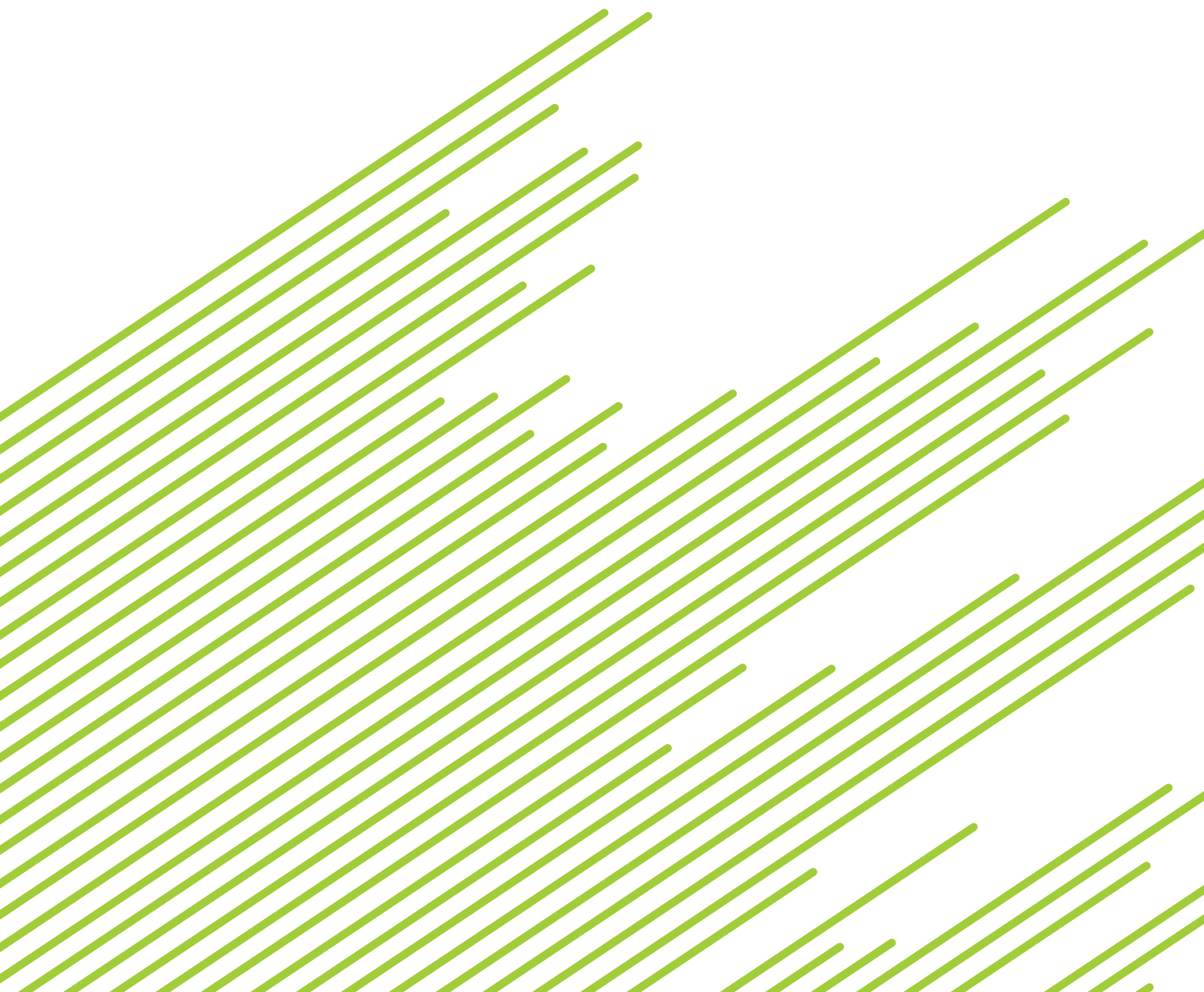




GUIA DA MARCA

V1.2



COMO USAR ESTE GUIA

Este Guia Da Marca foi desenvolvido com o objetivo de reunir elementos essenciais para as comunicações internas e externas da Christian Vision (CV), e fornecer diretrizes e modelos específicos às equipes locais.

Uma identidade corporativa unificada ajuda a manter o profissionalismo e contribui para o impacto da organização em todos os níveis. A consistência em fatores como a tipografia, a paleta de cores, a fotografia e os logotipos tornam a identidade da CV globalmente atrativa e facilmente reconhecível.

É importante que os membros da equipe vejam os modelos e as diretrizes deste manual como prescritos para todas as comunicações corporativas da CV.

Para qualquer tipo de consulta:
communications@cvglobal.co

Arquivos e Ativos:
Veja as Comunicações no menu do Manual da CV, disponível no site apps.cvglobal.co

ÍNDICE

1.0 A LINGUAGEM VISUAL

- 1.1 Exemplo de criativo
- 1.2 Elementos gráficos e padrões

2.0 O LOGOTIPO DA CV

- 2.1 Logotipo corporativo
- 2.2 Cores do logotipo
- 2.3 Usos incorretos
- 2.4 Zona de exclusão

3.0 PALETA DE CORES

- 3.1 Cores corporativas
- 3.2 Gradientes

4.0 FOTOGRAFIA DA MARCA

- 4.1 Estilo de fotografia
- 4.2 Filtros gradientes
- 4.2 Corte de imagem
- 4.3 Exemplo de aplicação

5.0 ÍCONES DE TIPOGRAFIA

- 5.1 Corpo do texto e títulos
- 5.2 Texto geral
- 5.3 Ícones oficiais

6.0 TOM E VOZ

- 6.1 Voz
- 6.1 Tom
- 6.2 Estilo

7.0 TEMPLATES CRIATIVOS

- 7.1 Papel timbrado
- 7.2 Cartões de visitas
- 7.3 Capa de documentos
- 7.4 Apresentação de slides
- 7.5 Garrafas de água
- 7.6 Canetas promocionais
- 7.7 Banners

8.0 ECOSSISTEMA DA MARCA

- 8.1 Categorias
- 8.2 Implicações de Posicionamento
- 8.3 Marcas da Casa
- 8.4 Marcas Híbridas
- 8.5 Ecossistema do SEO
- 8.6 Mídia Sociais

A LINGUAGEM — VISUAL

Nossa missão é apresentar Jesus às pessoas e encorajá-las a se tornarem verdadeiras seguidoras dele. É esta a temática que forma a base de todos elementos gráficos de nosso conjunto criativo de ativos da marca.

A LINGUAGEM— VISUAL

EXEMPLO DE CRIATIVO

Nossa missão é alcançar a muitos, e transformar a vida de indivíduos. Aqui, os nomes das pessoas que foram alcançadas pelo trabalho de CV formam um padrão gráfico impactante e significativo.

la-
rrell Mer
me Kari Alexan
le Steve Jeanne Gladis Juan
arl Sherri Aaron Maël Tanya Harold Ama
Fleur Gaël Lucien Jefferey Alvin Kenya
Edmundo Dexter Fay Rachael Marianne Dan Christo
na Loyd Vicki Blaine Gerry Eleanor Thomas Samara Cyndi Iona Ka
ay Nestor Orlando Glenn Vicki Thomas Mitchel Consuelo Ale
ica Banya Алексей Юрий Альберт Алексей Анатолий Григо
Heather Octavio Manon Adam Lina Mila Hugo Dylan Elodie An
준 현우 재현 제영 승호 성민 태현 우진 예준 영희 영미 병철 대
hard Alfredo Albertina Merissa Cathi Melita Karyn Delma Crai
tes Marya Jalisa Faye Liz Ivana Fenna Patricia Sharyn Valeria
Tiera Christy Raymundo Eloy Anastasia Irwin Rita Gessy Se
Lila Laurine Kasie Maudie Francesco Walnyr Matilda Alessa
osedo Chioma Fatsani Kisembo Limbani Gertrude Sylv
Edmond Dalene Janelle Patrice Maina Wany
Jillian Peter Billie Lynnette Tom
Chaun Sidney Carson Bev
ис Диана Бова Д
is Philip Ca
र दी

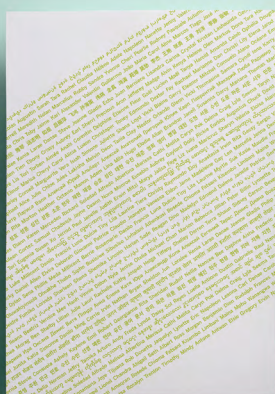


Representação abstrata do padrão de nomes

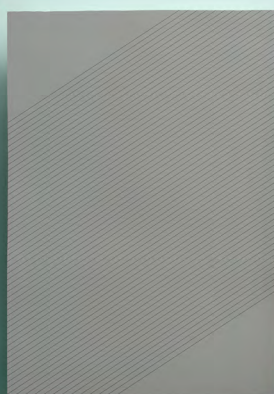
A LINGUAGEM— VISUAL

ELEMENTOS GRÁFICOS E PADRÕES

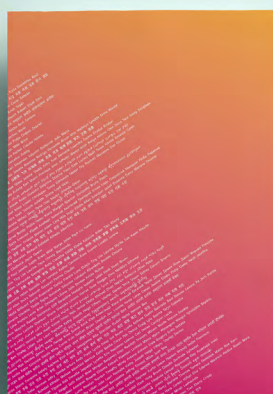
Um conjunto completo de elementos gráficos pré-projetados foi criado. Consulte a seção Templates para obter orientação de como usar esses recursos.



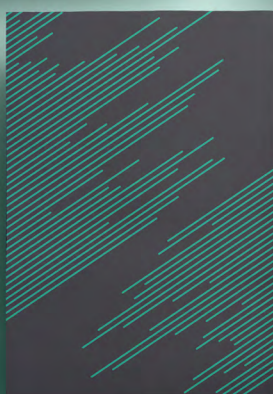
Padrão de nomes



Padrão de linhas finas



Padrão variado de nomes



Padrão variado de linhas



Padrão de pontos



Borda de linhas variadas tracejadas

CV —

LOGOTIPO

O logotipo da CV é um símbolo da nossa identidade. É um sinal claro da nossa marca corporativa, como também o nosso principal símbolo visual. Ele cria uma primeira impressão bem definida da organização.

CV — LOGOTIPO

LOGOTIPO CORPORATIVO

O logotipo da CV aparece em todas as ferramentas de comunicação que representam a CV, incluindo arquivos impressos, comunicação online, sinalização, exposição, papelaria e publicações. O uso do logotipo da CV deve seguir as diretrizes especificadas neste Guia da Marca.

O logotipo está disponível para download em vários formatos no Manual da CV.



TIPOS DE ARQUIVO DE LOGOTIPO

eps – É o formato de arte original que é vetorial. Nele, o logotipo pode ser dimensionado para qualquer tamanho com 100% de qualidade retida. Sempre que possível, utilize esta versão.

jpeg – É um formato de imagem, o que significa que sua qualidade depende da resolução em dpi (pontos por polegada). A qualidade de impressão recomendada, é de 300 dpi em 100% do tamanho.

TIPOS DE CORES DO LOGOTIPO

spot – é um formato de cor usado para cores corporativas. Utilize este formato para material corporativo que seja impresso com special/spot color, também chamadas de cores nomeadas pantone (pms).

cmyk – é um formato de cor usado para quatro cores ou impressão completamente colorida. Use esta versão quando o logotipo for utilizado em uma brochura, revista ou similar.

rgb – é um formato de cor usado para material eletrônico como sites, apresentações de tela, etc.

CV — LOGOTIPO

CORES DO LOGOTIPO

O logo da CV deve sempre ser reproduzido nas cores corporativas corretas.



LOGO VERDE LIMÃO DA CV

TELA

#a1cd3a
R161 G205 B58

IMPRESSÃO

Pantone 802C
C42 M0 Y100 K0



LOGO PRETO DA CV

TELA

#404041
R64 G64 B65

IMPRESSÃO

Pantone Black 7C
C0 M0 Y0 K100



LOGO CINZA DA CV

TELA

#6d6e71
R109 G110 B113

IMPRESSÃO

Pantone Cool Gray 9C
C0 M0 Y0 K70



LOGO BRANCO DA CV

TELA

#ffffff
R255 G255 B255

IMPRESSÃO

White

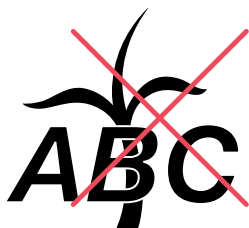
CV — LOGOTIPO

USOS INCORRETOS

Todas as vezes em que o logo for utilizado ele deve estar inteiro, com o símbolo de árvore padrão e em proporção correta. Ele não pode ser esticado, distorcido ou colorido de qualquer forma que não a estabelecida por este guia.



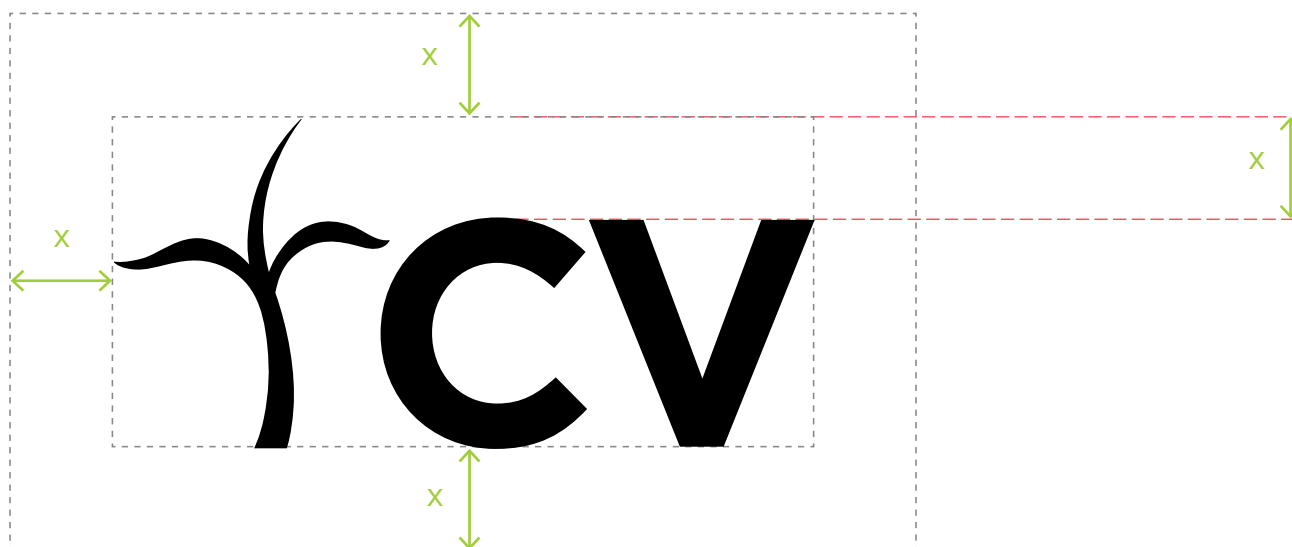
CORRETO



CV — LOGOTIPO

ZONA DE EXCLUSÃO

Como é possível ver abaixo, o “x” representa o espaço entre as letras e o topo do desenho da árvore. Esta medida é usada para determinar o mínimo de espaço livre que deve sempre estar ao redor do logo quando perto de outros logos, gráficos, etc.



CORES — DA PALETA

Uma seleção de cores foi escolhida para criar uma distinta assinatura de cores da CV. A paleta de cores é feita de cores sólidas e gradientes, e comunica uma tonalidade vibrante, otimista e profissional.

CORES — DA PALETA

CORES CORPORATIVAS

Esta paleta deve ser usada para todos os elementos principais da marca CV, incluindo papelaria, ícones, templates, etc. As cores também devem ser utilizadas como sólidas, subtons e gradientes.

VERDE LIMÃO DA CV

TELA

#9EE101
R158 G255 B1

IMPRESSÃO

Pantone 802C
C42 M0 Y100 K0

AZUL DA CV

TELA

#1e5ea8
R30 G94 B168

IMPRESSÃO

Pantone 2144C
C92 M68 Y2 K0

CARVÃO DA CV

TELA

#31383b
R49 G56 B59

IMPRESSÃO

Pantone 432C
C28 M15 Y15 K86

VERDE OLIVA DA CV

TELA

#527f66
R82 G127 B102

IMPRESSÃO

Pantone 5555C
C70 M32 Y65 K14

CINZA MÉDIO DA CV

TELA

#8a9195
R138 G145 B149

IMPRESSÃO

Pantone 430C
C14 M7 Y7 K43

CINZA CLARO DA CV

TELA

#c1c5c9
R193 G197 B201

IMPRESSÃO

Pantone 428C
C7 M3 Y3 K20

CORES — DA PALETA

GRADIENTES

Um conjunto de gradientes vibrantes foram criados e podem ser usados como filtro de imagens ou backgrounds sólidos. Por favor, vá à Seção de Fotografia para saber como fazer uso destes recursos.



TELA

Azul: #76ced9
Vermelho: #ef495c

IMPRESSÃO

Azul: C54 M0 Y35 K0
Vermelho: C0 M87 Y56 K0



TELA

Rosa: #ee3d96
Laranja: #fbb040

IMPRESSÃO

Rosa: C0 M90 Y0 K0
Laranja: C0 M35 Y85 K0



TELA

Azul: #434fa1
Roxo: #b059a2

IMPRESSÃO

Azul: C86 M80 Y0 K0
Roxo: C32 M78 Y0 K0



TELA

Rosé: #f7a39f
Azul: #8ed8f8

IMPRESSÃO

Rosé: C0 M44 Y27 K0
Azul: C40 M0 Y0 K0



TELA

Azul: #8ed8f8
Rosa: #d3539e

IMPRESSÃO

Azul: C40 M0 Y0 K0
Rosa: C13 M82 Y0 K0



TELA

Azul: #8ed8f8
Turquesa: #72c8b6

IMPRESSÃO

Azul: C40 M0 Y0 K0
Turquesa: C54 M0 Y35 K0

MARCA — FOTOGRAFIA

Nossa abordagem para fotografia ajuda a moldar e transmitir a personalidade e a missão da nossa marca. Cada imagem que usamos faz um esclarecimento importante sobre a CV e o que nós somos.

MARCA — FOTOGRAFIA

ESTILO DE FOTOGRAFIA

Use cores frescas com imagens naturalmente iluminadas que gerem autenticidade e engajamento. Estas podem ser alternadas com imagens em preto e branco. Além disso, ângulos dinâmicos e cortes criativos geram uma expressão contemporânea.

Evite flash. Quando possível, que as imagens estejam focadas em pessoas para refletir a natureza global do trabalho da CV. Seja criativo para juntar e misturar gêneros, idades, cores e etnias porque isso é um reflexo de quem queremos alcançar.

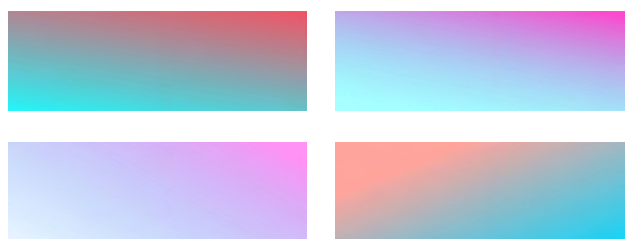
Fotos de banco de imagens só devem ser usadas quando os elementos da foto estiverem in-situ ou demonstrarem situações da vida real de uma forma autêntica. Certifique-se, além disso, de que todas as imagens tenham as licenças e permissões necessárias.



MARCA — FOTOGRAFIA

FILTROS GRADIENTES

Estas opções de filtros de foto podem ser aplicadas sobre as imagens usadas nas comunicações corporativas da CV. Escolha o filtro que harmoniza melhor com as suas fotos e não use o mesmo filtro em posts adjacentes das redes sociais e blogs. Os arquivos de Photoshop estão disponíveis para download no menu "Communications" no CV Handbook, acessível via o site apps.cvglobal.co.



Gradiente da CV aplicado com o modo de mesclagem de luz direta

CORTE DE IMAGEM

Estes cortes de imagens são úteis para acrescentar variedade. Cortar sua imagem ajudará a trazer foco ao conteúdo e a acrescentar interesse visual.



Imagem ampla com máscara aplicada



Tamanho maior de imagem

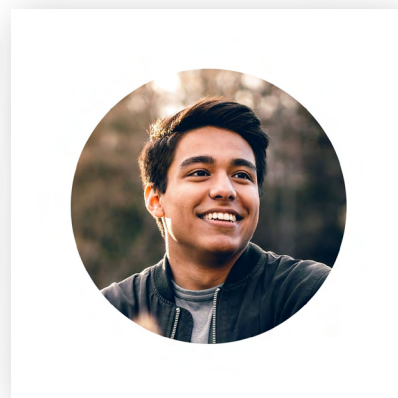
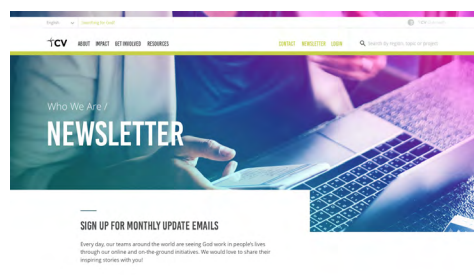
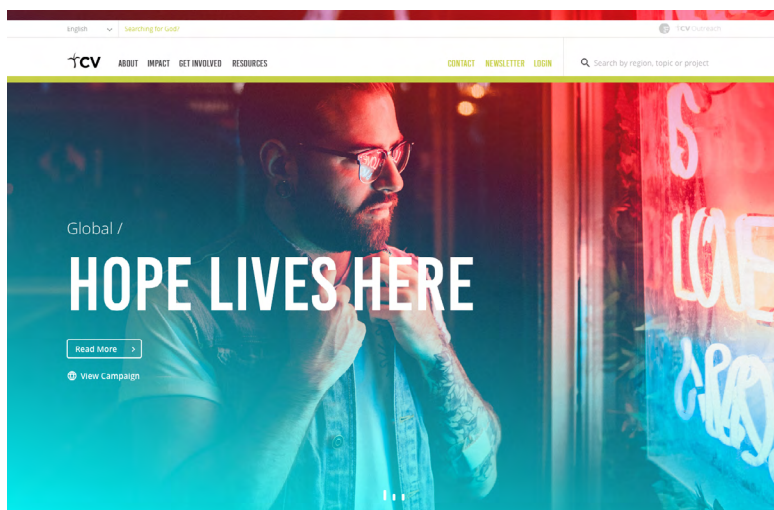


Imagem com máscara circular

MARCA — FOTOGRAFIA

EXEMPLOS DE APLICAÇÃO

Este é um exemplo de como cores sólidas e gradientes têm sido aplicados. A paleta demonstra a CV como vibrante, amigável e como uma organização profissional.



ÍCONES E —

TIPOGRAFIA

A tipografia ocupa a maior parte da identidade e personalidade da organização. Tipos de letras impactantes foram cuidadosamente selecionados para trazer consistência à nossa comunicação corporativa.

ÍCONES AND — TIPOGRAFIA

TIPOS BÁSICOS DE FONTE

Nort: Todas as versões de Nort são usadas para propósitos de comunicação interna e externa em todas as aplicações da marca CV. Quando indisponível, por favor utilize Open Sans. A fonte Nort pode ser usada através de inscrição no Adobe Fontes.

Open Sans: Open Sans deve ser usada quando a Nort estiver indisponível. Open Sans pode ser baixada no [Google Fontes](#).

* Faça uso de Caixa alta/baixa da frase sempre que possível. Evite corretor automático e utilize alinhamento para a esquerda no corpo do texto.

* Caso Nort e Open Sans não estejam disponíveis, por favor faça uso de Arial.

TÍTULOS & SUBTÍTULOS

Bebas Neue Bold: Sempre utilize os títulos em caps lock. Quando indisponíveis, por favor utilize Open Sans. Bebas Neue Bold pode ser baixado gratuitamente pelo site [MyFonts](#).

Evite acentuação automática e use alinhamento à esquerda no texto do corpo.

Nort

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Open Sans

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

BEBAS NEUE BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

ICONES E — TIPOGRAFIA

TEXTO GERAL

O texto geral deve aparecer como mostrado abaixo. Os templates do MS Word e do Apple Pages estão disponíveis para download no menu de comunicações do manual da CV, e você pode acessá-los através do site apps.cvglobal.co.

**Bebas 28pt
Verde-limão
da CV**

CHRISTIAN VISION EM QUE ACREDITAMOS



A Bíblia é a Palavra de Deus infalível, que é Sua Palavra santa e inspirada, e que é a autoridade suprema e final em questões de crença e comportamento.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Duis non porta nisi. Praesent consequat viverra purus eget venenatis. Cras non ligula sed odio dapibus fringilla non in urna. Etiam mattis rhoncus iaculis. Quisque nulla dui, varius sit amet egestas in, tempus id lacus. Curabitur viverra risus in scelerisque maximus.

Que só existe um Deus, eternamente existente em três pessoas: Pai, Filho e Espírito Santo

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Duis non porta nisi. Praesent consequat viverra purus eget venenatis. Cras non ligula sed odio dapibus fringilla non in urna. Etiam mattis rhoncus iaculis. Quisque nulla dui, varius sit amet egestas in, tempus id lacus. Curabitur viverra risus in scelerisque maximus.

Na divindade de Jesus Cristo, que foi concebido pelo Espírito Santo e nascido da Virgem Maria. Ele viveu uma vida sem pecados, tomou sobre si todos os pecados da humanidade, morreu, ressuscitou, e subiu aos céus. Ele retornará novamente em poder e glória.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Duis non porta nisi. Praesent consequat viverra purus eget venenatis. Cras non ligula sed odio dapibus fringilla non in urna. Etiam mattis rhoncus iaculis. Quisque nulla dui, varius sit amet egestas in, tempus id lacus. Curabitur viverra risus in scelerisque maximus.

Que Jesus Cristo é o único caminho para a salvação e que, para a salvação das pessoas pecadoras e perdidas, o arrependimento pelos pecados e a fé em Jesus Cristo resulta em regeneração pelo Espírito Santo.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Duis non porta nisi. Praesent consequat viverra purus eget venenatis. Cras non ligula sed odio dapibus fringilla non in urna. Etiam mattis rhoncus iaculis. Quisque nulla dui, varius sit amet egestas in, tempus id lacus. Curabitur viverra risus in scelerisque maximus.

No ministério presente do Espírito Santo habitando dentro dos cristãos permite que eles vivam uma vida piedosa.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Duis non porta nisi. Praesent consequat viverra purus eget venenatis. Cras non ligula sed odio dapibus fringilla non in urna. Etiam mattis rhoncus iaculis. Quisque nulla dui, varius sit amet egestas in, tempus id lacus. Curabitur viverra risus in scelerisque maximus.

Na ressurreição de todas as pessoas, trazendo vida eterna para os salvos e condenação eterna para os perdidos.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Duis non porta nisi. Praesent consequat viverra purus eget venenatis. Cras non ligula sed odio dapibus fringilla non in urna. Etiam mattis rhoncus iaculis. Quisque nulla dui, varius sit amet egestas in, tempus id lacus. Curabitur viverra risus in scelerisque maximus.

Na unidade espiritual dos crentes em nosso Senhor Jesus Cristo e que todos os verdadeiros crentes são membros do Seu corpo, a Igreja.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Duis non porta nisi. Praesent consequat viverra purus eget venenatis. Cras non ligula sed odio dapibus fringilla non in urna. Etiam mattis rhoncus iaculis. Quisque nulla dui, varius sit amet egestas in, tempus id lacus. Curabitur viverra risus in scelerisque maximus.

CV BRASIL

Av. Ibirapuera, 2120 - Sala 194 - Indianópolis,
São Paulo - SP, 04028001

ENTRE EM CONTATO CONOSCO!

(11) 5052-0955
brazil@cvglobal.co

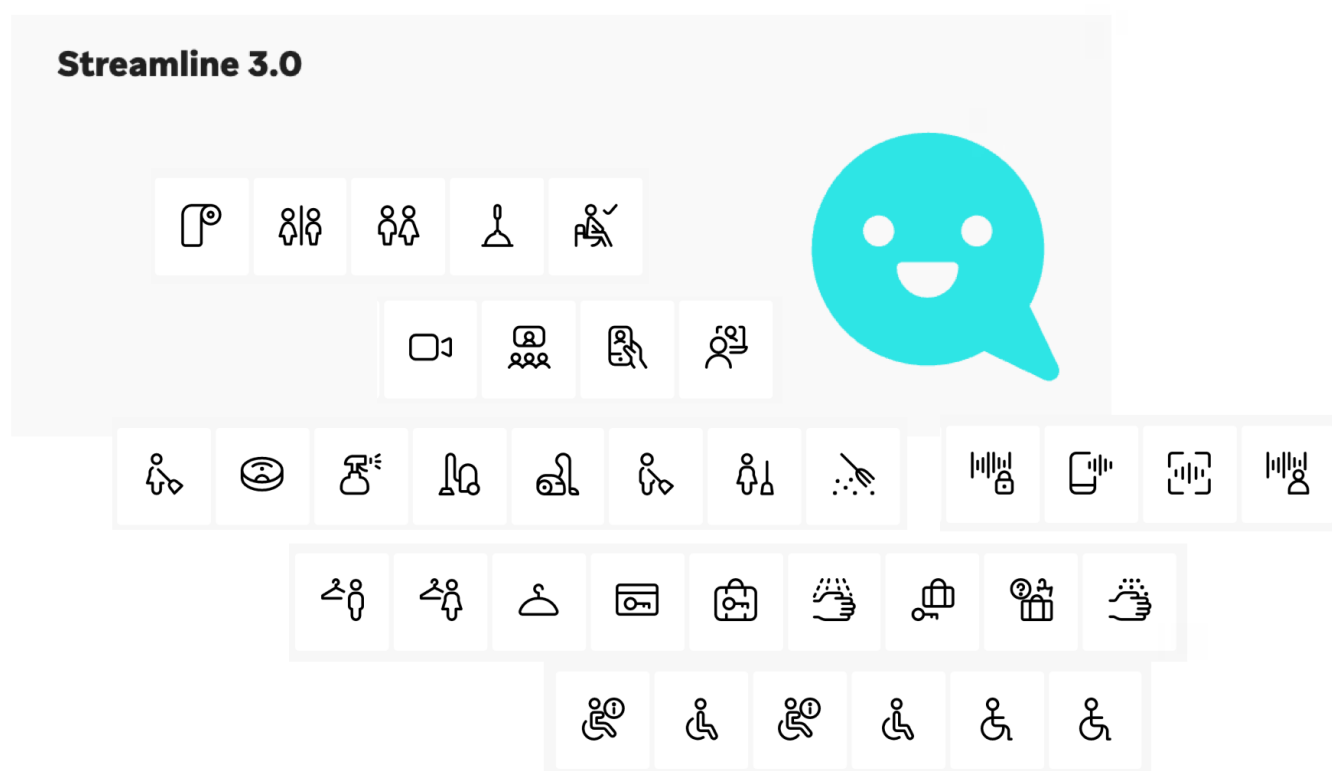
**Nort Bold 10pt
Verde-limão da CV**

**Nort Regular 8.5pt
Carvão da CV**

ÍCONES E — TIPOGRAFIA

ÍCONES

Um conjunto específico de ícones foi selecionado para a identidade corporativa da CV. O Streamline 3.0 tem mais de 30.000 ícones. Onde os ícones são necessários para a garantia e sinalização, sites e outras aplicações digitais, o Streamline deve ser usado. Este conjunto de ícones será comprado pela CV e estará disponível para download online. Consulte o menu de Comunicações no Manual da CV e acesse via apps.cvglobal.co para mais informações.



TOM E — VOZ

Uma marca memorável tem uma identidade personalizada com a qual as pessoas podem se engajar e se tornarem familiarizadas com o tempo. Queremos que a nossa audiência (a comunidade cristã) nos conheça e escolha ser parte da nossa jornada. Nós também queremos que eles percebam que enquanto profissionais, compartilhamos o desejo de que o mundo conheça Jesus. As palavras que nós usamos e a forma pela qual nós as usamos são uma parte importante do mostrar quem nós somos como organização.

TOM E — VOZ

VOZ

Use voz ativa

Isso significa identificar um assunto e escrever colocando-o em ação

- Ideal: Você pode apresentar Jesus às pessoas!
- Não ideal: Jesus pode ser apresentado às pessoas.

Use frases curtas e limpas.

Evite clichês e adjetivos em excesso.

Não utilize palavras mais conhecidas apenas em contextos cristãos.

Se houver alguma palavra como esta, você pode substituí-la por alguma utilizada em seu dia a dia, que tenha o mesmo significado.

- Ideal: Nós estamos gratos a Deus por...
- Não ideal: Agradeça a Deus por...

Demonstre os resultados

Use palavras ativas e positivas que passem a ideia de que nós estamos alcançando nossos objetivos.

- Ideal: Influenciado, afetado, mudado, transformado, impactado, tocado.

TOM

O Evangelho traz alegria e vida. Isso traz cor ao nosso mundo preto e branco. Nosso tom deve refletir essa transformação e criar um senso de interesse e ânimo.

As seguintes palavras descrevem a personalidade e o tom da marca corporativa CV. As equipes devem aderir a estas descrições quando criarem quaisquer conteúdos de comunicação.

- Inspirador, informativo e alegre
- Acessível e amigável, ainda que profissional
- Conhecedor de tecnologia, inovador e novo
- Conhecedor da perspectiva cultural global
- Generoso em ofertar conhecimento
- Alguém que compartilha atividades e conquistas com humildade
- Alguém que demonstra integridade

ESTILO

Christian Vision ou CV?

Escreva Christian Vision uma vez a cada nova peça de comunicação e sempre faça isso utilizando “CV” entre parênteses, logo ao lado.

Por exemplo: ‘Lord Edmiston fundou a Christian Vision (CV) em 1988’.

Use ‘CV’ para cada próxima vez que você mencionar a organização.

Referenciando os nossos fundadores

Para comunicações externas (audiências de fora da CV), Bob e Tracie Edmiston devem ser chamados pelo seu título social: Lord e Lady Edmiston. Para comunicações internas (dentro da CV) fazemos o uso dos primeiros nomes: Bob e Tracie.

Referenciando as estratégias da CV

Forma social de escrever nossas estratégias: Impactando-a-Nação e Tocando-um-Bilhão

Referenciando as estratégias e projetos

Quando referenciando yesHEis, escreva o ‘yes’ com letra minúscula, o ‘HE’ com maiúscula, e o ‘is’ com minúscula, ainda que se trate de um título ou de começo de frase.

Referenciando termos cristãos

‘Igreja’ deve ser escrita com I maiúsculo quando se refere à Igreja global como um todo. Quando se trata de uma denominação específica, a palavra ‘igreja’ deve ser escrita com letra minúscula.

Por exemplo: Há um movimento na Igreja global em direção ao evangelismo; O casal estava conectado à sua igreja local.

A palavra ‘evangelho’ deve ser escrita com letra minúscula, assim como os pronomes que se referem a Deus: ele, dele, nele.

Palavras-chave

Para manter a integridade da nossa mensagem e marca, mantenha as seguintes palavras-chave centrais na comunicação:

<i>Jesus</i>	<i>Salvação</i>
<i>Igreja</i>	<i>Transformação</i>
<i>Evangelho</i>	<i>Mudança</i>
<i>Nações</i>	<i>Bíblia</i>
<i>Global</i>	<i>Recurso</i>
<i>Alcançar</i>	<i>Alcance</i>
<i>Impactar</i>	<i>Pioneiro</i>
<i>Tocar</i>	<i>Digital</i>
<i>Evangelismo</i>	<i>Missão</i>
<i>Discipulado</i>	

TEMPLATES — CRIATIVOS

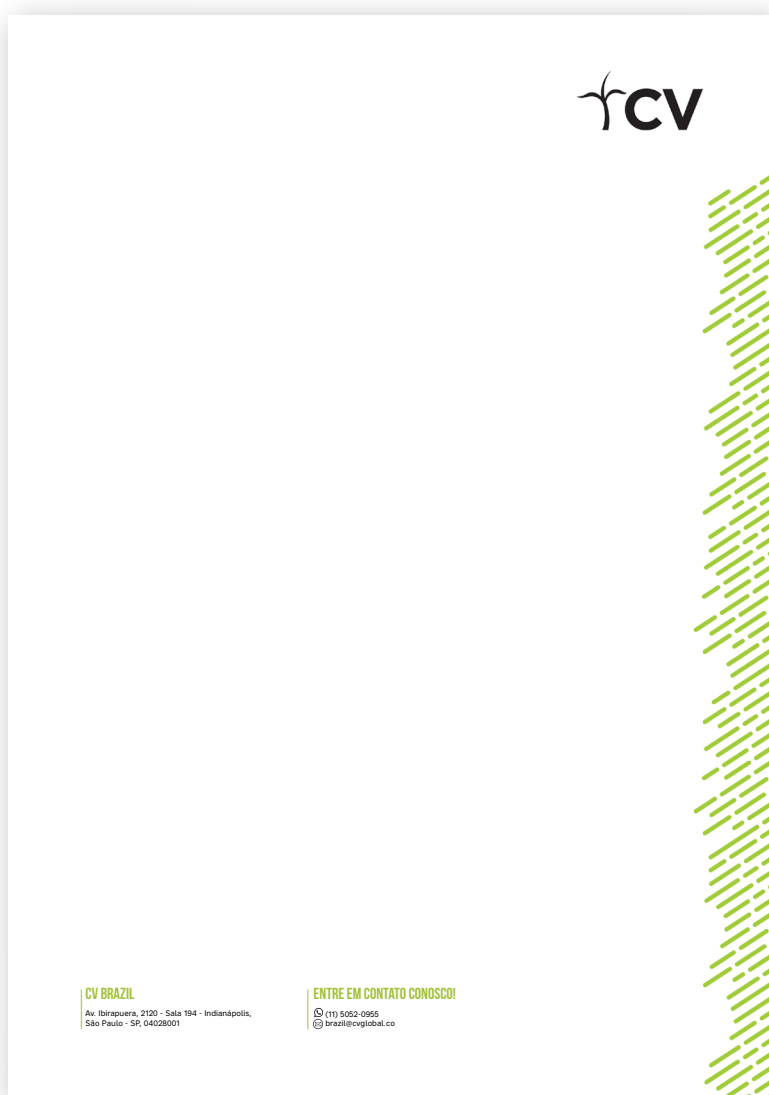
Esta seção contém templates para documentos e cartões de visita. Se você precisar de esclarecimento sobre qualquer um deles, por favor contate a CV Communications.

communications@cvglobal.co

TEMPLATES — CRIATIVOS

PAPEL TIMBRADO

Segue abaixo o Papel Timbrado oficial da CV. Um formato disponível para MS Word e Apple Pages está disponível no Menu de Comunicações do Manual da CV, acessível em apps.cvglobal.co.



TEMPLATES — CRIATIVOS

CARTÕES DE VISITA

Segue o cartão de visita da CV abaixo. As especificações para impressão são: tamanho - largura 90mm x altura 50mm. Com impressão colorida nos dois lados em modo CMYK. Tipo de papel - de pelo menos 400gsm. Acabamento - laminação fosca.



Frente



Verso

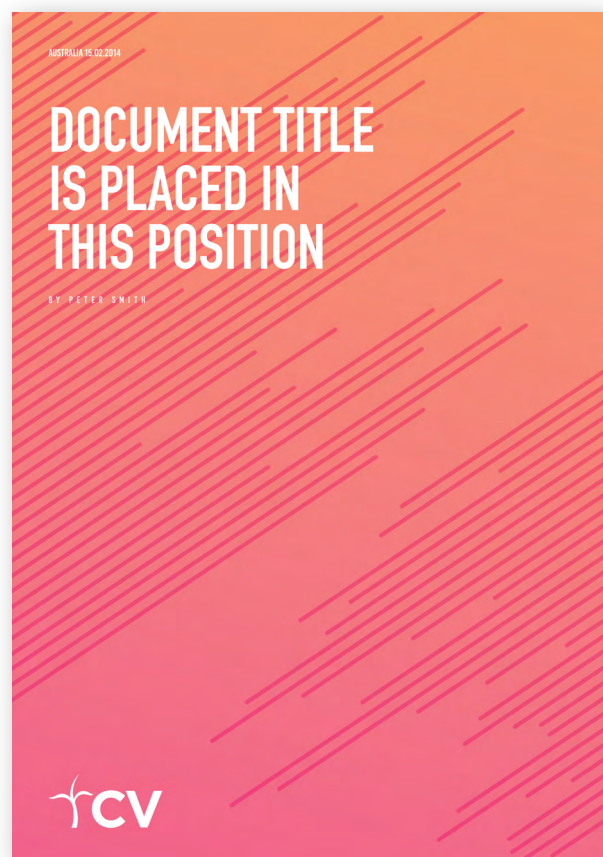
TEMPLATES — CRIATIVOS

CAPAS DOS DOCUMENTOS

Uma capa de documento corporativo da CV deve aparecer conforme modelo mostrado abaixo. Um formato para MS Word, Apple Pages e InDesign está disponível no menu de Comunicações do Manual da CV Handbook, acessível em apps.cvglobal.co.



Impacto total - Ênfase na imagem

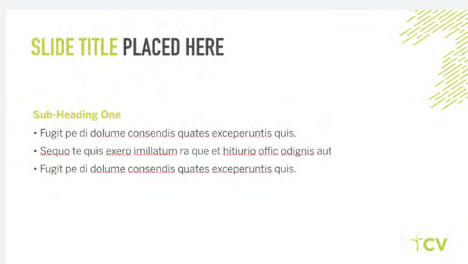
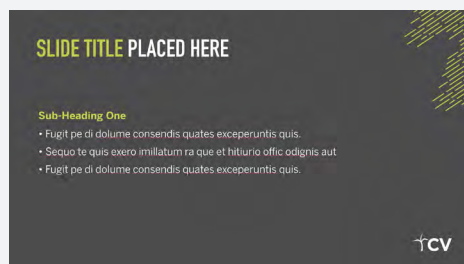
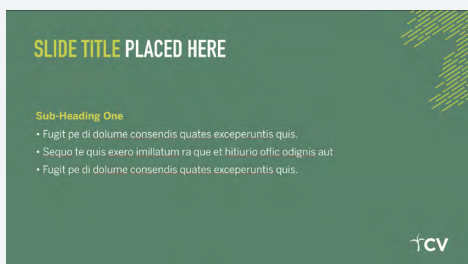
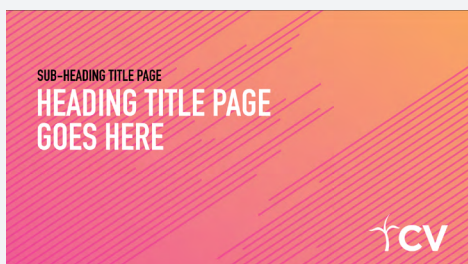


Impacto discreto - Você pode escolher dentre diferentes designs

TEMPLATES — CRIATIVOS

APRESENTAÇÃO DE SLIDES

Segue modelo dos powerpoints corporativos da CV abaixo. Um formato para MS Powerpoint e Apple Keynote está disponível no menu de Comunicações do Manual da CV Handbook, acessível em apps.cvglobal.co.



TEMPLATES — CRIATIVOS

GARRAFAS DE ÁGUA

Escolha a sua própria cor e padrão de fundo para criar designs exclusivos. Estas são apenas referências criativas.



TEMPLATES — CRIATIVOS

CANETAS

Escolha a sua própria cor e padrão de fundo e acrescente o logo e o slogan da CV. Estas são apenas referências criativas.



CREATIVE — TEMPLATES

BANNERS

Escolha a sua cor ou imagem de plano de fundo, e siga os exemplos de template abaixo.



A MARCA CV: — ECOSSISTEMA

O ecossistema de marca da CV consiste na família completa da marca CV, trabalhando e interagindo junto em uma relação simbólica que apoia a vida e a vitalidade de cada identidade, assim como do todo.



ECOSSISTEMA DA MARCA — CATEGORIAS

A Marca CV é classificada em três categorias:



MARCA CORPORATIVA

Esta é a nossa marca mãe.



MARCAS DA CASA

Estas são atividades corporativas que compartilham a marca mãe e estão subordinadas a ela.

✦ CVResources

✦ CVTraining

✦ CVPrayer



MARCAS HÍBRIDAS

Estas são atividades corporativas e locais que utilizam uma marca independente, mas prestam contas à marca mãe.

NPI



CVCLAVOZ

CV Outreach



RCV



ALGO DIFERENTE



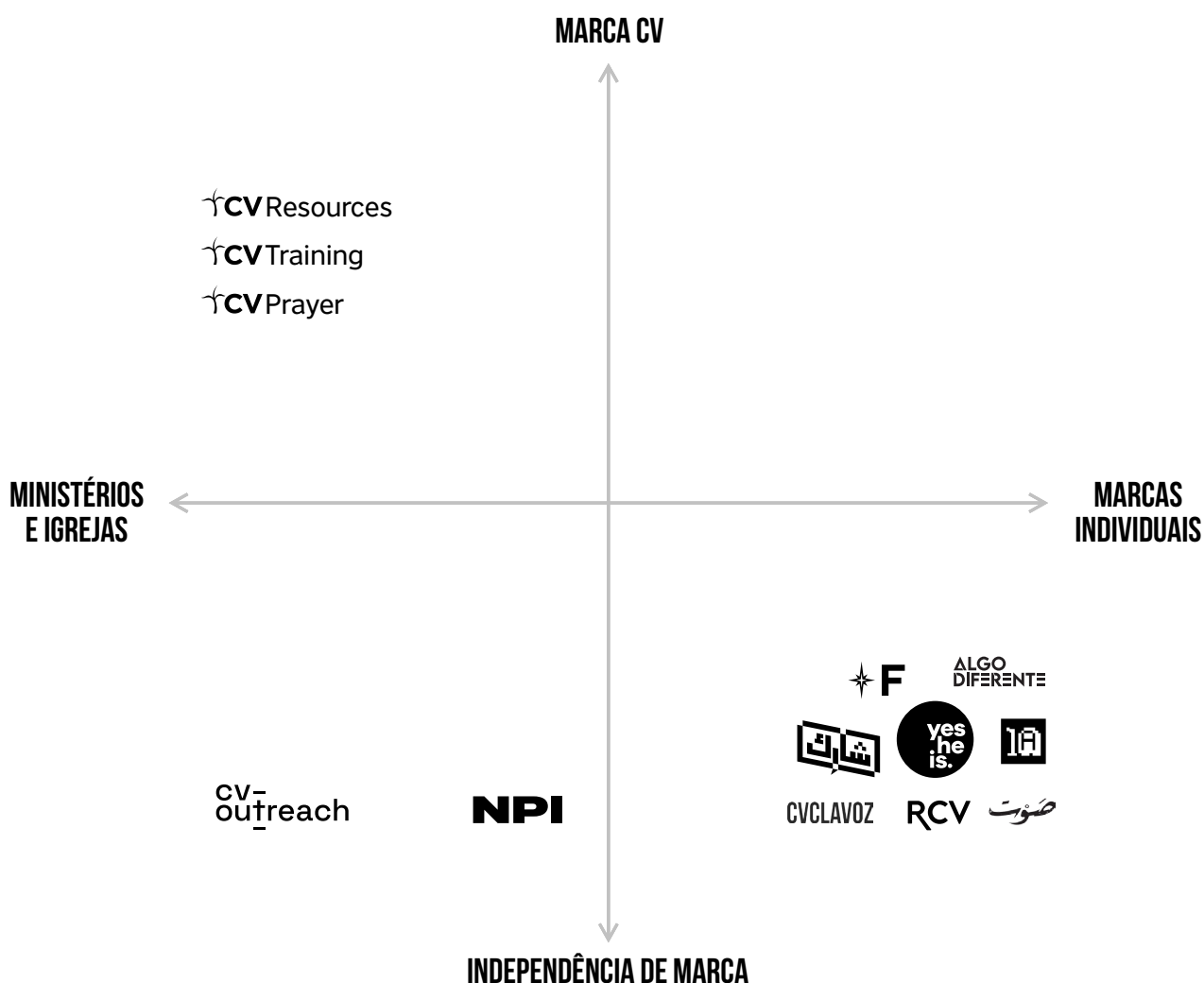
Em que ponto um projeto ou uma iniciativa passam a ser considerados uma marca híbrida?

Isso irá depender de circunstâncias individuais. Mas como ponto de partida, três fatores devem ser considerados:

1. O impulso e impacto são comprovados?
2. É provável que a iniciativa ainda esteja ativa em mais de 12 meses?
3. Há preocupações quanto à segurança na promoção global da atividade?

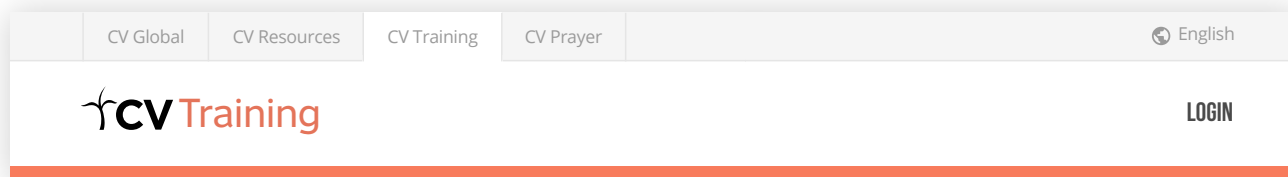
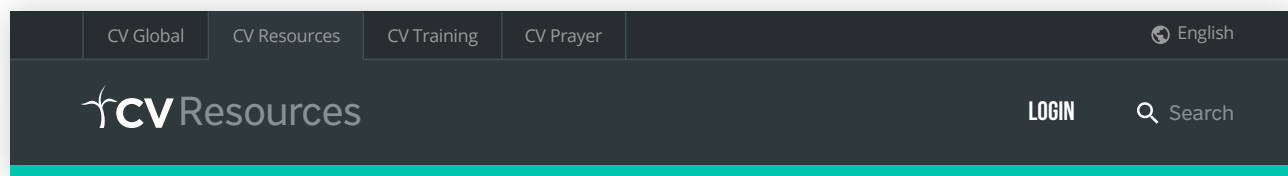
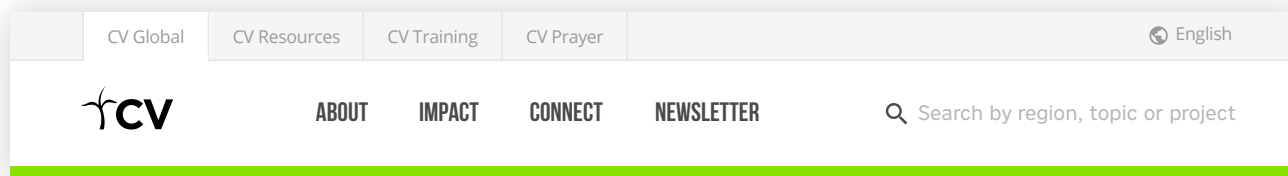
POSICIONAMENTO — IMPLICAÇÕES

O gráfico abaixo mostra a posição das marcas da CV em termos de público e independência:



MARCAS — DA CASA

Todas as marcas da casa compartilham a aparência e o sentimento da marca mãe.
Elas estão amarradas junto à marca mãe e em posição privilegiada na navegação principal do site cvglobal.co.



MARCAS — HÍBRIDAS

Todos os sites e documentos das marcas híbridas devem incluir alguma atribuição à marca CV, assim como o link para o site cvglobal.co. Em retorno, os canais de comunicação da CV irão promover ativamente as marcas híbridas.

The logo for NPI, consisting of the letters "NPI" in a bold, black, sans-serif font.

An initiative of CV

The logo for CV-outreach, featuring the text "CV-outreach" in a black, sans-serif font, with "CV" on the top line and "outreach" on the bottom line.

An initiative of CV



An initiative of CV

The logo for RCV, consisting of the letters "RCV" in a bold, black, sans-serif font.

An initiative of CV



An initiative of CV

The logo for CVCLAVOZ, consisting of the text "CVCLAVOZ" in a bold, black, sans-serif font.

An initiative of CV



An initiative of CV



An initiative of CV



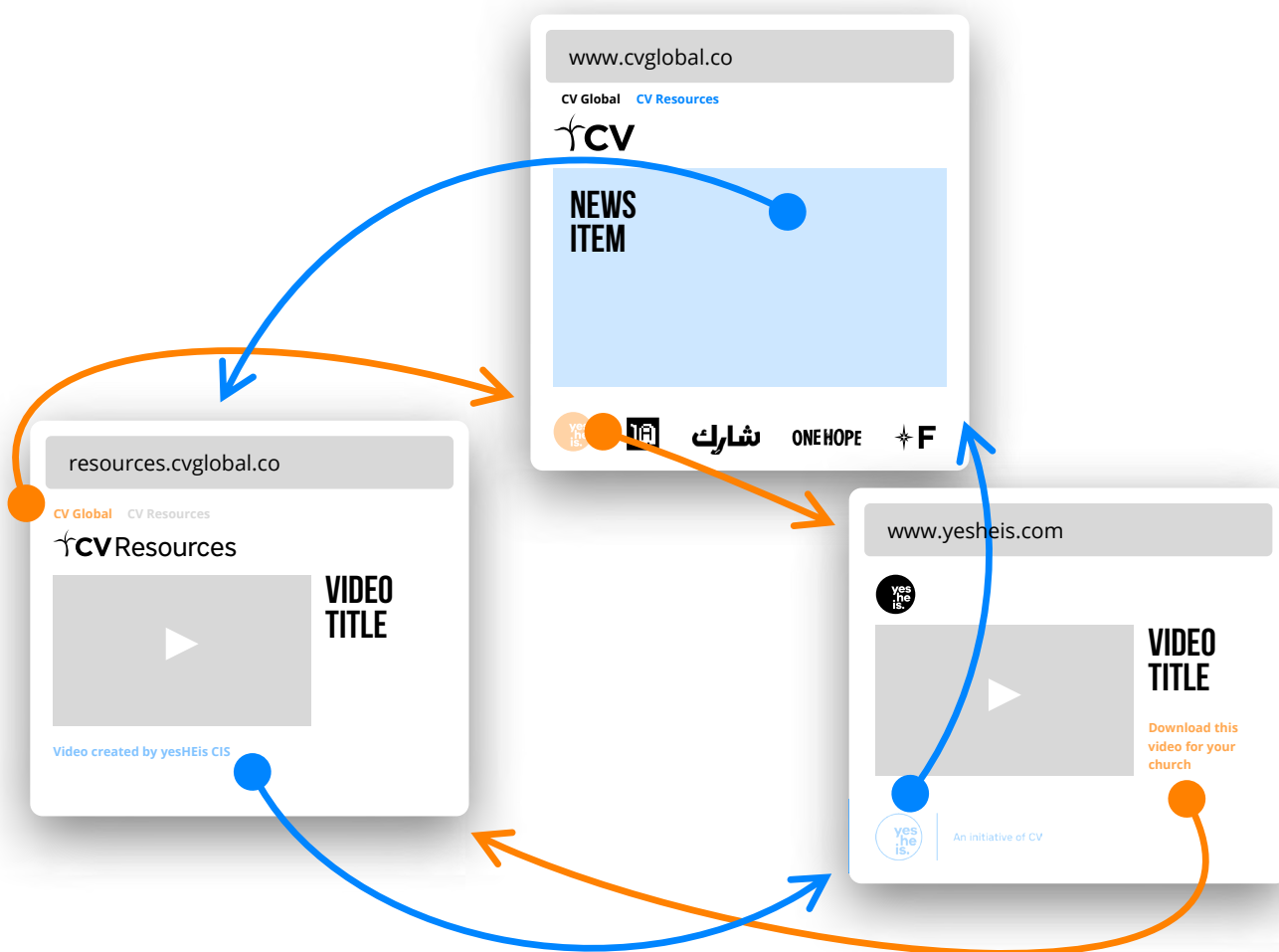
An initiative of CV

The logo for ALGO DIFFERENTE, consisting of the text "ALGO DIFFERENTE" in a bold, black, sans-serif font.

An initiative of CV

ECOSSISTEMA — SEO

Os backlinks entre os sites das marcas destacam nosso ecossistema robusto e beneficiam o mecanismo otimizador de busca. Quando as páginas da web são vinculadas ao nosso conteúdo ou páginas iniciais, elas promovem o “link juice”. Um link que ajuda a classificar o conteúdo, além de promover a nossa autoridade.



ECOSSISTEMA — SEO

Nota: Os detalhes amarelos representam recomendações

CV RESOURCES

Faz a curadoria de todos os conteúdos criados pelas equipes globais da CV, além de organizar os conteúdos dos parceiros externos em um único produto.



Aplica as convenções da **marca CV** nas marcas da casa.



Destaca as marcas criando vídeos.



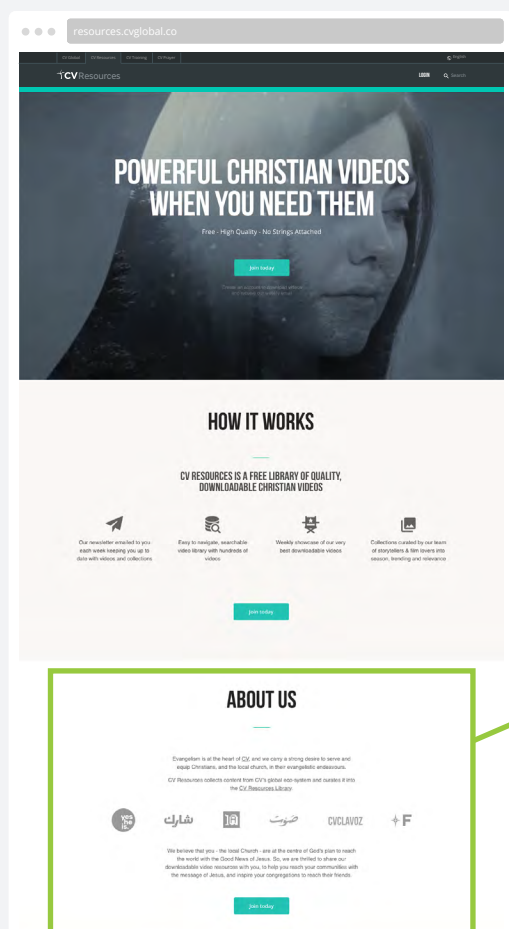
Uma declaração de **quem nós somos** está contida no corpo da página inicial, alinhada com a mensagem corporativa da marca CV.



O **logo da CV** aparece com o site cvglobal.co no rodapé



Crédito de quem criou consta na página do vídeo

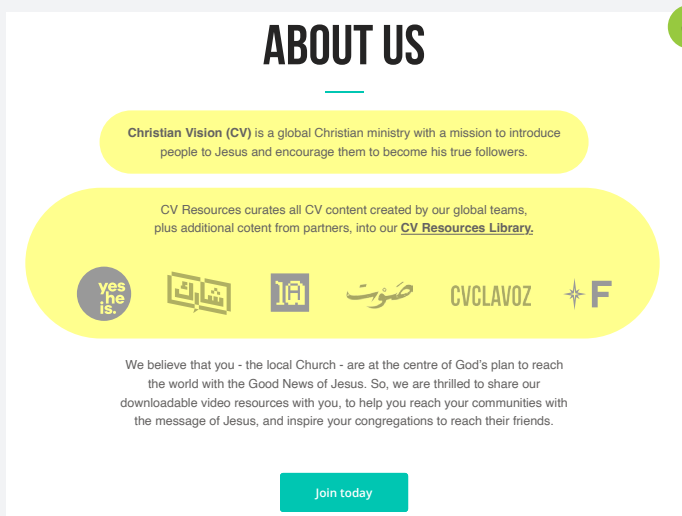


DETALHES DO VÍDEO



Download

Clip length: 03:52
Formats: HD H.264 (1920x1080)
Releases: For Personal Use, For Live Public Performances, For Online Use
Languages: English, Arabic, French, German
Credits: Created by **yesHEis CIS 2020**



ECOSSISTEMA — SEO

Nota: Os detalhes amarelos representam recomendações

MARCAS HÍBRIDAS

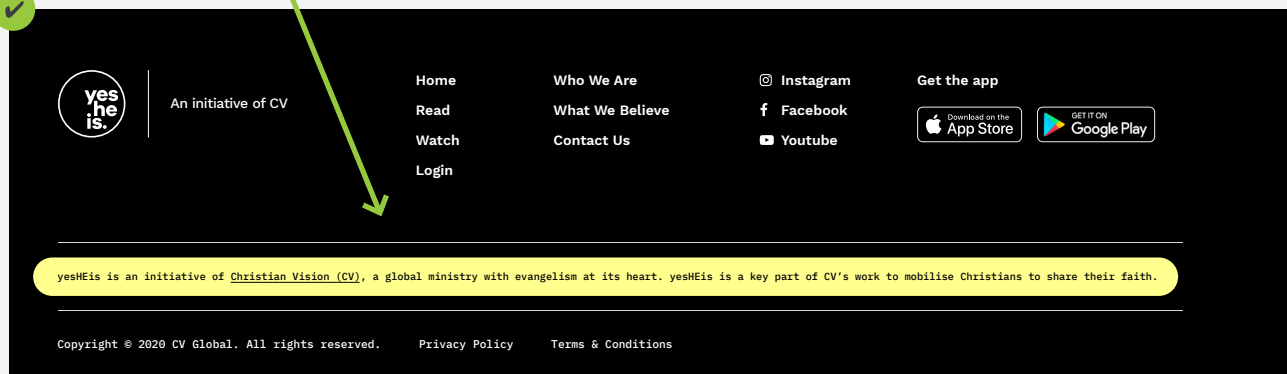
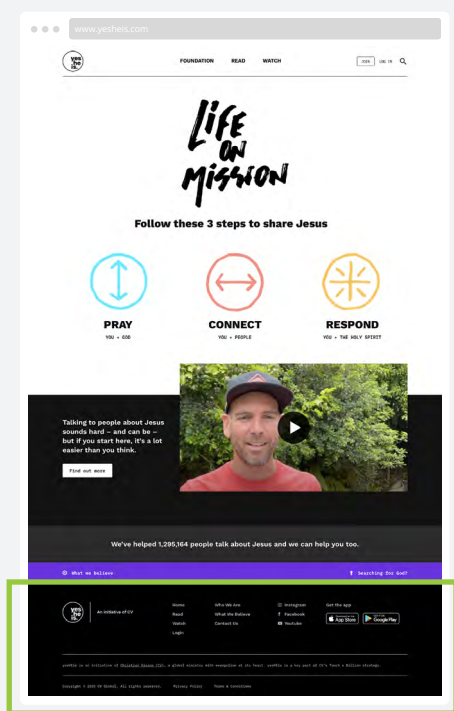


Logo + Uma iniciativa da CV no rodapé da página inicial e de todas as subpáginas.

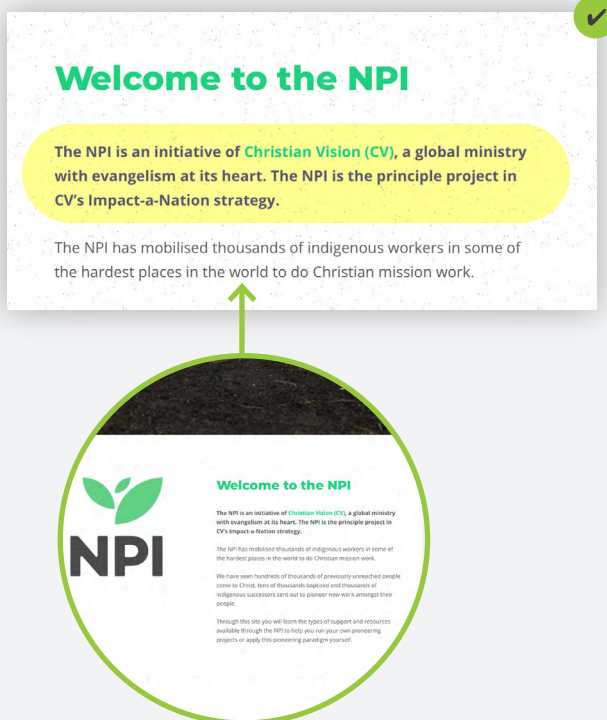


Declaração da CV contida no corpo da página inicial ou no rodapé, incluindo um **link para o site cvglobal.co**.

RODAPÉ



CORPO



MÍDIAS— SOCIAIS

Nota: Os detalhes amarelos representam recomendações

MARCAS HÍBRIDAS NO YOUTUBE



Declaração de quem é a CV na página inicial do Youtube.

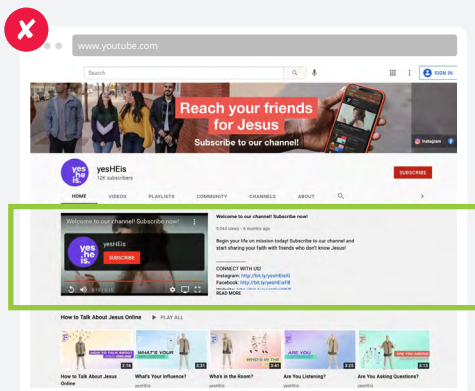


Link no vídeo que leve para o CV Resources com um **call to action para a audiência corporativa** (líderes e trabalhadores de igrejas e ministérios)



Evite usar links encurtados nas descrições.

HOMEPAGE



Welcome to our channel — subscribe now!

9,944 views • 6 months ago

Begin your life on mission today. Subscribe to our channel and start sharing your faith with friends who don't know Jesus.

Want to know more about Jesus? <https://whoisjesus.yesheis.com>

yesHEis is an initiative of Christian Vision (CV), a global ministry with evangelism at its heart. yesHEis is a key part of CV's work to mobilise Christians to share their faith. <https://www.cvglobal.co>

Download the yesHEis App <https://yesheis.com/en/download>

<http://www.instagram.com/yesheis>
<http://www.facebook.com/yesHEis>



We all want to be treasured by someone. This is the story of a boy and a girl who found something much better than a fairytale romance.

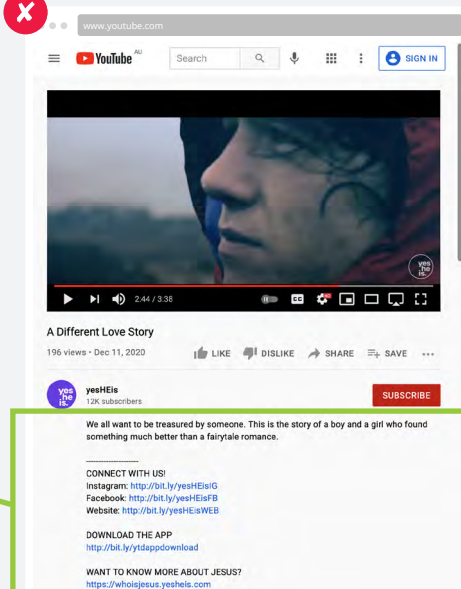
Find more videos like this on our YouTube Channel and at <http://www.yesheis.com>
Want to know more about Jesus? <https://whoisjesus.yesheis.com>

Want to download and share this free video with your church or community group?
Connect to <http://www.resources.cvglobal.co>

Download the yesHEis App <https://yesheis.com/en/download>

<http://www.instagram.com/yesheis>
<http://www.facebook.com/yesHEis>

yesHEis is an initiative of <http://www.cvglobal.co>



MÍDIAS — SOCIAIS

Nota: Os detalhes amarelos representam recomendações

MARCA MÃE



Marcar perfis das marcas híbridas.



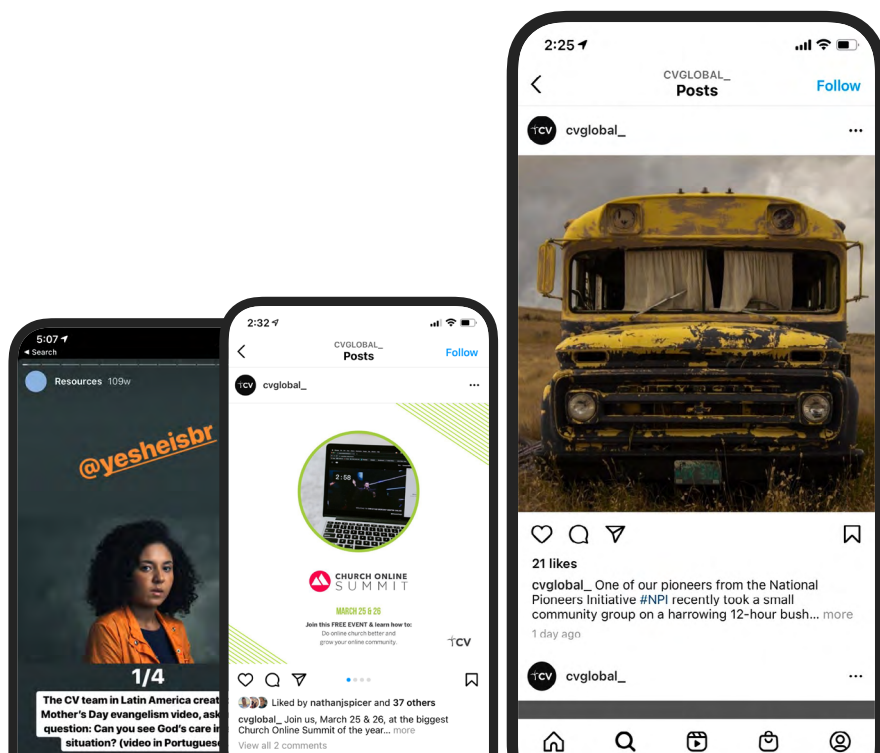
Conteúdo dos destaques do Instagram devem vir das marcas híbridas.



Deve haver carrosséis especiais com novas atualizações das atividades corporativas.



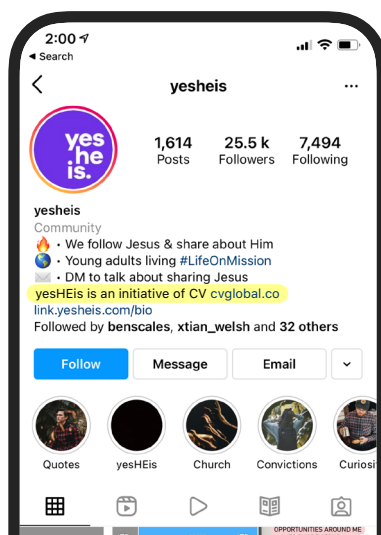
Histórias de impacto e novidades de todas as atividades devem ser compartilhadas.



MARCAS HÍBRIDAS



Deve conter uma atribuição à CV na bio: **o yesHEis é uma iniciativa da CV**





cvglobal.co/pt