



VERSÃO 2 | DEZ 2022

uniodontos 

somos  **coop**

BrandBook



Bem-vindo

Nas próximas páginas, você vai conhecer melhor o nosso jeito de ser e de nos expressar.

Este documento está sob sua responsabilidade. Nenhuma parte dele pode ser reproduzida ou repassada para terceiros. Todas as imagens mostradas neste livro são apenas referências para compreensão do leitor e não devem ser reproduzidas em qualquer outro material.

Este Brandbook foi desenvolvido para visualização na tela de dispositivos eletrônicos, podendo apresentar variações de cores e formatos quando impresso.

1

Essência da marca

A essência Uniodonto
Estratégia inspiracional
Nossa essência
Atributos
Estratégia Posicionamento
Nossos arquétipos

2

Linguagem visual

2.1 DIRETRIZES DA MARCA

Arquitetura de marcas Uniodonto
Marca
Marca versão positiva - institucional
Marca versão negativa - institucional
Marca - institucional (exemplos de aplicações)
Marca versão positiva - não institucional
Marca versão negativa - não institucional
Marca - não institucional (exemplos de aplicações)
Marca versão monocromática
Área de proteção da marca
Regra de assinatura tagline
Assinatura SomosCoop
Assinatura conjunta
Submarca Singulares
Submarca soluções
Usos incorretos da marca

2.2 INGREDIENTES DE LINGUAGEM

Paleta cromática
Tipografia institucional
Tipografia de apoio
Tipografia display
Padronagens
Formas
Ícones
Fotografia
Ilustração
Componentes digitais

2.3 APLICAÇÕES

3

Liguagem verbal

Tom de voz Uniodonto
Como falamos com as pessoas?
Como falamos para o consumidor final?
Como falamos para as empresas?
Como falamos para os dentistas?
Como falamos para a comunidade?
Tipografia
Vocabulários

1

**Essência
da marca**

A essência Uniodonto

Assim como as pessoas, as marcas têm um jeito único de ocupar o mundo. A essência é o que diferencia uma empresa no mercado e a faz original. É o que reúne e organiza tudo aquilo que é fundamental para manter vivos a personalidade e o propósito da marca.

somos
COOP 

A nova marca da
Uniodonto **carrega
os valores do
cooperativismo
em sua essência.**

É por meio do selo do movimento SomosCoop que identificaremos visualmente o cooperativismo. Portanto, devemos utilizá-lo em todas as expressões da marca Uniodonto.

Confira as regras de aplicação na página 42.

Estratégia **inspiracional**

A **Uniodonto** completa **50 anos** e é chegada a **hora de olhar para o futuro sem esquecer a sua história**, seu pioneirismo e as qualidades que a trouxeram até os dias de hoje.



É com este olhar de renovação que a marca busca uma nova identidade visual e **uma expressão que carregue sua história** e que esteja preparada para os desafios que os novos tempos apresentam.

Mudar é antes de qualquer coisa se reconhecer, olhar para dentro, observar-se de dentro para fora e de fora para dentro;

mudar é flexibilizar.

Não é jogar fora o que temos, mas sim abrir espaço para o novo.

Chegou a hora de se transformar.

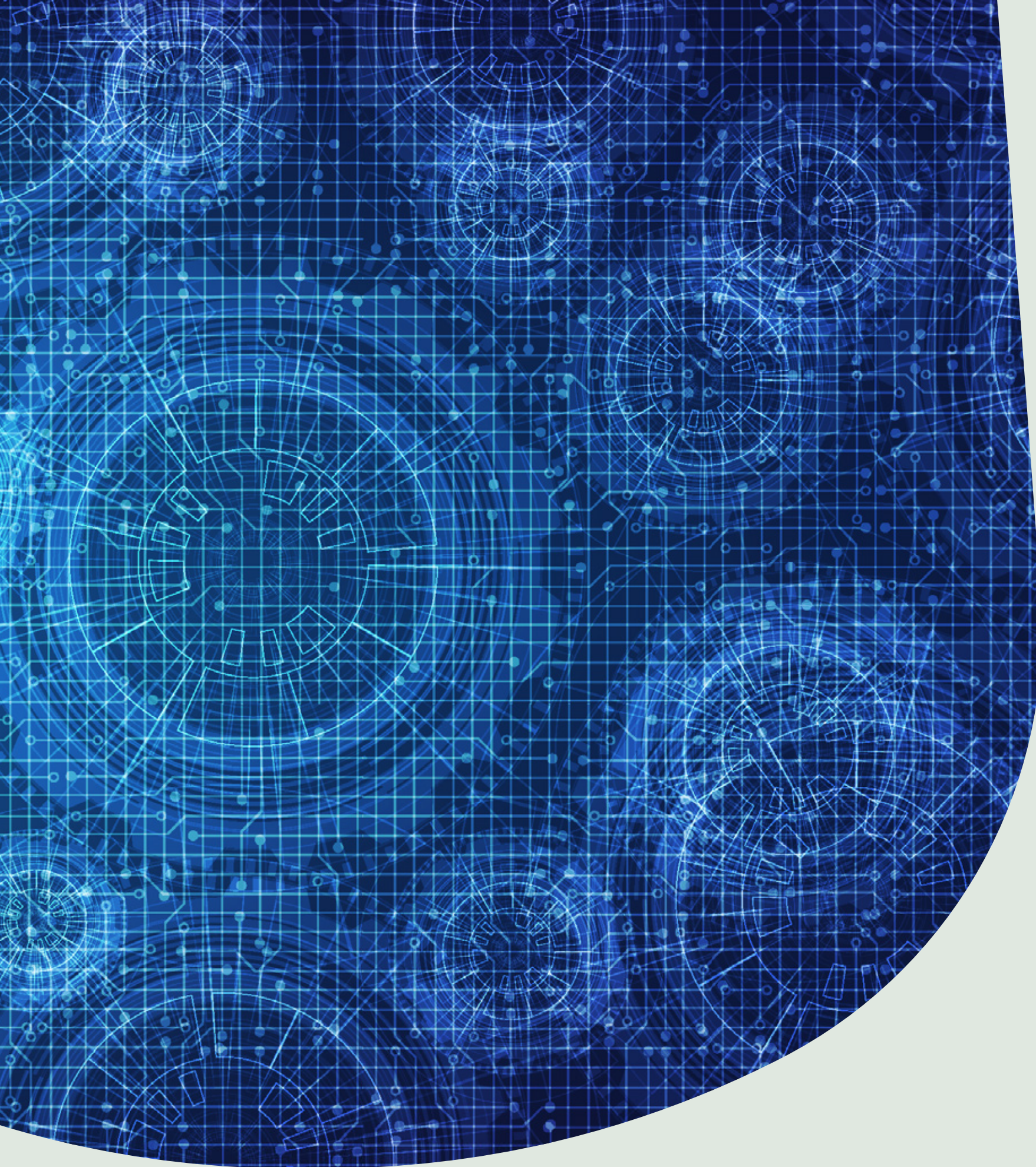


Molécula é um conjunto de átomos, iguais ou diferentes, unidos por ligações covalentes.

*Essas espécies químicas representam a **unidade** formadora de uma substância.*

Unidade:

- 1.** *Qualidade ou estado de ser um, único.*
- 2.** *Ação coletiva orientada para um mesmo fim, coesão, união.*



Segundo a Gestalt-terapia, o todo é maior do que as partes. Não se pode ter conhecimento do todo a partir das partes, já que cada uma delas é ÚNICA, mas
podemos conhecer as partes a partir do todo.

Uma cooperativa é mais do que uma singular + outra singular. É uma organização com uma dinâmica própria que reúne singularidades acerca de um
propósito claro e partilhado por todos os envolvidos.

**A Uniodonto é o todo composto
por suas singulares, seus
associados e seus clientes. É um**

organismo vivo formado por todas essas moléculas.

*Um CORPO único e visionário na relação que
mantém com os cooperados e beneficiários.*

*Um CORPO é um aglomerado de células, moléculas,
átomos. Uma substância viva em constante*

TRANSFORMAÇÃO.

É mais do que as partes, é o TODO.

**Um corpo saudável é um todo
conectado.**



A busca por saúde é uma escolha diária, ter um corpo saudável é ter um
olhar generoso e atento sobre a vida,
equilibrando momentos de alegria e prazer e a sabedoria de entender os sinais do organismo.

A saúde está também em
se reconhecer único, mas não sozinho, é ser parte de um grupo, *uma família, e se inspirar com as pequenas coisas da vida.*

A alegria é parte fundamental de um corpo saudável. Cuidar é um estado diário de atenção, e não de tensão.

Corpo são, mente sã.
Prevenir é cuidar também da sua alegria.
Segurança e cuidado podem ser movimentos alegres e contagiantes.

Nossa
essência

*Unimos experiência
e cuidado para*
**transformar sorrisos
em todo o Brasil.**

Atributos

Estrutura exclusiva

Unidade

A Uniodonto surge com o desejo de oferecer um serviço de qualidade e com preços acessíveis para que mais pessoas tenham acesso aos consultórios.

Unindo dentistas aos beneficiários, com **TRANSPARÊNCIA**, diminuindo as burocracias e prezando pelo excelente relacionamento entre as partes.

Os dentistas são cooperados da cooperativa e isso traz **PERTENCIMENTO**, mais responsabilidade e interesse em ter uma marca forte e autêntica.

O cooperado Uniodonto é o mais interessado em traduzir a marca para o mercado. Para isso, ele precisa se sentir único e parte de um todo que o abrace e sustente nas suas necessidades.

É no todo, na unidade, em que podemos nos reconhecer se nos sentirmos acolhidos nas nossas diferenças, singularidades.

Comunicamos principalmente aos:
Dentistas & colaboradores

Transparência
Pertencimento

Atributos

Estrutura institucional

Experiência

Por ser uma marca ativamente presente no mercado há 50 anos, a Uniodonto carrega na sua essência o **COMPROMISSO** com a saúde dos brasileiros, que se traduz na confiança de seus cooperados e beneficiários. A história da Uniodonto deve ser considerada um ponto forte na escolha de um plano odontológico.

A experiência Uniodonto reflete o tempo da empresa no mercado, mas não somente; a experiência se reflete também em cada beneficiário e em cada cooperado. A experiência é uma expressão da marca Uniodonto.

A Uniodonto está em todo o Brasil, sua **ABRANGÊNCIA** em termos de território é uma referência na categoria em que está inserida.

Comunicamos principalmente a:
Empresas & corretores

Compromisso
Abrangência

Atributos

Estrutura inovadora

Otimismo

Uma marca que **TRANSFORMA** sorrisos, que atravessa a maneira com que cada beneficiário se expressa na sua vida. Essa expressão vem por meio de um otimismo em relação à vida, ao cotidiano, lembrando que é possível se cuidar com alegria e **SIMPLICIDADE**.

Isso se dá não só na expressão visual e verbal da marca, mas também na facilidade no atendimento, contratação e marcação das consultas.

É preciso investir em uma navegação e expressão que transmitam essa simplicidade para o beneficiário, com um portal intuitivo e fácil de navegar.

Comunicamos principalmente aos:
Consumidores finais & beneficiários

Transforma
Simplicidade

Atributos

Estrutura sustentável

Relacionamento



A Uniodonto cuida da sua comunidade e esse **CUIDADO** vai para além do cuidado com a saúde dos dentes. É um **COMPROMISSO** com as relações estabelecidas em cada engrenagem da cooperativa, sejam os beneficiários, cooperados, empresas contratantes ou corretores.

Cuidar é buscar novas soluções que facilitem a vida de todos os envolvidos, é criar uma rede que se reconheça e sinta orgulho de fazer parte desta comunidade.

Abraçar a **DIVERSIDADE** de pessoas que fazem parte da comunidade Uniodonto é trazer valor para a própria comunidade, gerando um equilíbrio entre a autonomia e liberdade de cada um e a unidade da marca.

Ser singular e plural.

Comunicamos principalmente às:
Comunidades
Sociedade civil

Cuidado
Diversidade
Compromisso

Estratégia
Posicionamento

*Como nos
posicionamos
no mercado?*

Nossos **Arquétipos**

Seu principal arquétipo é o do **prestativo**, já que acredita que a energia que ela emana para o mundo é capaz de mudar as coisas ao seu redor.

Mas não só, o arquétipo **inocente** está presente no seu otimismo, alegria e vontade de viver o lado bom da vida.

Pioneirismo

A Uniodonto é a primeira cooperativa odontológica do Brasil e do mundo. Nosso pioneirismo e nossa capacidade de inovar fazem com que a marca tenha uma expressão de segurança e confiança e seja reconhecida pela qualidade de seus associados.

União

A Uniodonto é a união de uma comunidade que acredita no seu propósito. Em cada cidade do Brasil, em cada consultório, quando acessamos a Uniodonto em todo o Brasil, estamos acessando a qualidade Uniodonto.

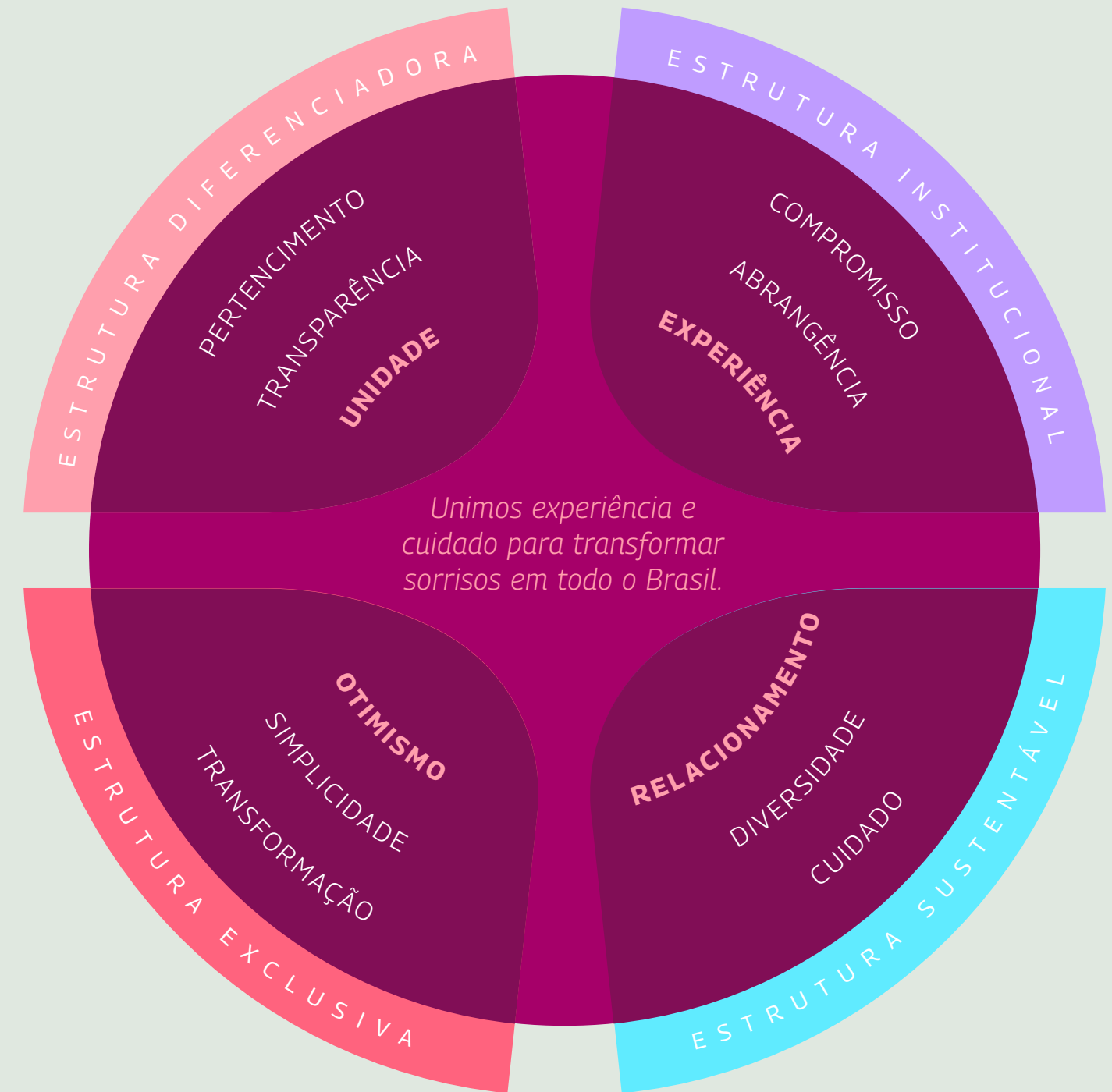
Autonomia

Somos muitos, estamos em todo o País e cada um de nós é único e autônomo. Somos singulares e plurais.

Nossa ferramenta estratégica

A ferramenta é desenvolvida para facilitar o dia a dia de quem trabalha com a marca. É uma forma rápida de lembrar a nossa essência. Da criação de um cartão de visita até o desenvolvimento de uma grande campanha, este quadro vai te inspirar e guiar no processo de construção de todas as nossas expressões.

Com o tempo e com o uso constante dessas diretrizes, teremos uma marca cada vez mais proprietária e pronta para explorar diversas formas de comunicação, sem nunca perder a essência.



Tagline

Como o consumidor final deve nos perceber em uma frase:

Uniodonto.
O nosso sorriso é único.



2 Linguagem visual

2 Linguagem visual

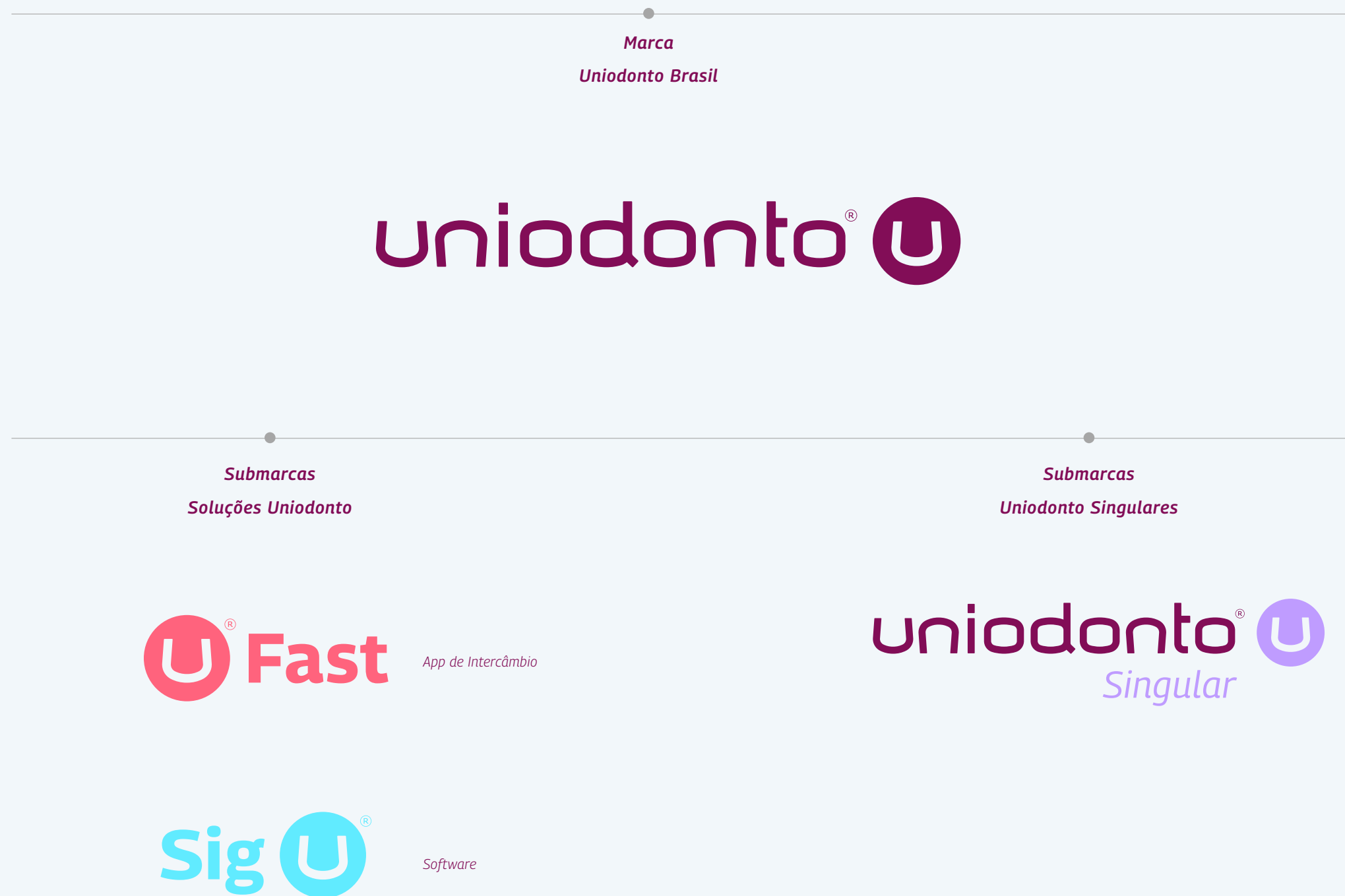


2.1 Diretrizes de marca

| 2.2 Ingredientes de linguagem

| 2.3 Aplicações

Arquitetura de marcas Uniodonto



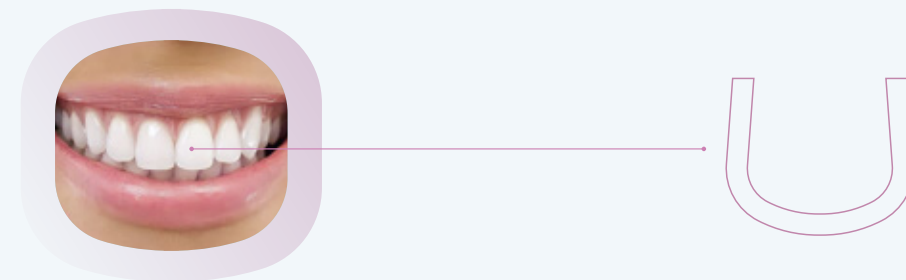
2.1

Marca

A marca Uniodonto nasce de um fruto de uma estratégia. É com o olhar no detalhe do sorriso que transformamos o nosso redor.

As letras foram desenhadas a partir do formato dos dentes, possibilitando um elemento modular para a linguagem ganhar movimento e força capaz de ser singular e plural.

Possuímos uma marca versátil, tanto em sua composição dos elementos, como no uso de cores no símbolo. O símbolo pode assumir a mesma cor do logotipo ou variar dentro da paleta complementar.



Uma parte do todo que compõe o sorriso

uniodonto® U

A

Logotipo

B

Símbolo

Aplicações institucionais

A marca nesta versão é monocromática

uniodonto U

Aplicações Singulares e não institucionais

Nesta versão o símbolo pode assumir uma das cores da paleta complementar

uniodonto U U U U U

Marca versão positiva

Institucional

A marca Uniodonto versão positiva institucional é aplicada somente em fundos claros: sobre o branco e cores da paleta cromática complementar. É importante observar o contraste entre a cor do fundo e o Vinho-Escuro Uniodonto.

A versão institucional preferencial é na cor Vinho-Escuro Uniodonto, tendo o uso recomendado para aplicações em materiais institucionais.

Cor oficial marca

Vinho-Escuro Uniodonto

C35 M100 Y15 K35 | Ref. Pantone 242C

R129 G14 B86 | #810e56

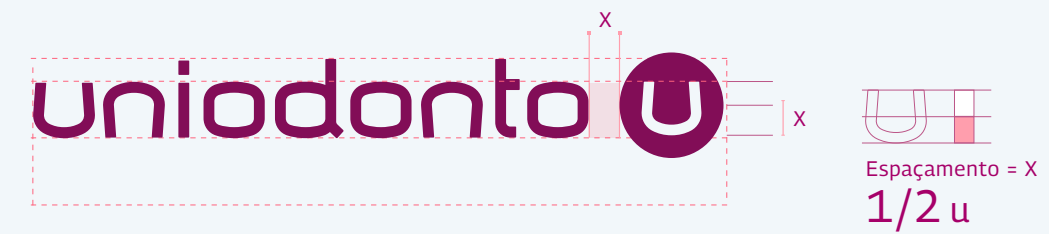
Uso preferencial - composição distanciada

Esta versão permite usar os elementos mantendo a proporção, porém distanciados



Composição marca centralizada horizontal

Esta versão permite somente alinhamento pela direita



Composição marca centralizada vertical

Esta versão permite somente alinhamento centralizado



! Usos da versão da marca - não institucional

- Papelaria institucional
- Avatar redes sociais
- Brinde institucional

Marca versão negativa

Institucional

A marca Uniodonto versão negativa institucional é aplicada somente em fundos escuros: sobre as variações da cor Vinho Uniodonto. É importante observar o contraste entre a cor do fundo e o branco.

A versão negativa institucional preferencial é na cor branca, tendo o uso recomendado para aplicações em materiais institucionais.

Cor oficial marca


Branco

Usos da versão da marca - institucional

 Papelaria institucional

 Brinde institucional


Uso preferencial - composição distanciada

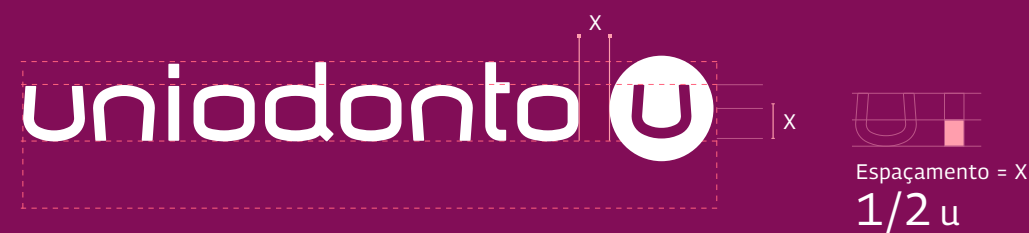
 Esta versão permite usar os elementos mantendo a proporção, porém distanciados

uniodonto




Composição marca centralizada horizontal

 Esta versão permite somente alinhamento pela direita



Composição marca centralizada vertical

 Esta versão permite somente alinhamento centralizado



Marca

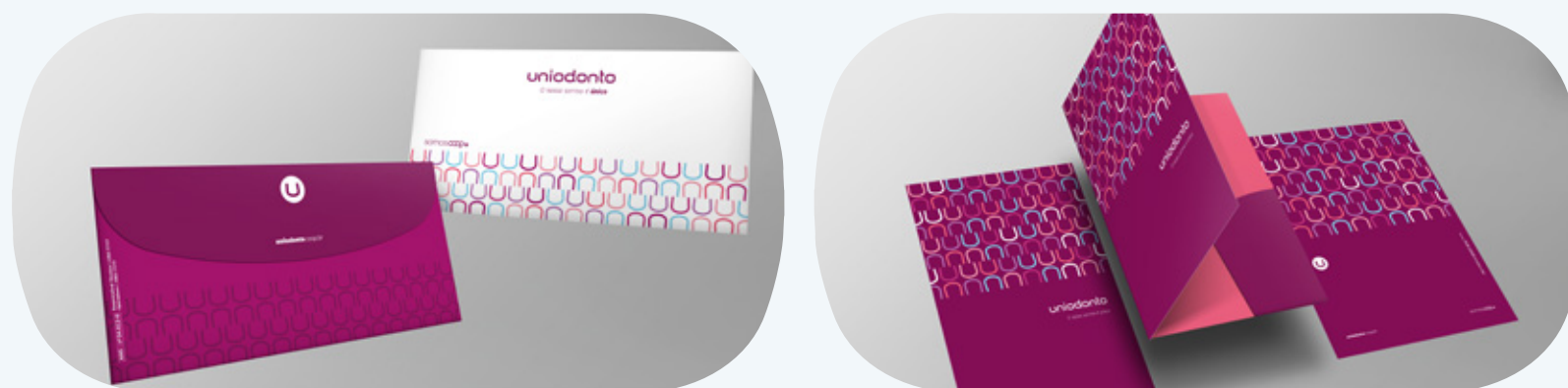
Institucional

Exemplos de aplicações

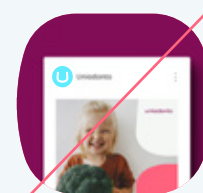
Exemplos de uso das versões da marca institucional, tanto positiva como negativa.

Papelaria institucional

Na papelaria, a marca é utilizada de forma flexível. O logotipo vai na frente e o símbolo no verso



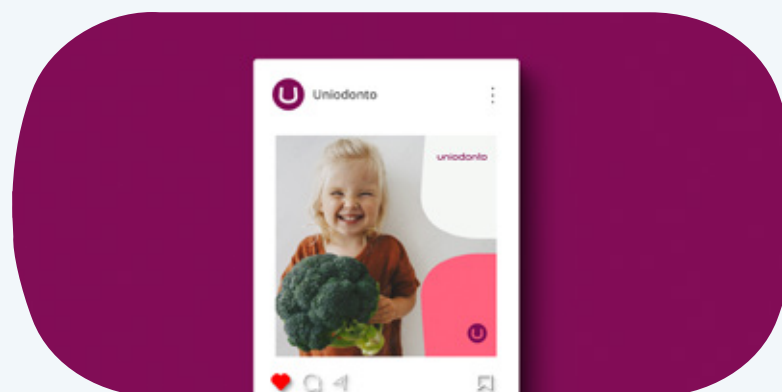
O que não fazer



Aplicar em materiais institucionais o símbolo Uniodonto em outra cor da paleta complementar

Avatar para redes sociais

O avatar tem que sempre ser aplicado na cor da marca, Vinho-Escuro Uniodonto



Marca versão positiva

Não institucional

A marca Uniodonto versão positiva não institucional é aplicada em materiais não institucionais que possuam fundos claros, sobre o branco e cores da paleta cromática complementar. É importante observar o contraste entre a cor do fundo e o Vinho-Escuro Uniodonto.

A versão positiva não institucional possui o logotipo na cor vinho-escuro e a cor do símbolo é flexível, pode variar entre as cores da paleta cromática complementar.

Cor do logotipo

Vinho-Escuro Uniodonto

C35 M100 Y15 K35 | Ref. Pantone 242C
R129 G14 B86 | #810e56

Cor do símbolo - Flexível

		1	2
1	Roxo Uniodonto		
2	Pêssego Uniodonto		
3	Ciano Uniodonto		
4	Lima Uniodonto		
5	Goiaba Uniodonto		

(1) Sobre fundos na paleta secundária, usar a versão positiva
(2) Sobre fundos na cor branca, utilizar as cores secundárias

Uso preferencial - composição distanciada

Esta versão permite usar os elementos mantendo a proporção, porém distanciados

uniodonto



A assinatura do símbolo da marca com o logotipo foi pensada para ser flexível, adaptando-se da melhor forma nas expressões de marca Uniodonto

Composição marca centralizada horizontal

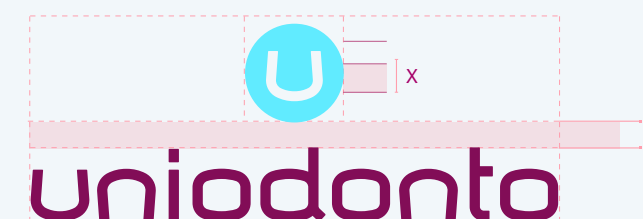
Esta versão permite somente alinhamento pela direita



A marca completa horizontal possui um padrão no qual seus espaçamentos e proporções não devem ser alterados. O símbolo é alinhado à direita do logotipo

Composição marca centralizada vertical

Esta versão permite somente alinhamento centralizado



A marca centralizada vertical possui um padrão no qual seus espaçamentos e proporções não devem ser alterados. O símbolo é centralizado acima do logotipo

Usos da versão da marca - não institucional

Anúncio em mídia impressa / digital Filmes de campanha

Marca versão negativa

Não institucional

A marca Uniodonto versão negativa institucional é aplicada somente em fundos escuros: sobre as variações da cor Vinho Uniodonto. É importante observar o contraste entre a cor do fundo e o branco.

A versão negativa não institucional possui o logotipo na cor branca e a cor do símbolo é flexível, pode variar entre as cores da paleta cromática complementar.

Cor do logotipo



Cor do símbolo - Flexível

		1 ▼		2 ▼
1	Roxo Uniodonto			
2	Pêssego Uniodonto			
3	Ciano Uniodonto			
4	Lima Uniodonto			
5	Goiaba Uniodonto			

(1) Sobre fundos na paleta secundária, usar a versão positiva
 (2) Sobre fundos cor vinho, utilizar as cores secundárias

Uso preferencial - composição distanciada

Esta versão permite usar os elementos mantendo a proporção, porém distanciados

uniodonto



A assinatura do símbolo da marca com o logotipo foi pensada para ser flexível, adaptando-se da melhor forma nas expressões de marca Uniodonto

Composição marca centralizada horizontal

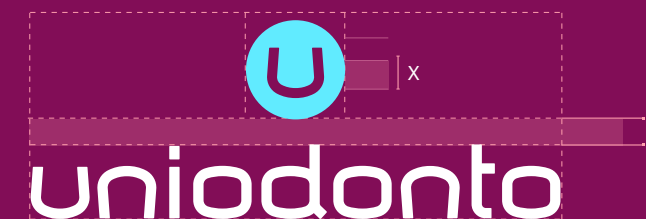
Esta versão permite somente alinhamento pela direita



A marca completa horizontal possui um padrão no qual seus espaçamentos e proporções não devem ser alterados. O símbolo é alinhado à direita do logotipo

Composição marca centralizada vertical

Esta versão permite somente alinhamento centralizado



A marca centralizada vertical possui um padrão no qual seus espaçamentos e proporções não devem ser alterados. O símbolo é centralizado acima do logotipo

Marca

Não institucional

Exemplos de aplicações

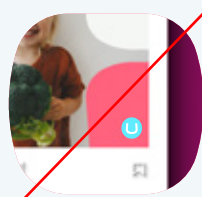
Exemplos de uso das versões da marca não institucional, tanto positiva como negativa.

Anúncios

Na papelaria, a marca é utilizada de forma flexível. O logotipo vai na frente e o símbolo no verso



O que não fazer



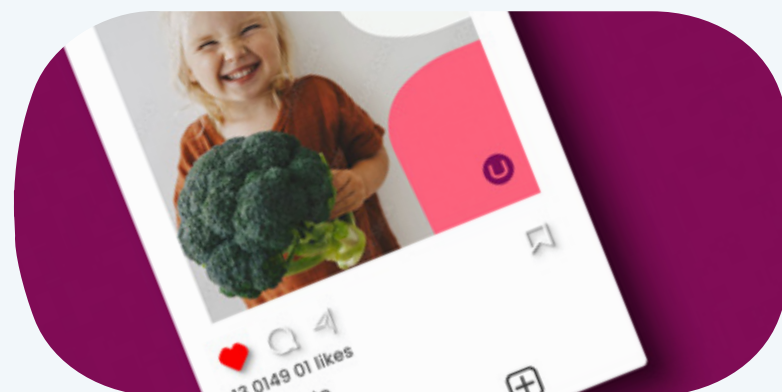
Aplicar o símbolo Uniodonto na cor da paleta secundária sobre outra cor da paleta secundária



Aplicar no logotipo Uniodonto a cor da paleta secundária

Assinatura redes sociais

O avatar tem que sempre ser aplicado na cor da marca, Vinho-Escuro Uniodonto



Marca versão monocromática

Preto e branco

A marca versão monocromática preto e branco foi desenvolvida para ser utilizada apenas na impossibilidade do uso das versões coloridas, tanto positiva como negativa. O seu uso deve ser evitado, mas, em condições de reprodução de apenas uma cor, esta versão é a recomendada.

Cor da marca monocromática preto e branco

Preto

CO MO YO K100 | R18 G18 B18 | #121212

! O que não fazer



Não aplique a marca na cor preta sobre fundo colorido



Não aplique a versão monocromática PB com baixo contraste com o fundo

Versão positiva - sobre fundo branco

A cor preta é aplicada em todos os elementos da marca

uniodonto® U uniodonto® U
Singular

Versão negativa - sobre fundo preto

A cor branca é aplicada em todos os elementos da marca

uniodonto® U uniodonto® U
Singular

! Usos da versão da marca - monocromática

Peças que permitam apenas reprodução preto e branco

Área de proteção da marca

A área de não interferência define a distância mínima que deve estar sempre livre em torno de cada assinatura da marca Uniodonto. Tem a função de resguardá-la da interferência de outros elementos gráficos, como textos, imagens, limites de documentos etc., garantindo a sua legibilidade, integridade e impacto desejado.

Proteção para imagens e elementos gráficos



Proteção para textos



Grid de proteção - logotipo

A área de arejamento tem como módulo de espaçamento a altura da letra "U" da marca Uniodonto



Grid de proteção - marca completa

A área de arejamento tem como módulo de espaçamento a altura da letra "U" da marca Uniodonto



Regra de assinatura tagline

A tagline é o conceito de posicionamento da Uniodonto.

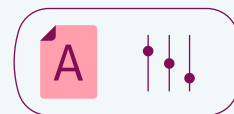
Este conceito traduz por meio de uma frase a essência de marca, sendo assim, **não devemos fazer alterações na frase.**

Para a aplicação próxima à marca, foi definido um padrão de assinatura. O posicionamento e as proporções devem ser respeitados para que exista boa leitura e arejamento entre os elementos da marca.

O nosso sorriso é único.

A

B



A Fonte Georama Itálico
Caixa-alta e baixa -
Espaçamento entreletra 40pt

B Fonte Georama Bold Itálico
Caixa-alta e baixa -
Espaçamento entreletra 40pt

Vinho-Escuro Uniodonto

C35 M100 Y15 K35 | Ref. Pantone 242C

R129 G14 B86 | #810e56

Marca Uniodonto institucional

A tagline é posicionada com a distancia "h" do logotipo Uniodonto

Esta mesma configuração é recomendada para a versão vertical da marca

Alinhada pela esquerda - largura do logotipo

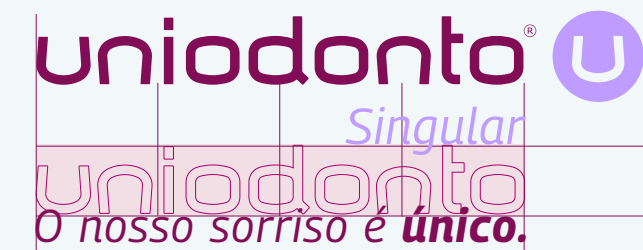


Marca Uniodonto singular

A tagline é posicionada com a distancia "h" do logotipo Uniodonto

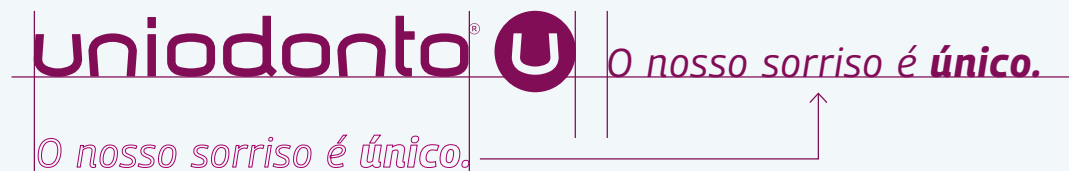
Esta mesma configuração é recomendada para a versão vertical da marca

Alinhada pela esquerda - largura do logotipo



Marca Uniodonto - aplicação horizontal

Para assinaturas horizontais, a tagline é posicionada no lado do símbolo seguindo a a largura do logotipo



! Aplicação como título

Para a utilização da tagline como título, a cor pode variar e adequar a paleta utilizada no layout.

Regra de assinatura SomosCoop

Carregamos o cooperativismo para o mundo. A forma de levantarmos essa bandeira é por meio do movimento SomosCoop. Devemos aplicar a marca SomosCoop em todas as nossas expressões visuais. Para a aplicação mais adequada, seguir as orientações.

Cores de aplicação

A marca SomosCoop tem flexibilidade para assumir a cor que melhor se adeque à aplicação. Além do branco, podemos utilizar toda a paleta de cores da Uniodonto para assinar a marca do movimento



Aplicação em peças

A assinatura da marca SomosCoop deve estar presente em todas as aplicações da marca Uniodonto. De uma forma geral, a marca SomosCoop deve conviver com a marca Uniodonto respeitando a proporção e o distanciamento

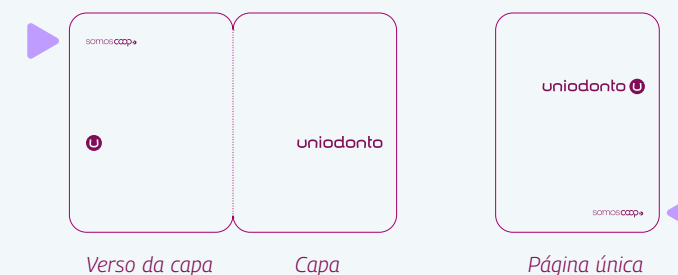
Proporção

A marca SomosCoop não deve ser aplicada maior que 3/4 da largura do logotipo Uniodonto



Distanciamento e posicionamento

A marca Uniodonto nas aplicações tem destaque. A aplicação da marca SomosCoop tem característica de endosso. Sendo assim, seu posicionamento não pode ser mais relevante que a marca Uniodonto. Cantos superiores ou inferiores são recomendados, pois determinam a hierarquia entre as marcas



Assinatura conjunta

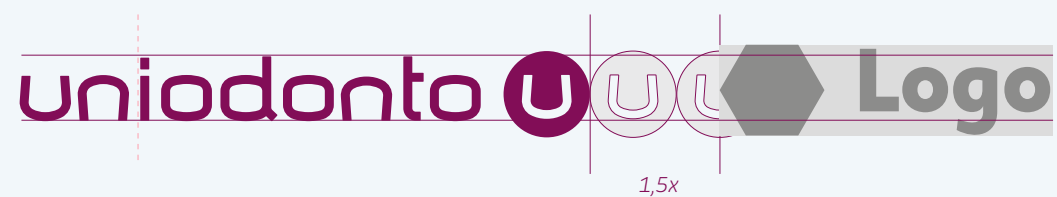
Na impossibilidade de assinatura distanciada entre as marcas, devemos utilizar assinadas em conjunto. O seu uso deve restringir em casos que permitam apenas a assinatura das marcas e haja a necessidade de identificar o movimento SomosCoop. Abaixo, temos a versão vertical e horizontal



Assinatura conjunta

Para assinaturas conjuntas com outras marcas, deve-se obedecer ao espaçamento e alinhamentos indicados abaixo. É importante que seja estabelecida a relação de hierarquia avaliando o tamanho entre as marcas.

Assinatura horizontal



Para a versão de assinatura conjunta horizontal, é recomendado o espaçamento de 1,5x a largura do símbolo da Uniodonto

Assinatura vertical



Para a versão de assinatura conjunta vertical, é recomendado o espaçamento de 1x a altura completa do símbolo da marca Uniodonto

Assinatura horizontal



Para a versão de assinatura conjunta horizontal, é recomendado o espaçamento de 2x a letra "U" da marca Uniodonto

Assinatura vertical



Para a versão de assinatura conjunta vertical, é recomendado o espaçamento da altura completa da marca Uniodonto

Submarca Singulares

A Uniodonto segue o tipo de arquitetura de marca monolítica. As marcas endossadas obedecem aos padrões de aplicação e linguagem, o que viabiliza e dá o suporte para o desenvolvimento das outras Singulares e unicidade ao todo.

Para as Singulares, deve-se evitar juntar o símbolo ao logotipo, para não criar excesso de elementos. O símbolo pode assinar próximo à marca.

Cor do logotipo

Vinho-Escuro Uniodonto

C35 M100 Y15 K35 | Ref. Pantone 242C | R129 G14 B86 | #810e56

Cor do símbolo e nome da singular

Definimos o Roxo Uniodonto como a cor oficial para as Singulares.

O símbolo e o nome aparecem na cor roxa

Roxo Uniodonto

C35 M65 Y0 K0 | Ref. Pantone 2572C | R191 G156 B255 | #bf9cff

uniodonto[®] 
Singular

Submarca Singulares

Versão
positiva
horizontal

Assinatura horizontal completa - Versão A

Assinatura próxima logotipo + símbolo

Espaçamento = X



1/2 u
Caixa-alta



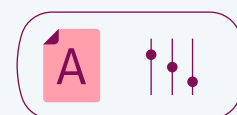
Assinatura horizontal completa - Versão C

Assinatura próxima logotipo + símbolo

Espaçamento = Y



3/4 u
Caixa-alta



A Fonte Georama Itálico
Caixa-alta e baixa -
Espaçamento entreletra 25pt
Seguir altura do "U"

Assinatura horizontal distante - Versão B

Assinatura distante logotipo + símbolo

Espaçamento = X



1/2 u
Caixa-alta



Assinatura horizontal distante - Versão D

Assinatura distante logotipo + símbolo

Espaçamento = Y



3/4 u
Caixa-alta



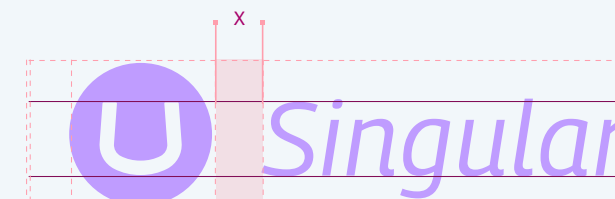
Assinatura horizontal símbolo

Símbolo + assinatura Singular

Espaçamento = X



1/2 u
Caixa-alta



Submarcas Singulares

Versão negativa horizontal

Assinatura horizontal completa - Versão A

Assinatura próxima logotipo + símbolo

Espaçamento = X



1/2 u
Caixa-alta



Assinatura horizontal completa - Versão C

Assinatura próxima logotipo + símbolo

Espaçamento = Y



3/4 u
Caixa-alta



A **Fonte Georama Itálico**
Caixa-alta e baixa -
Espaçamento entreletra 25pt
Seguir altura do "U"

Assinatura horizontal distante - Versão B

Assinatura distante logotipo + símbolo

Espaçamento = X



1/2 u
Caixa-alta



Assinatura horizontal distante - Versão D

Assinatura distante logotipo + símbolo

Espaçamento = Y



3/4 u
Caixa-alta



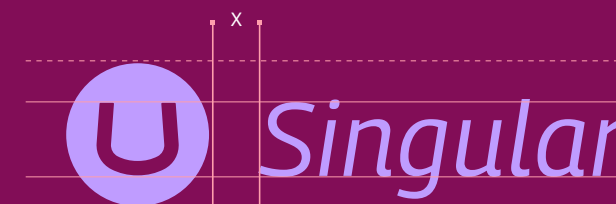
Assinatura horizontal símbolo

Símbolo + assinatura Singular

Espaçamento = X



1/2 u
Caixa alta

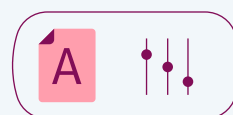
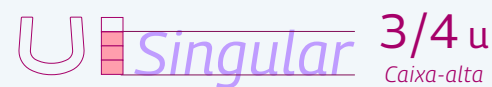
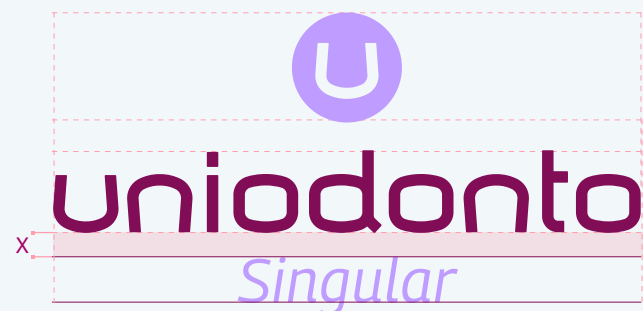


Submarca Singulares

Versão
positiva
vertical

Assinatura vertical - Versão completa

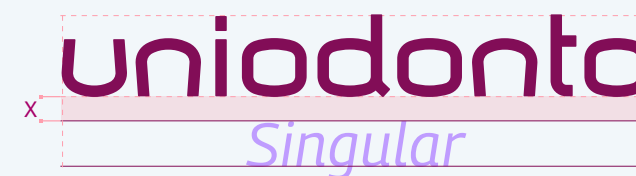
Assinatura próxima logotipo + símbolo



A **Fonte Georama Itálico**
Caixa-alta e baixa -
Espaçamento entreletra 25pt
Seguir altura do "U"

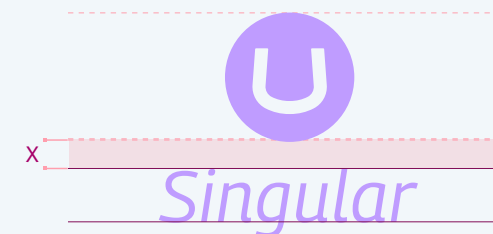
Assinatura vertical - Versão distante

Assinatura distante logotipo + símbolo



Assinatura horizontal símbolo

Símbolo + assinatura Singular



Submarca Singulares

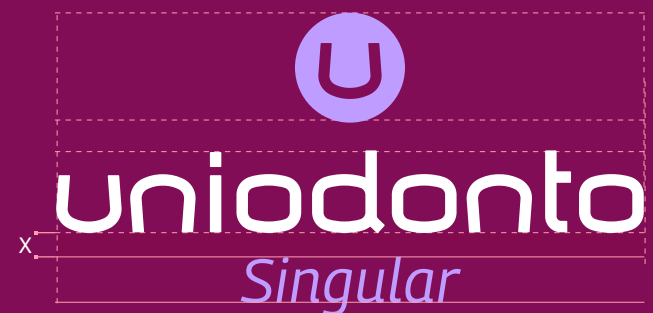
Versão
negativa
vertical

Assinatura vertical - Versão completa

Assinatura próxima logotipo + símbolo

Espaçamento = X

U 1/2 u
Caixa-alta



U Singular 3/4 u
Caixa-alta



A Fonte Georama Itálico
Caixa-alta e baixa -
Espaçamento entreletra 25pt
Seguir altura do "U"

Assinatura vertical - Versão distante

Assinatura distante logotipo + símbolo

Espaçamento = X

U 1/2 u
Caixa-alta



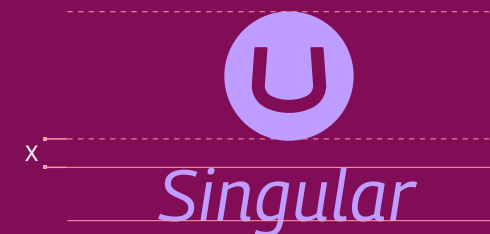
U Singular 3/4 u
Caixa-alta

Assinatura horizontal símbolo

Símbolo + assinatura Singular

Espaçamento = X

U 1/2 u
Caixa-alta



Submarca Singulares

Exemplos

Assinaturas horizontais

uniodonto  Paulista

uniodonto Paulista

uniodonto 
Paulista

uniodonto
Paulista

uniodonto  Vales do Taquari e Rio Pardo

uniodonto Vales do Taquari e Rio Pardo

uniodonto 
Vales do Taquari
e Rio Pardo

uniodonto
Vales do Taquari
e Rio Pardo

uniodonto  Campinas

uniodonto Campinas

uniodonto 
Campinas

uniodonto
Campinas

uniodonto  Araraquara

uniodonto Araraquara

uniodonto 
Araraquara

uniodonto
Araraquara

Assinaturas verticais


uniodonto
Paulista


uniodonto
Araraquara

uniodonto
Paulista

uniodonto
Araraquara


uniodonto
Campinas


uniodonto
Vales do Taquari
e Rio Pardo

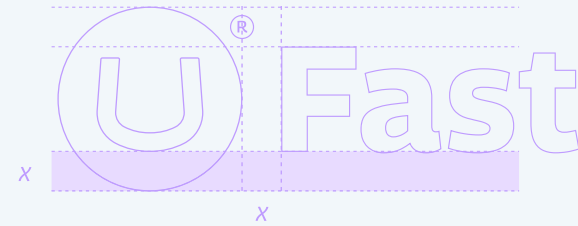
uniodonto
Campinas

uniodonto
Vales do Taquari
e Rio Pardo

Submarca soluções

U fast - assinatura de marca - App de intercâmbio

Grid de
alinhamento e
espaçamento



1 Vinho-Escuro Uniodonto - R129 G14 B86 #810e56

2 Goiaba Uniodonto - R255 G99 B126 #ff637e

Versão positiva



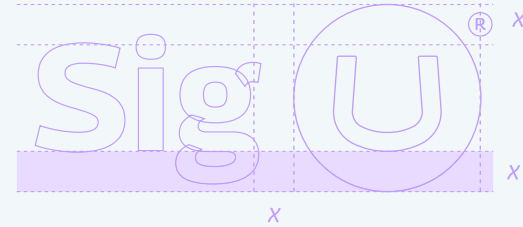
Versão negativa



Submarca soluções

Sig U - assinatura de marca - Software

Grid de alinhamento e espaçamento



1 Vinho-Escuro Uniodonto - R129 G14 B86 #810e56

2 Ciano Uniodonto - R96 G235 B255 #60ebff

Versão positiva



Versão negativa



Usos incorretos da marca

Com a preocupação de manter a integridade da marca Uniodonto, apresentamos algumas aplicações incorretas, cujo uso é proibido. Para reproduzi-la, utilizar somente os arquivos digitais devidamente fornecidos.

Alterar para cor fora da paleta cromática



Distorcer



Usar o símbolo na posição não estabelecida



Sobreposição com pouco contraste



Rotacionar



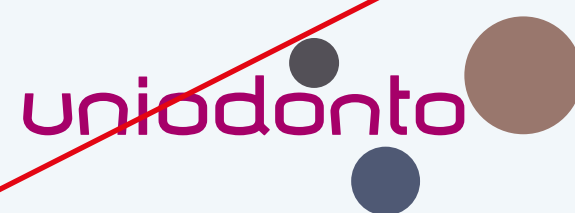
Incluir efeitos



Fundo com pouco contraste



Não respeitar a área de arejamento



Inserir em formas que desconfigurem a marca



2 Linguagem visual



2.1 Diretrizes de marca

2.2 Ingredientes de linguagem

2.3 Aplicações

Paleta cromática Complementar

A paleta cromática complementar remete aos sentimentos de cuidado, otimismo e alegria, criando composições conectadas aos atributos da marca e estabelecendo o território de cor proprietário da Uniodonto. A paleta foi pensada para ser versátil, possibilitando combinações vibrantes ou sóbrias.

É importante usar o perfil de cor correto para cada tipo de mídia: digital, impressa ou peças de sinalização.



Mídias digitais

Para este tipo de mídia, usar somente o perfil RGB. Nunca utilizar as cores em CMYK para a criação de peças digitais, pois elas saem sem brilho

Mídias impressas

Para impressos, as cores da marca deverão estar sempre em CMYK. Caso o orçamento contemple o uso de cores especiais, aplicá-las em Pantone e enviar o código de referência da cor ao fornecedor. Nunca usar as cores em RGB nos arquivos de saída

Peças de sinalização

As cores da marca deverão estar sempre em CMYK. E enviar o código de referência da cor Pantone ao fornecedor

Cores vibrantes

- 1 **Roxo Uniodonto**
C35 M65 Y0 K0 | Ref. Pantone 2572C | R191 G156 B255 | #bf9cff
- 2 **Pêssego Uniodonto**
C0 M50 Y16 K0 | Ref. Pantone 1765C | R255 G156 B173 | #ff9fad
- 3 **Ciano Uniodonto**
C50 M0 Y7 K0 | Ref. Pantone 310C | R96 G235 B255 | #60ebff
- 4 **Lima Uniodonto**
C20 M0 Y66 K0 | Ref. Pantone 379C | R225 G255 B123 | #e1ff7b
- 5 **Goiaba Uniodonto**
C0 M75 Y30 K0 | Ref. Pantone 184C | R255 G99 B126 | #ff637e

Paleta de apoio

- 1 **Vinho Médio Uniodonto**
C35 M100 Y15 K0 | Ref. Pantone 234C | R166 G0 B105 | #a60069
- 2 **Vinho Ultra Uniodonto**
C55 M100 Y30 K50 | Ref. Pantone 229C | R85 G0 B57 | #550039
- 3 **Vinho-Claro Uniodonto**
C25 M75 Y15 K0 | Ref. Pantone 674C | R188 G86 B136 | #bc5688

As variações do Vinho Uniodonto trazem elasticidade às composições. Para identificar a instituição, estas cores devem ser combinadas com o Vinho-Escuro Uniodonto, e não substituí-lo.

Pode-se usar a variação tonal das cores, diminuindo suas opacidades

Paleta cromática

Datas comemorativas

Para datas especiais, o símbolo e a comunicação podem assumir esta paleta específica por período limitado, devendo voltar ao padrão logo após seu fim.

Estas cores não fazem parte da nossa paleta cromática oficial, sendo proibida a sua utilização fora da sua temporada.

Cores temporárias

O tom das cores definidas abaixo deve ser respeitado, pois elas harmonizam com as paletas cromáticas Uniodonto. O uso de cores deve se restringir às datas aqui definidas. Caso haja necessidade de inclusão de novas cores, procure a Gerência de Comunicação

Datas nacionais

Independência do Brasil 7/9
Proclamação da República 15/11



Mulheres

Dia Internacional da Mulher 8/3
Outubro Rosa



Homens

Novembro Azul



Setembro Amarelo



Tipografia institucional

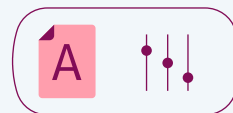
A tipografia institucional cria o DNA visual para a linguagem verbal, estabelecendo a personalidade e o tom da comunicação Uniodonto. Ela deve ser utilizada com consistência em materiais institucionais, materiais de comunicação, editorial, meios digitais, bem como em peças publicitárias ligadas à Uniodonto.

Georama



Download da fonte

Para fazer o download, acesse [Google Fonts](#)



Regulagem na fonte

Espaçamento entreletra 35pt

Espaçamento entrelinha 130%

do corpo da fonte

Esta é uma fonte de livre acesso liberada pelo Google Fonts. Ela é licenciada sob a Open Font License. Você pode usá-la livremente em seus produtos e projetos - impressos ou digitais, comerciais ou outros. Link de acesso: <https://fonts.google.com/specimen/Georama#standard-styles>

Variações de peso

Thin
Light
Book
Medium
Bold
Extrabold
Black

Variações de peso - italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
0123456789!@#\$%^&*()

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
0123456789!@#\$%^&*()

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
0123456789!@#\$%^&*()

1 Títulos:

Usamos a Georama regular, podendo variar para os demais pesos. Quando houver a necessidade de destaque, opta-se pela a versão itálica no peso oposto

2 Textos corridos:

Utilizamos a Georama regular itálica ou regular. Para um estilo mais clássico, usa-se a versão itálica e, para um mais moderno, a sem itálico.

O ¹nosso sorriso
é **único**

²Idellacernat. Consequi ommollo explibus essersp erioreium sam hit expellaut quae pro vel mos eos ius ex et, con ne quiae pro id maionse vel iur si nihitia ndanti unt opta net eos alitionetur?

Volumqu untias molorecatur, corepro conem sam santur, susa cores doluptate vel ipiende et hita si destrum hitium sit, sinimpos rehentiae doloriandit ratisqui odis ut aut libera.

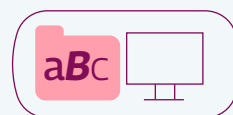
Tipografia de apoio

A fonte de apoio é para uso exclusivo em materiais e documentos padrão editados em programas de edição de texto, e-mail e onde não for possível usar nossa fonte institucional.

Arial

Variações de peso

Regular
Itálico
Bold
Bold Itálico



Fonte de sistema

Esta é uma fonte de sistema, ela já vem instalada em todos os computadores e funciona tanto no sistema Windows como no OS.

Para:

Assunto:

Boa tarde,

A Arial é uma fonte que já vem instalada no sistema de qualquer computador.

Parciurist, etur rem aspis debis nam ipsaper sperum landaecus nim fuga. Nem explauta vendunt et omnimusdae nos assequam re sit aspit restrunt

Att.
Nome Pessoa
Uniodonto

uniodonto
O nosso sorriso é único.



Tipografia display

É uma fonte que traz personalidade e aproximação, gerando contraste com a fonte institucional. O uso em peças gera impacto e personalidade.

Para peças menos formais, como a comunicação de algum evento, um anúncio não institucional ou um card de redes sociais. Uma fonte mais expressiva, para aplicação em títulos ou subtítulos, somente. Nunca deve ser usada em peças institucionais da marca Uniodonto.

Caveat

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*

*Esta é uma fonte de livre acesso liberada pelo Google Fonts. Ela é licenciada sob a Open Font License. Você pode usá-la livremente em seus produtos e projetos - impressos ou digitais, comerciais ou outros. Link: https://fonts.google.com/specimen/Caveat?vfonly=true&preview.text=Uniodonto%20teste%20%C3%A1%20%C3%A3&preview.text_type=custom



Download da fonte

Para fazer o download, acesse [Google Fonts](https://fonts.google.com/specimen/Caveat?vfonly=true&preview.text=Uniodonto%20teste%20%C3%A1%20%C3%A3&preview.text_type=custom)

Padronagens

As padronagens reforçam os principais atributos da marca Uniodonto.

Transmitem alegria e união com o DNA Uniodonto. Fortalecem a essência de que nosso sorriso é único.

São construídas a partir das formas da marca.

Estas soluções gráficas criam o território proprietário, trazendo elasticidade e fôlego para as expressões da marca Uniodonto.

Padronagem estilo 1

As padronagens são ingredientes que enriquecem a linguagem e reforçam a identidade Uniodonto por meio de seu principal elemento gráfico: o "U".

Desenvolvimento de padronagem

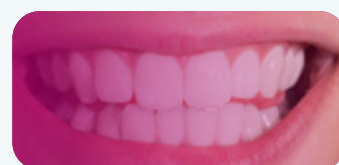
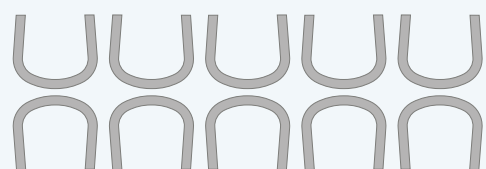


A padronagem é desenvolvida a partir de componentes gerados da marca

Componentes



Exemplo de composição



Estes componentes podem formar padronagens que sempre mostrem os "Us" um ao lado do outro, respeitando a distância entre eles e sempre formando este grafismo de arcada dentária

Padronagem institucional

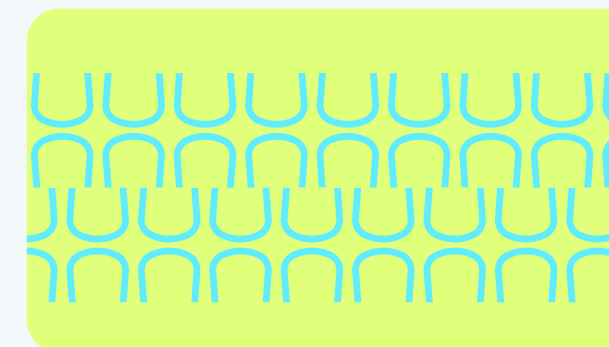
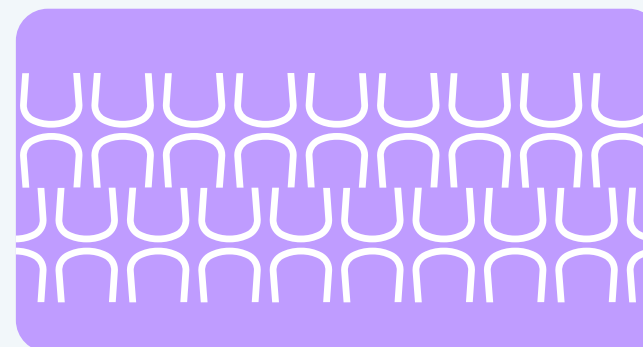


Padronagem institucional



Para a padronagem institucional, o Vinho Uniodonto ou o Vinho-Escuro deve estar sempre presente. Podemos usar a versão com a paleta secundária junto, para transmitir mais alegria e leveza. Para uma versão sóbria, usamos apenas os dois tons de vinho.

Padronagem institucional



Para a padronagem não institucional, uma combinação de cores que transmitam alegria e bem-estar. O seu uso deve ter atenção para gerar combinações cromáticas harmoniosas

Padronagem estilo 1

Exemplos

Aplicação da padronagem - paleta institucional

1  + Paleta cromática secundária



Aplicação da padronagem - paleta não institucional

1  +  Paleta cromática secundária



2 Moleskine  + 

Padronagem estilo 2

Exemplos

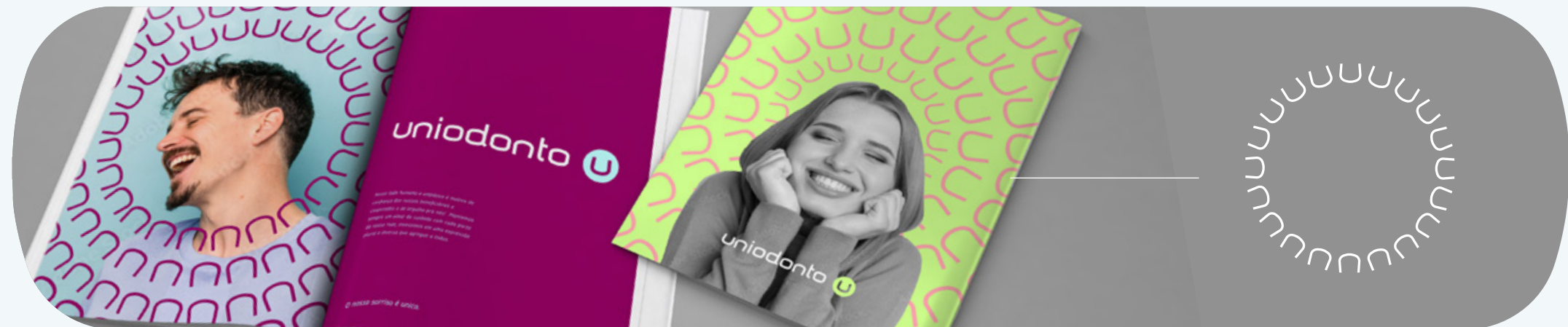
Aplicação da padronagem - paleta institucional

1  + Paleta cromática secundária



Aplicação da padronagem - paleta não institucional

1  +  Paleta cromática secundária



Formas

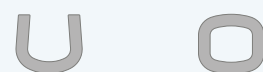
As padronagens são ingredientes que enriquecem a linguagem e reforçam a identidade Uniodonto por meio de seu principal elemento gráfico: o "U".

Desenvolvimento de formas



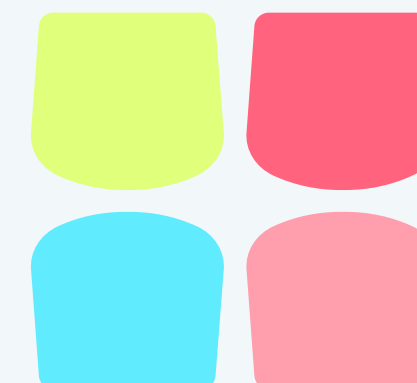
As formas foram desenvolvidas a partir de componentes da marca

Componentes



Paleta cromática

- 1 Roxo Uniodonto
- 2 Pêssego Uniodonto
- 3 Ciano Uniodonto
- 4 Lima Uniodonto
- 5 Goiaba Uniodonto



Exemplo de versatilidade no uso das formas



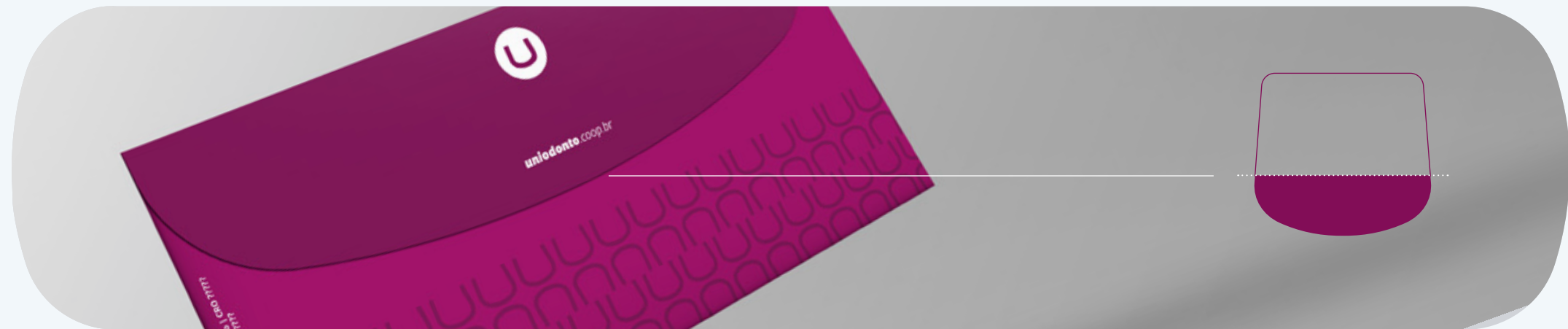
Formas

Exemplos

Aplicação da forma - box de informações

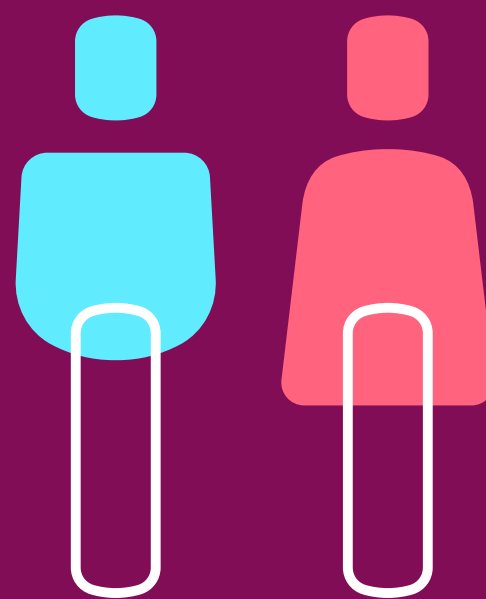
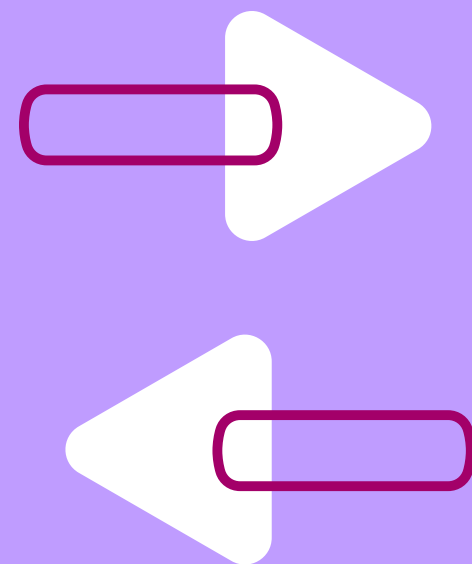


Aplicação da forma - faca de corte para aba de envelope



Ícones

Os ícones fazem a representação de ideias e objetos por meio de desenhos simplificados que sejam facilmente identificados e compreendidos para facilitar a transmissão de uma mensagem. Eles conferem objetividade na comunicação e o uso está associado a orientações, sinalização e outros meios que demandem objetividade, como componentes digitais. São recursos que contribuem também para a atratividade da mensagem.

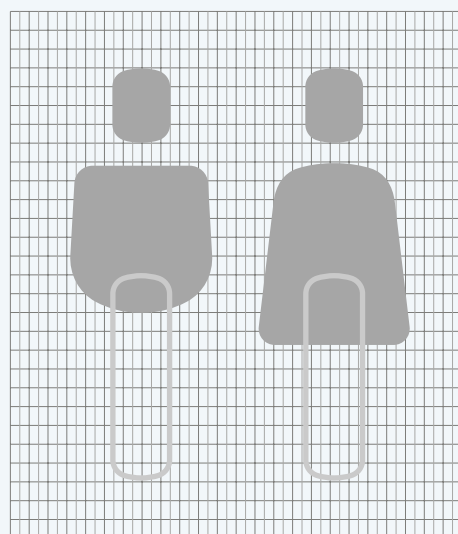


Ícones

O ponto de partida para o desenvolvimento dos pictogramas Uniodonto são formas estruturadas a partir da marca.

Outro ponto importante é a clareza e objetividade do desenho. Cada pictograma, além de trazer a personalidade Uniodonto, deve, principalmente, transmitir bem sua mensagem.

Grid

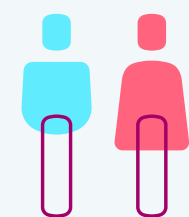


Desenvolvimento de ícones



A padronagem é desenvolvida a partir de componentes gerados da marca

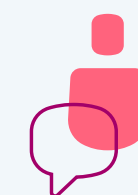
Ícones destaque - Uso em peças de comunicação e em sinalização



Pictogramas banheiros



Pictogramas copa



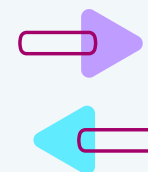
Atendimento ao cliente



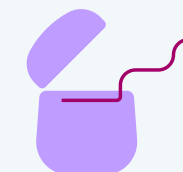
Documentos



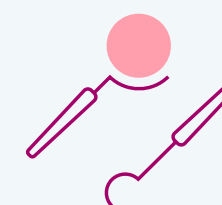
Atendimento SAC



Setas direcionais



Fio dental



Agenda

Ícones simplificados - Uso em interface web e mobile

! Utilize esta versão de ícone sempre com o descritivo



Portal empresa



Busca de dentista



Busca



Boleto



Aprovação on-line

Ícones serviços - Uso em peças de comunicação e em sinalização



Tratamento preventivo



Tratamento estético



Limpeza dentária



Aparelho ortodôntico



Implante ortodôntico

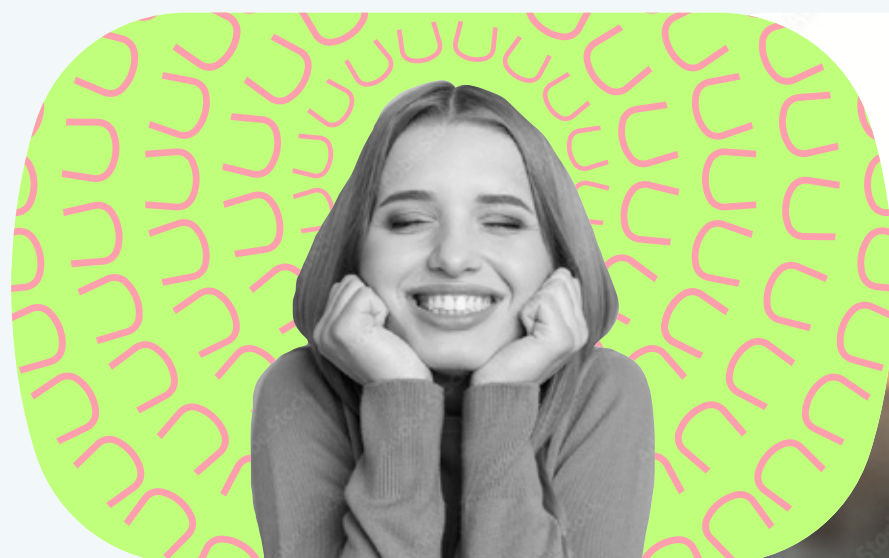


Emergência odontológica

Fotografia

A fotografia tem um papel importante no conjunto de expressões visuais da Uniodonto, pois expressam o novo posicionamento da instituição. Elas personificam os atributos da marca e nos ajudam a estabelecer paralelos entre as pessoas e os valores da marca. Podemos, assim, traduzir nossa essência com mais humanidade.

Com as imagens, conseguimos criar universos diversos, trazer objetos e cenas variadas, registrar manifestações coletivas e individuais. Podemos mostrar a inovação, colaboração, aprendizado, metodologias e tudo que estiver ligado ao universo Uniodonto.



Fotografia

1 Fotografia - fundos coloridos

Alegria | Espontâneo | Natural

Fotos recortadas de pessoas ou elementos, como os exemplos ao lado

Podemos ver o otimismo e a espontaneidade nos gestos e sorrisos. Trazemos naturalidade nas expressões das pessoas. É importante mostrar a diversidade e brasilidade nos personagens

A iluminação da fotografia é sem exagero de brilhos e contrastes

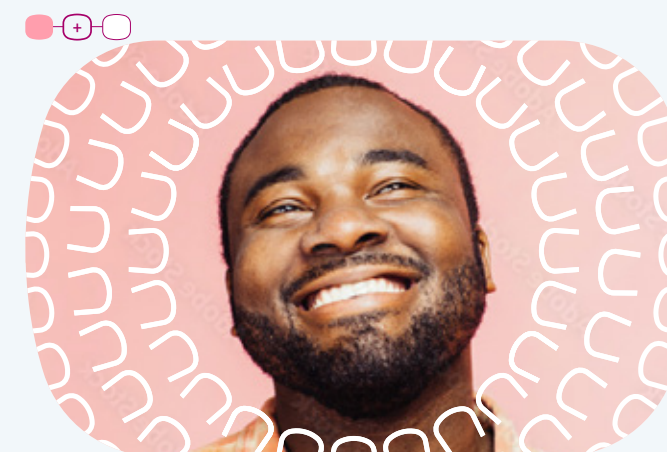
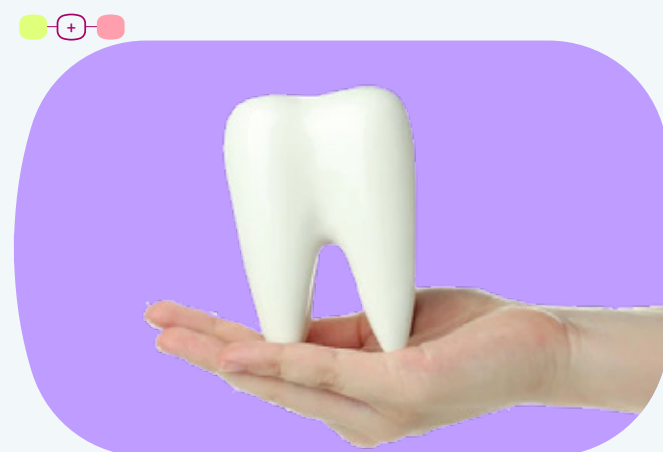
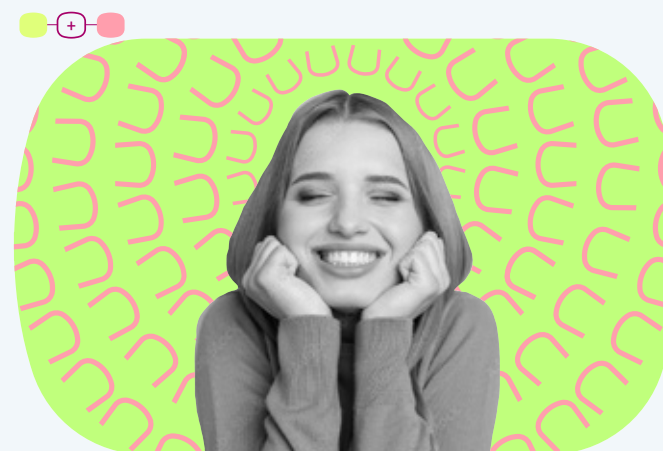
Os fundos das fotos recebem as cores da paleta cromática Uniodonto. A roupas podem ter os tons da paleta que harmonizem com o fundo. Podemos trabalhar com fotos PB ou coloridas sobre o fundo colorido

1 Fotografia - ambiente

Alegria | Espontâneo | Natural

Podemos ver o aprendizado, a inovação, a troca de conhecimento, o diálogo nas cenas retratadas. Queremos focar no conhecimento e na inovação, as cenas devem transparecer atenção na atividade

As fotografias exploram o foco e desfoco com incidência de luz solar para trazer naturalidade à cena



Fotografia

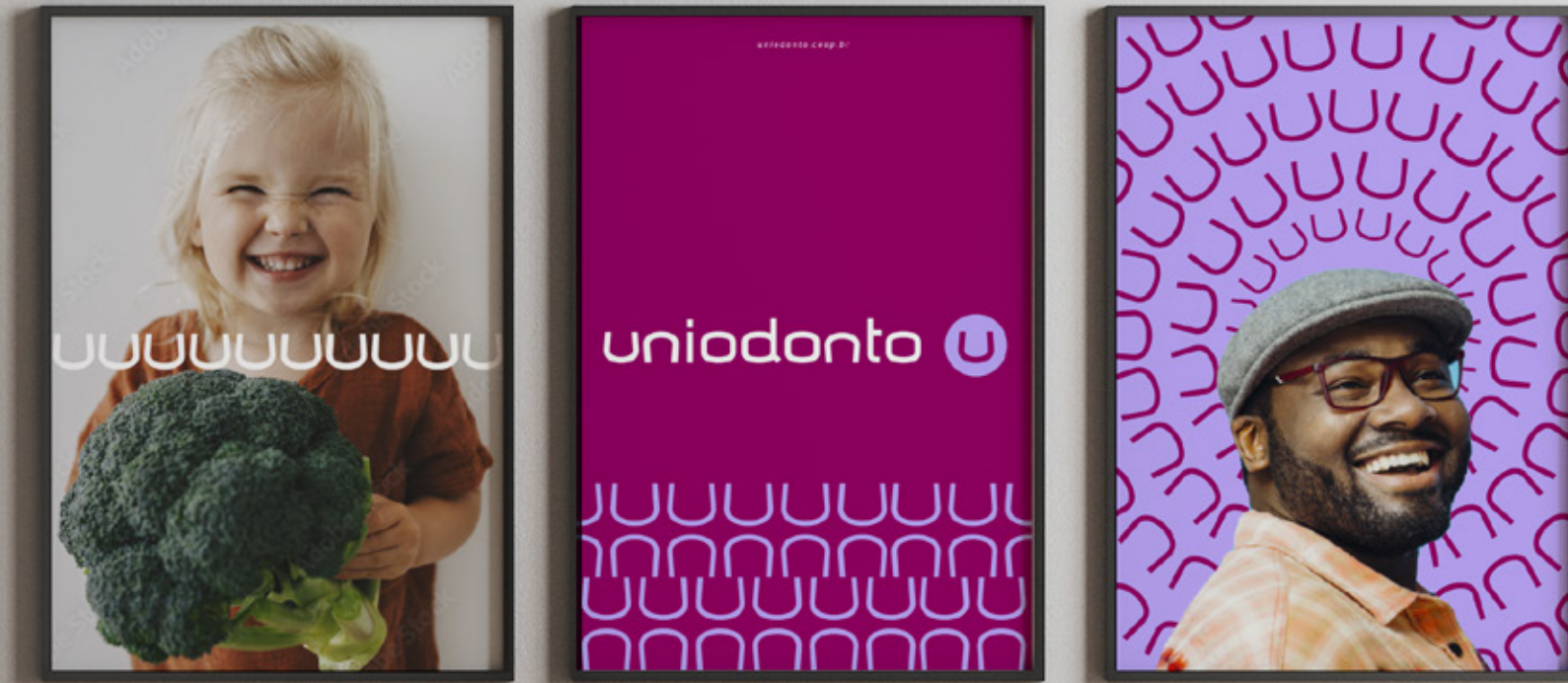
Exemplos



Fotografia

Exemplos

2.2



Fotografia

Exemplos

2.2



Fotografia

Exemplos

2.2



Ilustração

Sugerimos um estilo de ilustração que traga bastante gestual, com linhas e texturas, que carregue abstração em sua em sua composição junto a elementos figurativos, como pessoas sorrisos, dentes, pasta de dente, fio dental e outros elementos simbólicos do universo odontológico.

2.2

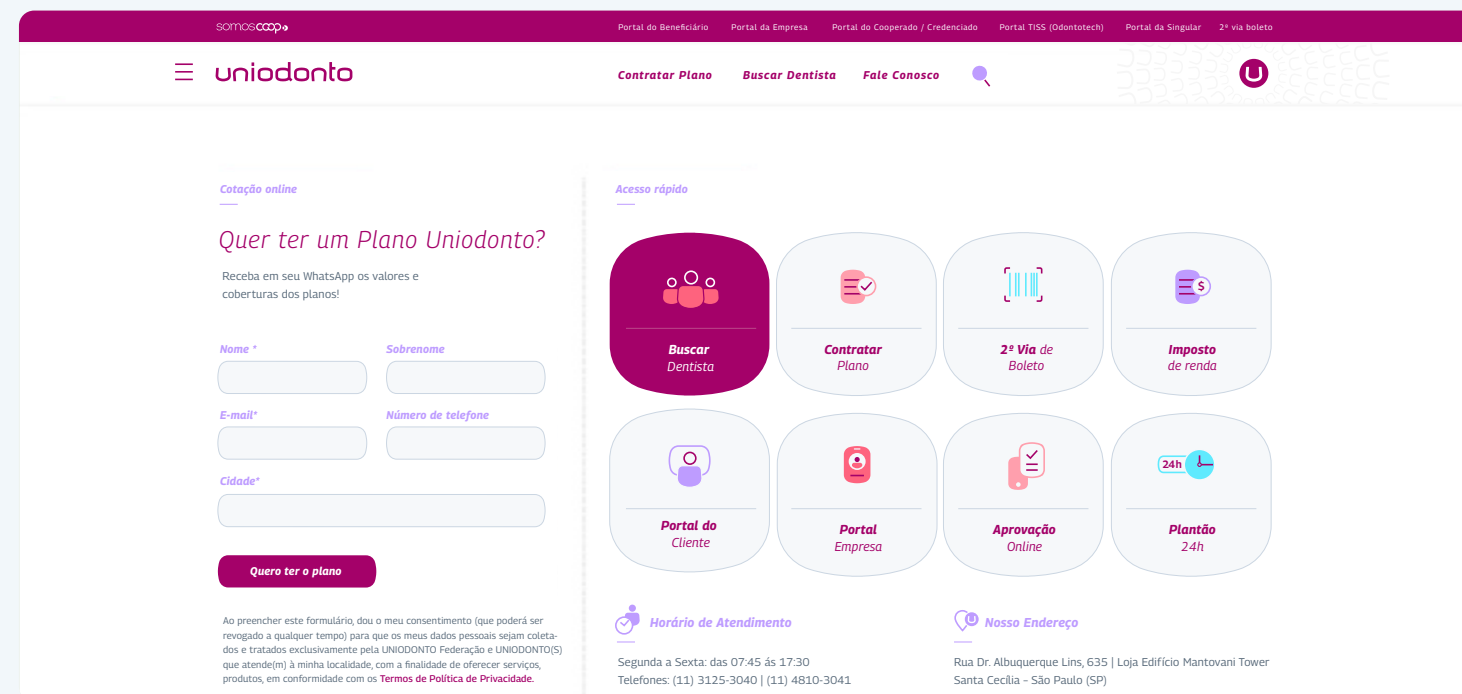


Componentes digitais

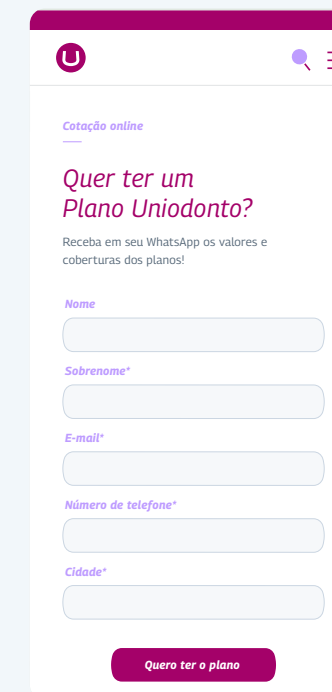
A linguagem visual do site e seus componentes deve seguir o mesmo padrão da linguagem da marca, suas cores e formas.

Aqui apresentamos um estudo do site nas versões desktop e mobile.

Versão desktop



Versão mobile



Utilize esta versão de ícone sempre acompanhada do descritivo

2 Linguagem visual



Pasta



Importante: ao finalizar o arquivo, atualizar as informações corretas sobre a ANS e órgãos de classe (CRO, CFO)

Para dados exigidos pela Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS) e Órgãos de Classe (CRO, CFO), seguir as regras vigentes por estes no período.

ANS - nº34.012-0 Responsável Técnico | CRO ?????
Operadora | CRO ?????

Envelope saco

ANS - nº34.012-0
Responsável Técnico | CRO ????
Operadora | CRO ????



Importante: ao finalizar o arquivo,
atualizar as informações corretas sobre
a ANS e órgãos de classe (CRO, CFO)

Para dados exigidos pela Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS) e Órgãos de
Classe (CRO, CFO), seguir as regras vigentes por estes no período.

Envelope ofício



ANS - nº34.012-0 Responsável Técnico | CRO ?????
Operadora | CRO ?????

Para dados exigidos pela Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS) e Órgãos de Classe (CRO, CFO), seguir as regras vigentes por estes no período.

Importante: ao finalizar o arquivo, atualizar as informações corretas sobre a ANS e órgãos de classe (CRO, CFO)

Timbrado institucional nacional



Importante: ao finalizar o arquivo,
atualizar as informações corretas sobre
a ANS e órgãos de classe (CRO, CFO)

Para dados exigidos pela Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS) e Órgãos de
Classe (CRO, CFO), seguir as regras vigentes por estes no período.

Timbrado Singular

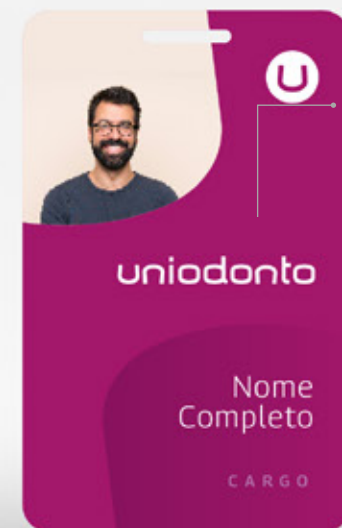
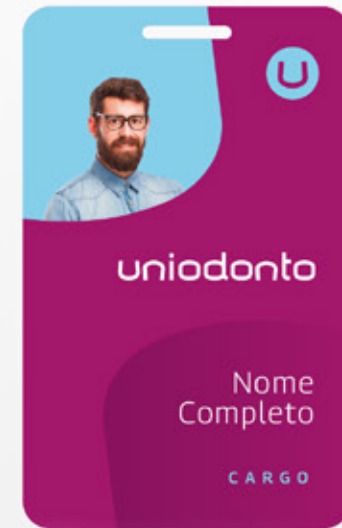
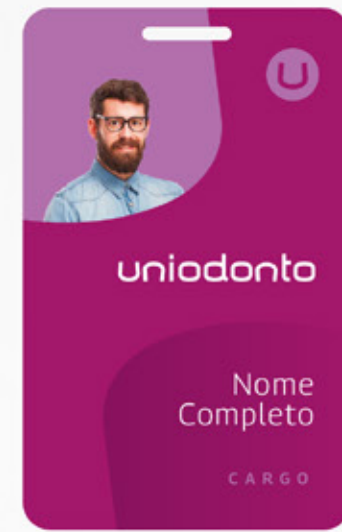


Importante: ao finalizar o arquivo, atualizar as informações corretas sobre a ANS e órgãos de classe (CRO, CFO)

ANS - nº34.012-0 Responsável Técnico | CRO ?????
Operadora | CRO ?????

Para dados exigidos pela Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS) e Órgãos de Classe (CRO, CFO), seguir as regras vigentes por estes no período.

Crachá



Quando não for possível recortar a foto do colaborador para aplicar no crachá, fotografá-lo sob fundo claro

Para dados exigidos pela Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS) e Órgãos de Classe (CRO, CFO), seguir as regras vigentes por estes no período.

Carteirinha



Importante: ao finalizar o arquivo, atualizar as informações corretas sobre a ANS e órgãos de classe (CRO, CFO)

ANS - nº 34.012-0 Responsável Técnico | CRO ?????
Operadora | CRO ?????

Para dados exigidos pela Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS) e Órgãos de Classe (CRO, CFO), seguir as regras vigentes por estes no período.

Fachada

2.3

linguagem visual | Aplicações



Recepção conceito

2.3

linguagem visual | Aplicações



Totem atendimento



Atendimento
ao cliente



Atendimento
ao cliente

Placa direcional



uniodonto



Atendimento 1 a 6

Administrativo

Área de trabalho

Banheiros 



 **Copa**



Sinalização banheiros

2.3

língua visual | Aplicações



Van - atendimento odontológico



2.3

linguagem visual | Aplicações

88

ANS - nº34.012-0 Responsável Técnico | CRO ??????
Operadora | CRO ??????

Para dados exigidos pela Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS) e Órgãos de Classe (CRO, CFO), seguir as regras vigentes por estes no período.

Frota institucional

Para dados exigidos pela Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS) e Órgãos de Classe (CRO, CFO), seguir as regras vigentes por estes no período.



O grafismo pode assumir estas 5 opções de cores.

1 Roxo Uniodonto

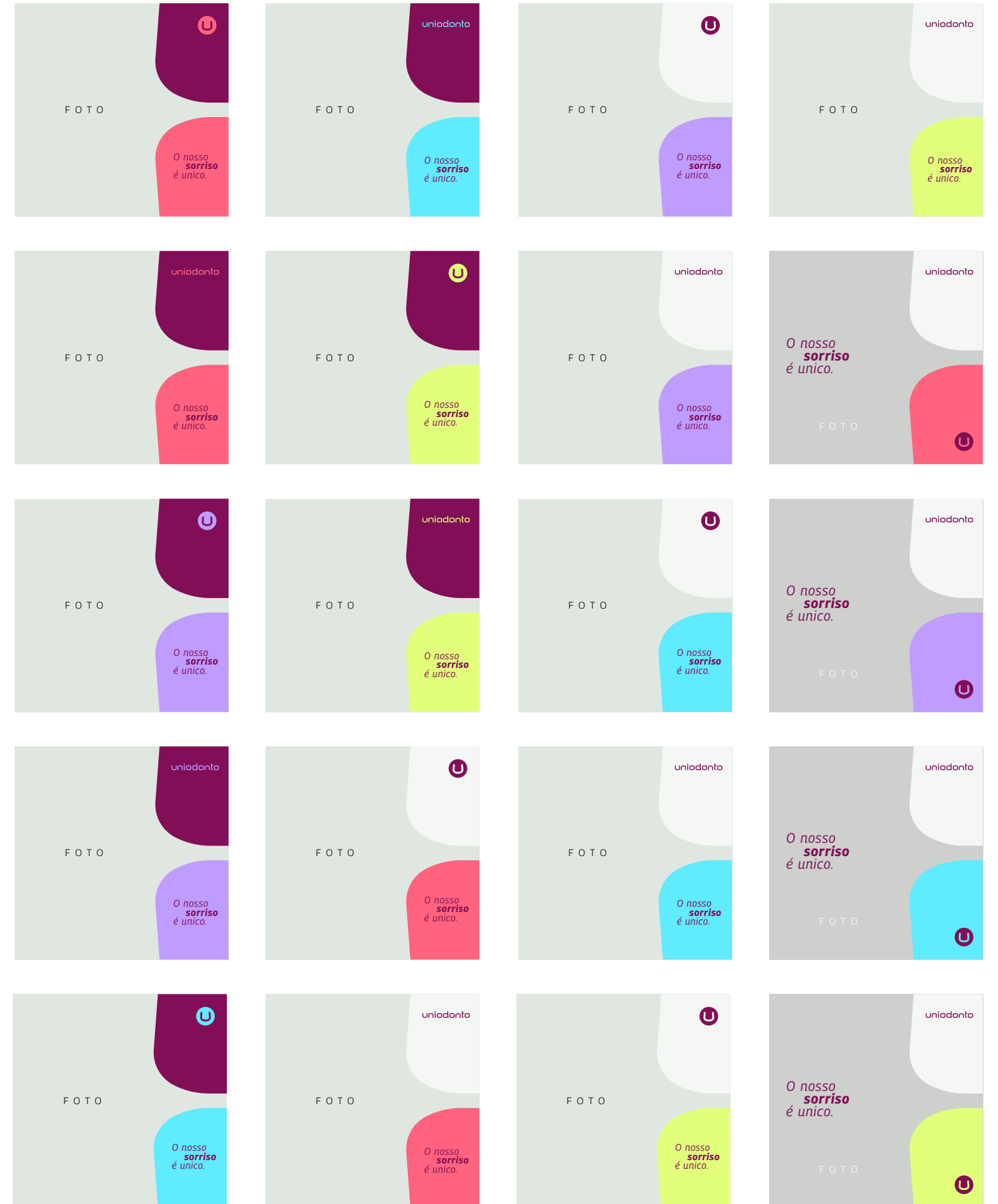
2 Pêssego Uniodonto

3 Ciano Uniodonto

4 Lima Uniodonto

5 Goiaba Uniodonto

Redes sociais | Cards templates



Bandeira



Redes sociais | Moldura Stories



3

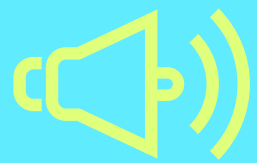
Linguagem Verbal

Tom de voz Uniodonto

O tom de voz faz com que a marca transmita as suas qualidades e valores por meio da linguagem que usa.

Quando o tom de voz é consistente, permite outros meios para o consumidor reconhecer a marca.





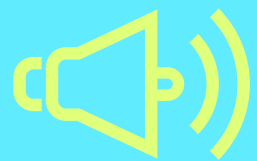
Como falamos com as **pessoas?**

4

Linguagem Verbal

**Confiável, cuidadoso, acolhedor,
simples, alegre, experiente,
convidativo e familiar.**

O approach da Uniodonto é simples e acolhedor, sem nunca perder a alegria que traz em seu propósito. Somos uma marca que preza pelo bem-estar, pela vida saudável e pela confiança dos nossos beneficiários e cooperados.



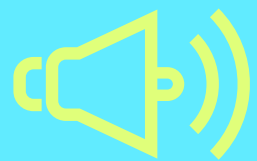
Como falamos com as **pessoas?**

4

Linguagem Verbal

Na Uniodonto, atendemos públicos distintos, e isso é um ponto que consideramos importante na hora de nos comunicarmos. Falamos com os nossos beneficiários, cooperados, empresas e corretores parceiros.

Com cada um desses públicos, mantemos uma linguagem própria que carrega sempre as características principais da nossa marca, como **acolhimento, transparência, simplicidade e confiança.**



Como falamos para o **consumidor final?**

4

Linguagem Verbal

Nossa expressão é sempre leve,

por isso investimos em uma

comunicação simples e convidativa.

Não se pode esquecer que uma vida saudável é possível com cuidado diário, leveza e alegria. Para isso, é fundamental lembrar aos nossos beneficiários que o cuidado preventivo não é sinônimo de chateação, pelo contrário, é por meio da prevenção que podemos ter uma vida leve.

Adoramos dividir nosso conhecimento,

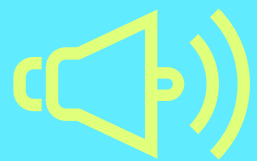
por isso apostamos em conteúdos que compartilhem nossos cuidados com os nossos beneficiários nas nossas redes sociais.

Trazemos o sorriso na nossa marca

e apostamos em uma linguagem **positiva e dinâmica.**

Descomplicar o cuidado para que a alegria esteja presente em cada momento. A Uniodonto está em cada sorriso, em cada conquista.

**O seu sorriso pode
mudar o dia!**



Como falamos para as **empresas?**

4

Linguagem Verbal

Nossa comunicação é ágil e descomplicada

para facilitar o contato entre nossos clientes, corretores parceiros e dentistas cooperados. Nossa experiência está a serviço de todos e apostamos em um

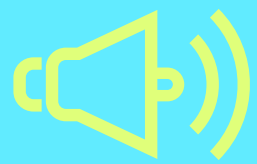
serviço de qualidade, do início ao fim dos nossos atendimentos,

que, para nós, não começam no consultório, mas sim na contratação de um plano que faça sentido para cada cliente e na comunicação com cada um deles.

Tem sempre um plano Uniodonto especial para você.

Asseguramos saúde de qualidade aos nossos beneficiários e descomplicamos o atendimento.

**Buscamos o equilíbrio
entre o acolhimento
e a eficiência**



Como falamos para os **dentistas?**

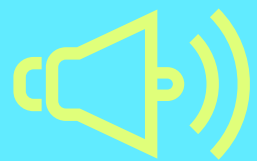
Somos uma cooperativa de dentistas e valorizamos muito a dedicação e o cuidado

que cada cooperado aplica em seus atendimentos, por isso investimos na **comunicação transparente** com nossos cirurgiões-dentistas.

Somos uma rede, uma família e acreditamos no **diálogo horizontal**. Nossa força está neste coletivo ativo e interessado em fazer sempre melhor e difundir o propósito da Uniodonto para mais e mais pessoas.

Para nós, é importante que cada cooperado se sinta **confortável e seguro conosco.**

Somos dentistas e isso é o que fazemos de melhor!



Como falamos para a **comunidade?**


4

Linguagem Verbal

Nosso lado humano e empático é motivo de confiança dos nossos beneficiários e cooperados e de orgulho para nós. Mantemos sempre um **olhar de cuidado** com cada parte da nossa rede, investimos na expressão plural e diversa que agregue a todos.

Estamos em todo o Brasil, de norte a sul, e essa é mais uma razão para escolhermos uma **comunicação simples e clara**. Somos singulares, temos sotaques, gírias, expressões diferentes, mas também **somos uma comunidade plural e unida**.

**Somos muitos,
somos um.**



Nossa marca tem personalidade forte e, mesmo quando nos comunicamos com cada público de maneira mais específica - levando em consideração suas necessidades -, mantemos a nossa essência e valores.



Tom de voz
Uniodonto
TIPOGRAFIA

TIPOGRAFIA

Para trazer atributos que são importantes para a Uniodonto, como acolhimento, simplicidade e horizontalidade, a marca precisa se aproximar do público. E isso se reflete na sua tipografia.

Usar maiúsculas na primeira letra das palavras e o restante em minúsculas

favorece uma comunicação simples e agregadora, equilibrando os seus principais

arquetipos: o prestativo e o inocente.

- ▶ *Toda a comunicação Uniodonto deve obedecer a este padrão para consolidar a aproximação entre a marca e o seu público.*
- ▶ *Todas as palavras devem sempre seguir as fontes aprovadas para reforçar a linguagem da marca.*
- ▶ *Não use títulos muito grandes ou todo em maiúsculas para não diluir a sensação simples e convidativa da marca.*

Tom de voz
Uniodonto

VOCABULÁRIOS

VOCABULÁRIOS

Somos uma empresa presente

no mercado há 50 anos

e trazemos em nossas comunicações palavras reconhecidas por nossos beneficiários, em sua maioria do universo dos dentistas.

Mas, para além disso, é necessário enfatizar algumas

palavras-chave que tragam as transformações

da nossa marca Uniodonto.



É muito importante que as taglines estejam alinhadas em todo o Brasil para que o público se reconheça na Rede Uniodonto onde quer que ele esteja.

VOCABULÁRIOS

Aqui apresentamos alguns exemplos de como a marca fala hoje e como ela deverá evoluir para um modo unitário na forma de compor suas redações, seja para o consumidor final, para empresas e corretores, seja para os dentistas cooperados.

Consumidor final

Comunicação atual da marca

Sempre um dentista perto de você.

Simplesmente porque a SAÚDE
começa pela boca.

Com os dentes e gengivas saudáveis,
você se torna especial.



Novas formas de se comunicar

***Onde você estiver,
estaremos sempre perto!***

***Uma vida saudável começa
com um sorriso.***

***Você merece um sorriso
saudável porque você é
especial.***

Empresas e corretores

4

Linguagem Verbal

Comunicação atual da marca

A Uniodonto Rio é uma operadora de planos odontológicos.

Contrate já.

Sua empresa já pode garantir o melhor aos seus colaboradores.



Novas formas de se comunicar

Somos uma operadora de planos odontológicos e uma rede de dentistas especializados.

Venha para a Uniodonto!

Com a Uniodonto, sua empresa e seus colaboradores estarão sempre em boas mãos!

Dentistas cooperados

Comunicação atual da marca

Serviços e informações úteis à Uniodonto Rio e seus cooperados.

Seja nosso cooperado.

Não há nenhuma informação sobre por que ser um cooperado Uniodonto.

Novas formas de se comunicar

Aqui você encontra tudo o que precisa saber sobre a Uniodonto Rio e seus cooperados.

Venha ser cooperado Uniodonto.

Quais as vantagens de ser um cooperado Uniodonto?

A alegria e o cuidado com a saúde precisam estar presentes nas comunicações Uniodonto, lembrando ao consumidor de que, na Uniodonto, ele não precisa de motivos para sorrir.

Este otimismo aparece por meio de palavras, como:

Sorriso

Alegria

Felicidade

Tranquilidade

Cuidado

Leveza

Bem-estar

Saudável

Simplicidade

Único

Os tempos verbais a serem utilizados nos materiais da Uniodonto podem variar entre:

Primeira pessoa do plural (nós)

Quando a intenção é aproximar o público do conteúdo e do espírito cooperativista da Uniodonto.

Terceira pessoa do singular (ela)

Quando a ideia é afirmar a Uniodonto como uma marca experiente e presente no mercado.

uniodonto

