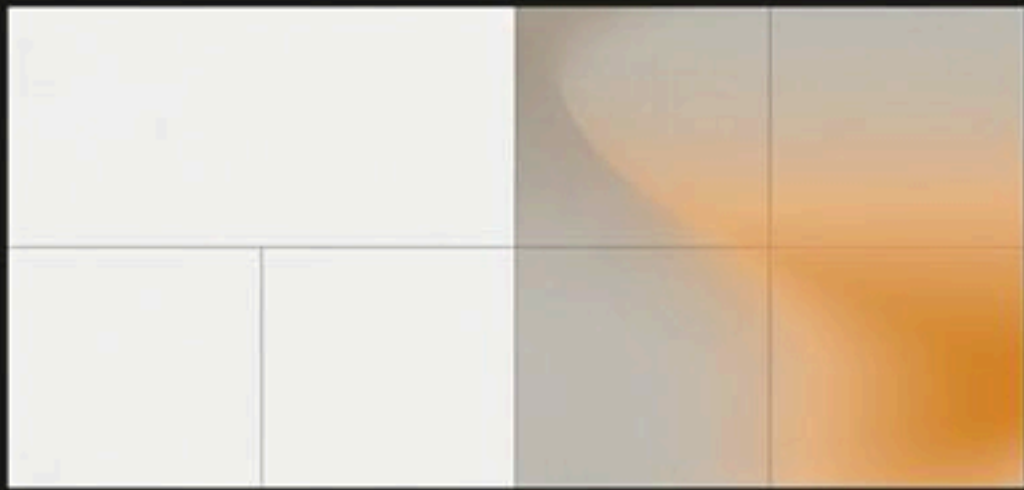
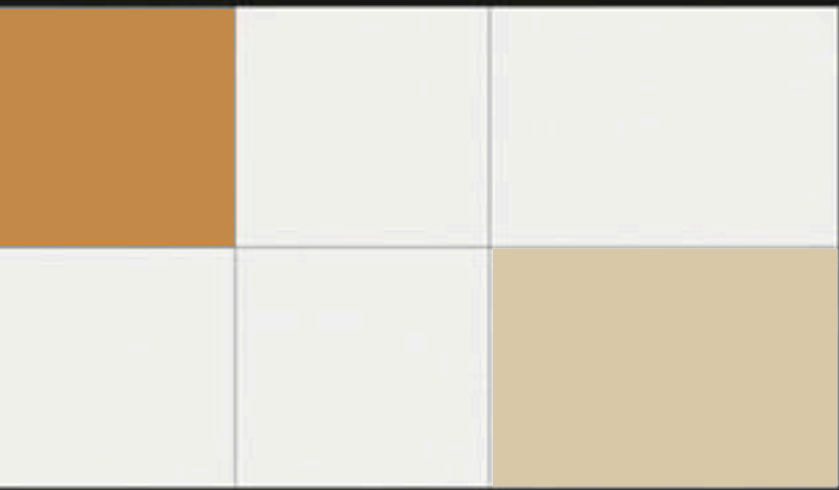
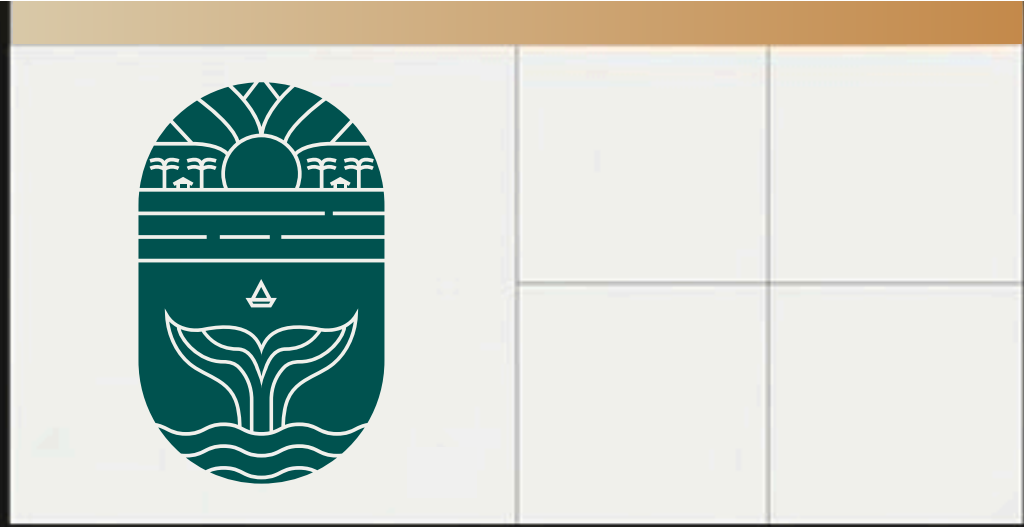
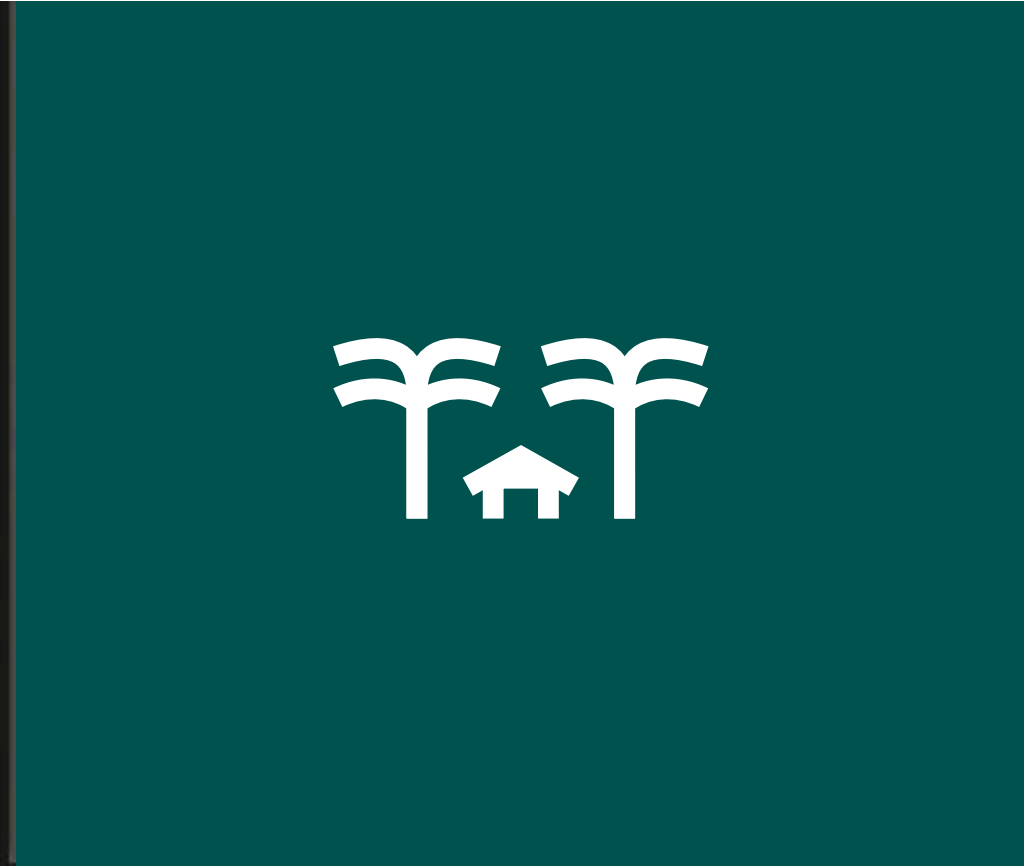
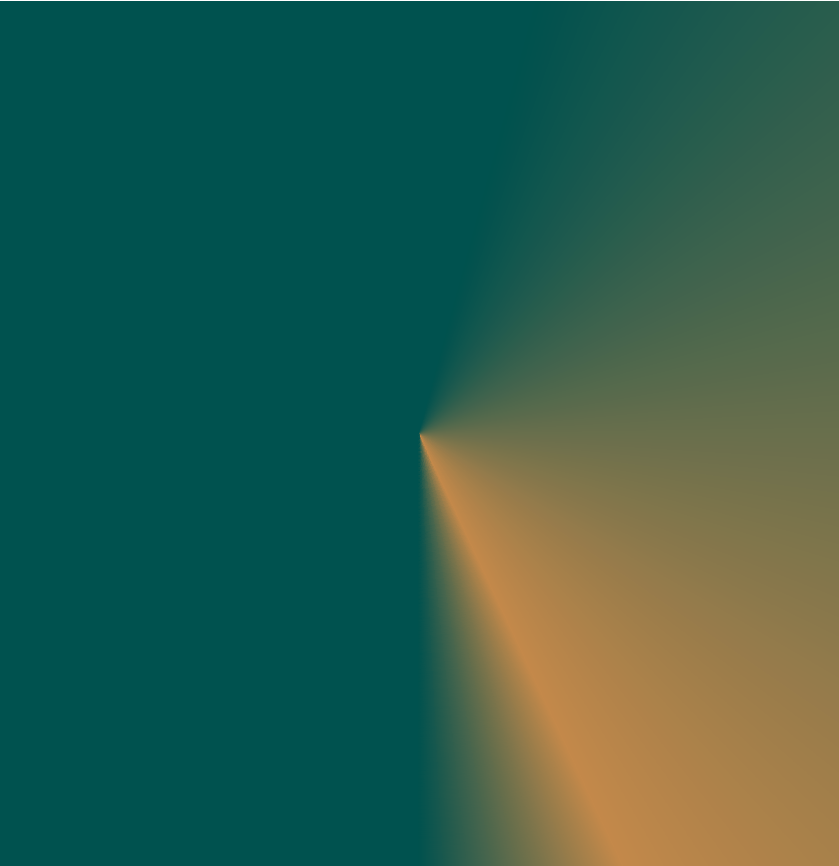
A Heritage Bay precisava se posicionar como marca de imóveis de luxo numa ilha onde a remotividade não é um obstáculo, é o próprio ativo sendo vendido. Litoral intocado, calma natural e uma raridade que destinos saturados não conseguem mais oferecer.

[VEJA COMPLETO](#)

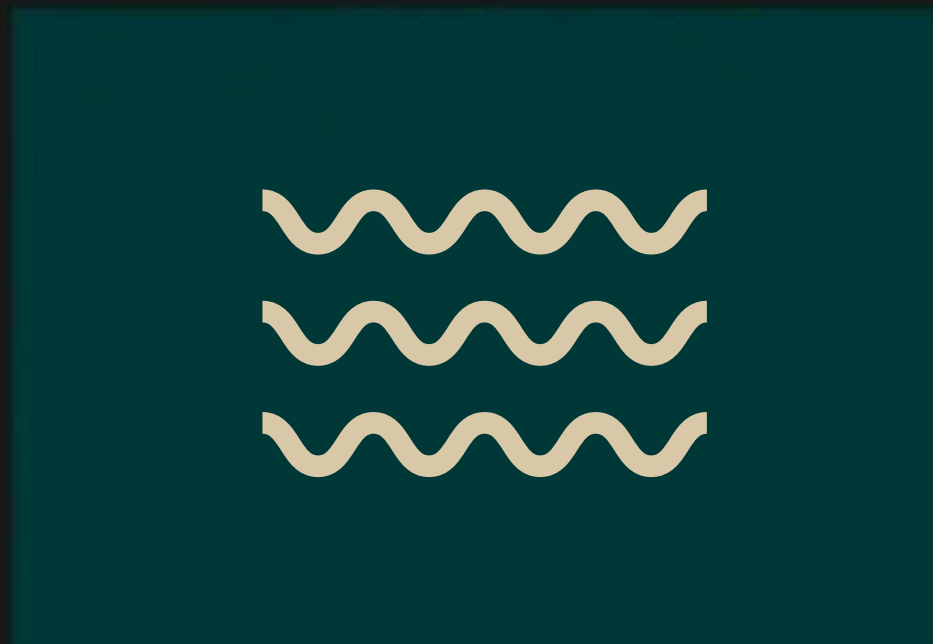


HERITAGE  
— BAY —





We Provide Unique Coverages & Community Solutions.  
[heritagebay.com](https://heritagebay.com)



2

O

24

The secondary font is used to describe

Weights Function Type

4 Text Sans

Atyp Text

# AVIANO SERIF

Main font used for titles and highlights

LIGHT  
REGULAR  
BOLD  
BLACK

Different weights

A B ( { C D E F

# *No Harm Done*

## **No Harm Done Coffee — Identidade Visual. Café ético e sustentável em Singapura.**

O Kopi é um ritual. Torrado com açúcar e margarina, servido quente ou gelado nos Kopitiam de Singapura, esse café carrega décadas de memória coletiva de uma das sociedades mais multiculturais do mundo. Mas nunca tinha chegado em casa com conveniência real, identidade visual à altura e zero impacto ambiental.

A No Harm Done Coffee muda isso. Seis blends convertidos em cápsulas compostáveis compatíveis com Nespresso. Identidade pop e deliberadamente local, construída para competir em prateleiras.

[VEJA COMPLETO](#)









GULA MELAKA KOPPI  
COMPATIBLE - NESPRESSO

COMPOSTABLE CAPSULES  
10

NO HARM DONE

GOLFE / VAREJO

# *Proshop Porto Belo*

**Proshop Porto Belo — Identidade Visual. Varejo de alto padrão. Porto Belo Golf Resort, Santa Catarina.**

O golfe nunca foi apenas um jogo. É uma decisão sobre como você quer passar horas da sua vida, com que nível de atenção ao detalhe, em que lugar, com que padrão.

A Proshop do Porto Belo Golf Resort nasceu dentro do único campo de golfe iluminado da América Latina. Um contexto que exigia mais do que uma loja de equipamentos, exigia uma marca com ponto de vista próprio. Sofisticada sem ser distante. Enraizada na tradição do esporte sem ser datada.

[VEJA COMPLETO](#)





20  25  
**PROSHOP**  
PORTO BELO

# PROSHOP PORTO BELO GOLF

Manual de Identidade Visual  
04.05.26

SÍMBOLO

PROSHOP PORTO BELO GOLF

## A anatomia do brasão

O brasão é o ponto de origem da identidade. Cada elemento foi preservado com intenção estratégica, ele não é decorativo, é sinalização de posição.



**Escudo**  
Pertencimento. O código visual dos clubes mais tradicionais do mundo.

**Bandeira**  
Referência direta ao campo. O esporte como essência da marca.

**Estrela**  
Distinção. A posição singular do resort na América Latina.

**Ondas**  
Identidade territorial. O mar de Porto Belo, SC.

**2025**  
Herança. O ano de fundação como marcador de legitimidade.

08

ARQUÉTIPO

PROSHOP PORTO BELO GOLF

## Arquétipo · Governante + Sábio

<p><b>Curadoria com Autoridade</b></p> <p>Cada produto presente na loja passou por um critério. O visitante percebe isso antes de qualquer palavra ser dita.</p>	<p><b>Sofisticação sem Distância</b></p> <p>O luxo que intimida afasta. O luxo que acolhe fideliza. A Proshop foi pensada para ser ambos.</p>	<p><b>Herança com Intenção</b></p> <p>O brasão e o ano de fundação não são ornamento. São a assinatura de uma marca que chegou para permanecer.</p>
--	---	---

A personalidade que guia cada decisão

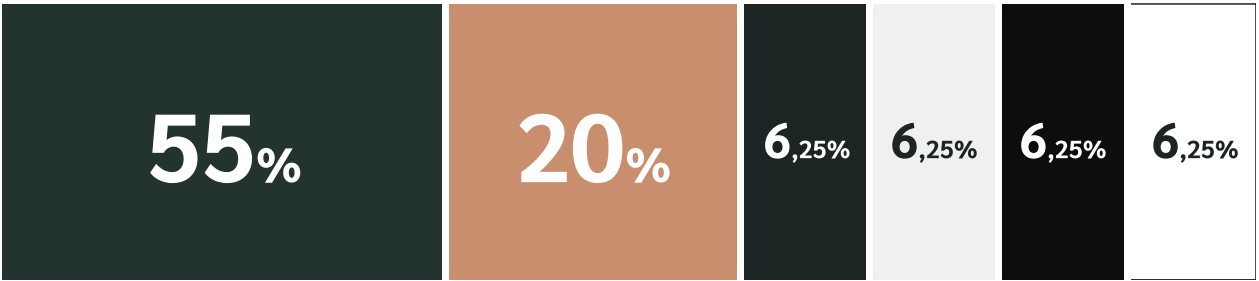
09

HIERARQUIA CROMÁTICA

PROSHOP PORTO BELO GOLF

## Hierarquia cromática

O verde é a voz da marca. O terracota é o acento, usado com contenção para preservar o peso simbólico que carrega. O Cinza-claro cria o respiro que o sofisticado exige.



Verde Proshop      Terracota      Verde Profundo/Cinza-claro/Preto/Branco

10

LOGOTIPO SECUNDÁRIO

PROSHOP PORTO BELO GOLF



12





Maria Rodrigues  
Telefone: 47 3256 2789  
Celular: 47 99123 4598  
maria@proshop.com

Proshop Porto Belo Golf  
Avenida Santos Dumont  
Porto Belo/SC, 8821000  
allresort.com.br/prosh

# *Matheus Machado*

DESIGNER DE IDENTIDADE VISUAIS

Se você chegou até aqui, provavelmente já entende que uma marca bem construída não é custo, é posicionamento. Se é isso que você quer para o seu negócio, faz sentido conversar.

EMAIL

matheus@machado.design

INSTAGRAM

@matheus.machado\_design

WHATSAPP

+55 54 996999733

[https://www.behance.net/matheusv\\_design](https://www.behance.net/matheusv_design)