

selbetti



BRAND **BOOK**

marketing@selbetti.com.br



Bem-vindo!

Este Brand book é um guia para todos os colaboradores, designers e parceiros que trabalham com a marca Selbetti. Ele define padrões visuais e de comunicação para garantir consistência, impacto e orientar a aplicação consistente da identidade visual e verbal da Selbetti e suas unidades de negócio.

Todos os criativos conduzidos por parceiros devem ser pré-aprovados pela equipe responsável pela marca Selbetti.
marketing@selbetti.com.br



WE ARE TECHNOLOGY

WE ARE SELBETTI

Na Selbetti, acreditamos no poder da tecnologia para transformar empresas e pessoas.

A Selbetti Tecnologia consolidou décadas de experiência e mais de 40 aquisições estratégicas para se tornar a sua parceira One-Stop-Tech. Com uma equipe de mais de 2.500 profissionais e um portfólio abrangente que vai da gestão eficiente de impressão e dispositivos de TI à implementação de projetos complexos de cibersegurança, IA e experiência física e digital do cliente.

Somos a força por trás da sua jornada tecnológica!





Nosso Propósito

Potencializar os resultados das empresas, sendo parceiro estratégico em tecnologia e soluções ponta a ponta.



Nossa Missão

Superar as expectativas de nossos clientes, ampliando seus resultados com serviços flexíveis e de qualidade diferenciada.



Nossa Visão

Ser reconhecida como a **maior e melhor provedora de soluções em tecnologia.**

A selbetti é

T

Transformação

Mudamos constantemente, a partir das oportunidades de evolução que encontramos e criamos. Somos apaixonados por desafios e procuramos evoluir, diariamente;

Mantemos a mente aberta, valorizando todas as boas ideias que surgem. Estamos constantemente em busca de melhores alternativas para as nossas práticas.

E

Excelência com simplicidade

Somos incansáveis na busca por soluções simples, de alta qualidade. Diminuímos a complexidade, sempre que possível.

Mantemos o foco para aumentar a agilidade. Fazemos tudo com capricho e sempre damos o nosso melhor.

C

Cliente no centro

Focamos em superar as expectativas dos clientes. Desenvolvemos soluções que são relevantes para o nosso cliente.

Avaliamos a qualidade a partir da opinião do usuário; Priorizamos o que é mais importante para o nosso cliente.

H

Humanidade

Criamos condições para o bem-estar e desenvolvimento das pessoas. Tratamos a todos com respeito. Nos preocupamos com o bem-estar das pessoas. Criamos oportunidades de evolução profissional e pessoal.

Garantimos o equilíbrio entre o crescimento econômico, o respeito pelo meio ambiente e o bem-estar social.

Manifesto da Marca

**O manifesto não fala em venda,
fala de conexão com o cliente!**

Ao compartilhar o manifesto de marca, levamos o foco às crenças e valores da Selbetti, convidando o público a apoiar nossa **VOZ!**

Expõe a alma da nossa marca de um jeito intrigante e marcante.

Iniciamos nossa jornada imprimindo soluções (literalmente!).

Tal qual uma impressora, passamos a imprimir ideias inovadoras.

À medida que os horizontes se expandiram, oferecemos soluções para além do papel e da tinta.

Desvendamos o universo. REINVENTAMOS!

Criamos oportunidades para que a tecnologia seja aproveitada, com a criação de soluções que empoderam organizações e pessoas, capazes de fazer com que cada um atinja seu máximo potencial.

Nós somos o canal que conecta!

Desvendamos a tecnologia: de impressoras à inteligência artificial, apostamos no poder de soluções inovadoras.

Passamos a contribuir com um futuro em que a tecnologia não é apenas uma ferramenta, **é uma jornada repleta de possibilidades!**

Se existem muitas soluções, nós temos todas em um só lugar!

Conectamos conversas. Transformamos a experiência da jornada de compra.

Estamos atentos à economia circular. Nós somos a sua provedora de tecnologia!

Estamos aqui para amplificar capacidades, para oferecer serviços que integram, otimizam e **TRANSFORMAM!**

**Nós somos a mudança. O futuro.
Somos a Selbetti Tecnologia S.A!
Somos a sua one-stop-tech!**

selbetti



IDENTIDADE VERBAL



A identidade verbal da Selbetti

reflete seus valores, sua personalidade confiável e conservadora, e seu posicionamento como uma marca que combina tradição com inovação.

Essa identidade será o pilar para todas as comunicações da marca, garantindo consistência e impacto em cada interação.

Sério e Profissional:

Comunicações claras, objetivas e fundamentadas. Demonstra expertise e confiança, sem perder a acessibilidade.

Conservador com toques de modernidade:

Abordagens cautelosas, mas abertas à inovação e ao futuro. Usa uma linguagem que transmite estabilidade, mas sem ser antiquada.

Inspirador e Confiável:

Reforça a segurança que a marca oferece aos seus clientes e parceiros. Mostra que a Selbetti é mais do que uma fornecedora de soluções: é uma parceira estratégica.

Sustentável e Ético:

Valoriza a responsabilidade social e ambiental em sua comunicação. Aborda temas como economia circular e sustentabilidade com seriedade e comprometimento.



Vocabulário

✓ Inovação	✓ Confiabilidade	✓ Eficiência
✓ Parceria	✓ Sustentabilidade	✓ Resultados
✓ Excelência	✓ Personalização	✓ Tecnologia
✗ Exageros	✗ Termos genéricos	✗ Promessas vagas

Formalidade moderada: Use uma linguagem profissional, mas evite ser excessivamente técnica ou distante.

Estrutura clara: Frases curtas e diretas para garantir a compreensão de conteúdos complexos.

Impacto visual: Destaque dados, métricas e diferenciais de forma objetiva (bullet points, tabelas, gráficos)

Frases que reforçam nossos valores:

"We are **technology**, We are **Selbetti!**"

"Na Selbetti, enxergamos o futuro da tecnologia de uma maneira única!"

"Somos ONE-STOP-TECH, a sua única parada quando o assunto é tecnologia."

"Onde tem tecnologia, tem Selbetti!"

"Soluções que conectam pessoas, processos e negócios."

Personalidade da Marca:

Se a Selbetti fosse uma pessoa, quem ela seria?

Seria um homem acima de 40 anos, experiente, com sólida trajetória profissional e maturidade para lidar com desafios complexos. Casado, com filhos, valoriza a estabilidade, a família e o equilíbrio entre trabalho e vida pessoal.

É confiável, ético, conservador em suas decisões, mas atento às inovações. Resolve problemas de forma prática, toma decisões baseadas em dados e tem postura de liderança. Gosta de excelência, é reservado e sério, mas transmite sofisticação e respeito.



selbetti



IDENTIDADE VISUAL

Logo principal

Deve ser priorizado o uso da marca nas cores originais.

The main logo for Selbeti features the brand name in a bold, dark green, sans-serif typeface. The letter 's' is lowercase and includes a small orange square positioned at its base. The letter 'i' is lowercase and features a solid orange circle as its dot. The remaining letters 'e', 'l', 'b', 'e', 't', 't' are lowercase and do not have additional graphical elements.

[Acessar logo e Variações](#)

Logos secundários

Caso ocorram limitações que impeçam as cores de serem reproduzidas, o logotipo pode ser aplicado em positivo, negativo, ou negativo com nosso laranja.



selbetti

selbetti

selbetti

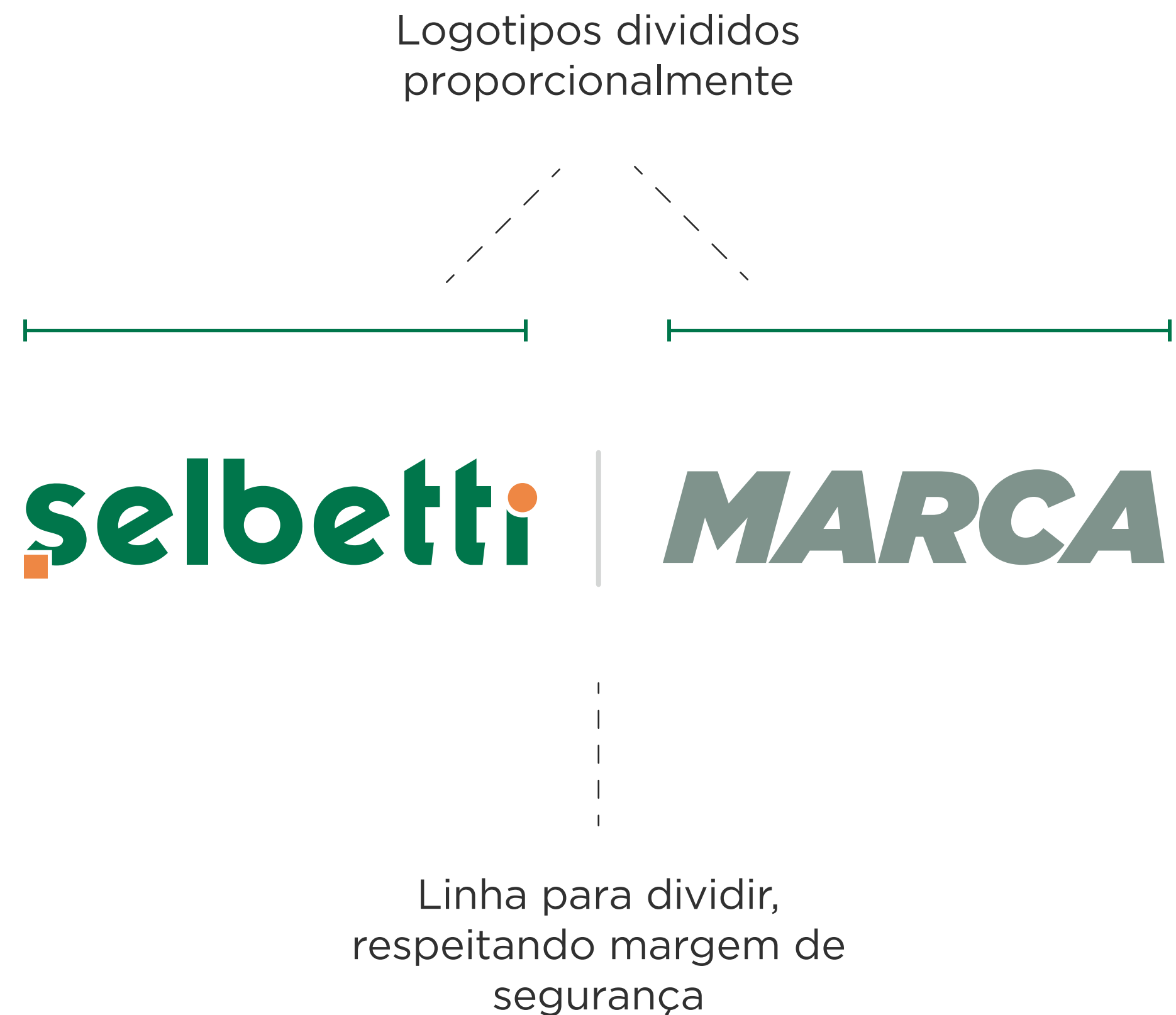
Margem de Segurança

Para evitar interferência de outros elementos gráficos e preservar a integridade e legibilidade da marca deve ser resguardado um espaço ao seu redor. A esse espaço atribuímos o nome de “margem de segurança”.



Aplicação de Parceria

Posicionar ambos os logos, alinhando a altura e tamanho se baseando nas letras para que haja a mesma proporção de tamanho de ambos, e adicionando uma linha sutil ao meio dos mesmos.



Usos Indevidos

1. Não utilizar cores que não as constem definidas neste manual;
2. Não trocar as tipografias;
3. Não aplicar cor de fundo diferente das cores auxiliares pré-estabelecidas neste manual (Apenas em casos de parcerias);
4. Não esticar ou comprimir a forma;
5. Não aplicar efeitos, como sombras e volumes;
6. Não use a marca com fios de contorno (outline);
7. Não usar o logo próximo demais de elementos, desrespeitando a margem de segurança;
8. Não utilizar a marca em ângulos.

1. 

2. 

3. 

4. 

5. 



6. 



7. 

8. 

Cores principais

Garantir a fidelidade das cores ajuda a manter a consistência da marca. O padrão CMYK deve ser usado em materiais impressos. Já RGB e Hexadecimal em peças com propósito de serem exibidas em algum tipo de tela eletrônica, como websites e vídeos.

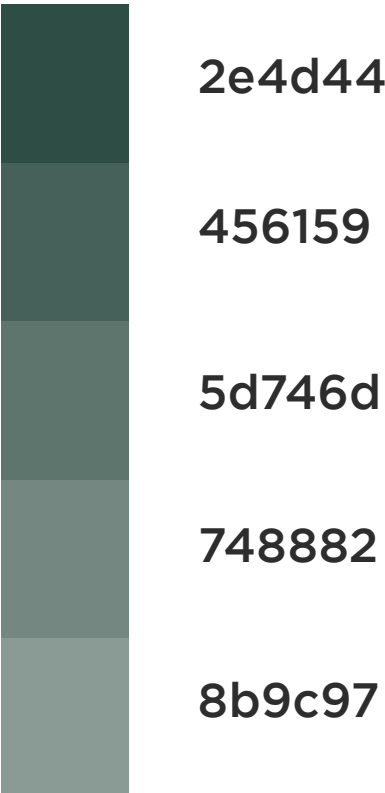
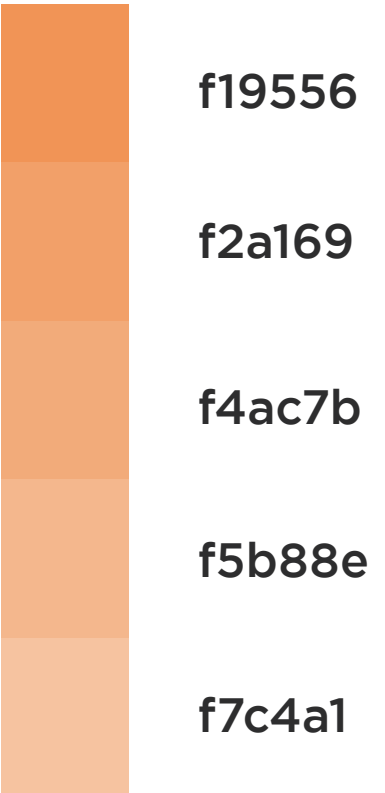
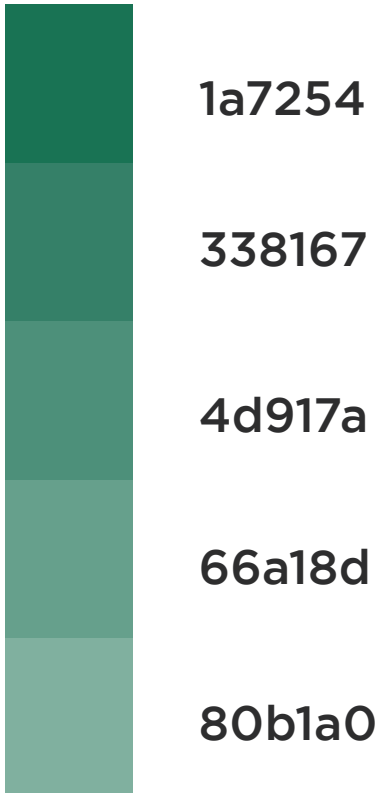
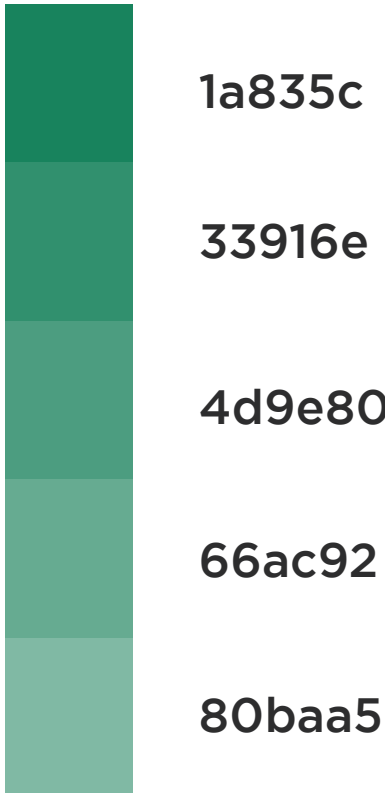
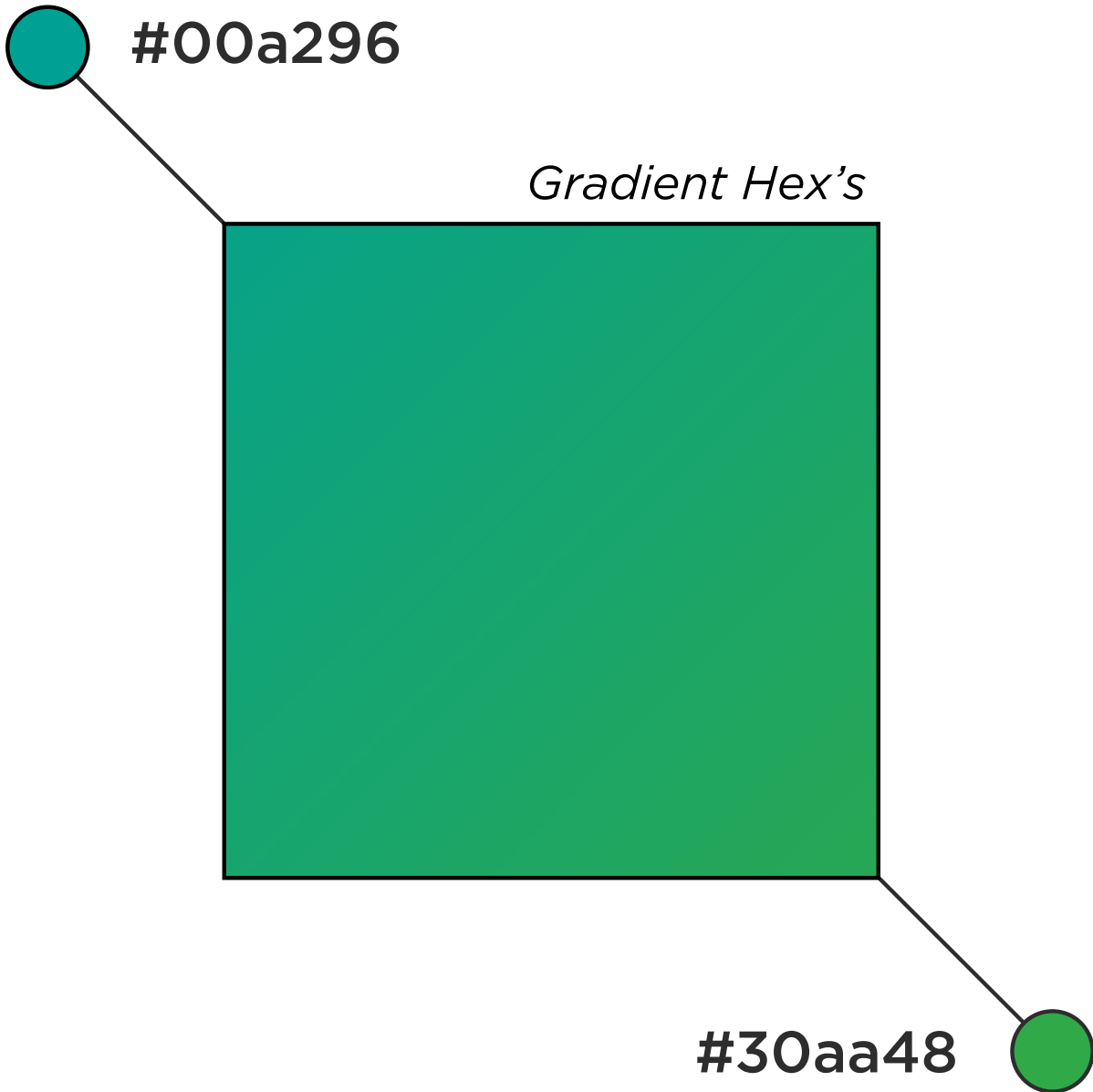
	
Hex	00754a
RGB	0 117 74
CMYK	88 28 82 16
Pantone	342 CP
	
Hex	006241
RGB	0 98 65
CMYK	90 35 81 29
Pantone	-

	
Hex	ef8943
RGB	239 137 67
CMYK	1 56 77 0
Pantone	164 CP
	
Hex	17392f
RGB	23 57 47
CMYK	86 49 70 63
Pantone	-



Variações

Essas variações em Hexadecimal servem para abrir possibilidades nas aplicações, mantendo equilíbrio nas composições.



Tipografia Principal

A tipografia é a voz da marca.
Manter um padrão ajuda a
reforçar a pregnância da marca
na memória do público.

Gotham Book

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

!@#\$%^&*()_+-=[]{};:,.?/|\<>

Variações disponíveis:

Gotham Thin, Extra Light, Light, Book,
Medium, Bold, Black e Ultra



Fonte alternativa para uso digital

Para materiais digitais e apresentações (como PowerPoint, Word ou documentos compartilháveis online), indicamos o uso da fonte Segoe UI como substituta.

Essa escolha visa garantir compatibilidade em diferentes dispositivos e evitar problemas de exibição, especialmente em apresentações que serão abertas por diferentes usuários.

Segoe UI

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

!@#\$%&*()_+ - = []{};,:. ? / \ < >

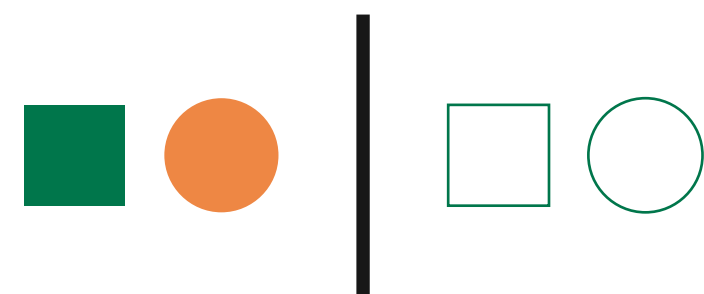
Variações disponíveis:

Segoe UI Light, Semilight, Regular, Italic, Semibold, Bold, Black, Light Italic, Semilight Italic, Italic, Semibold Italic, Bold Italic, Black Italic



Devem ficar evidentes que são os elementos da marca, para que tenham uma maior pregnância na memória do público,

Elemento 1

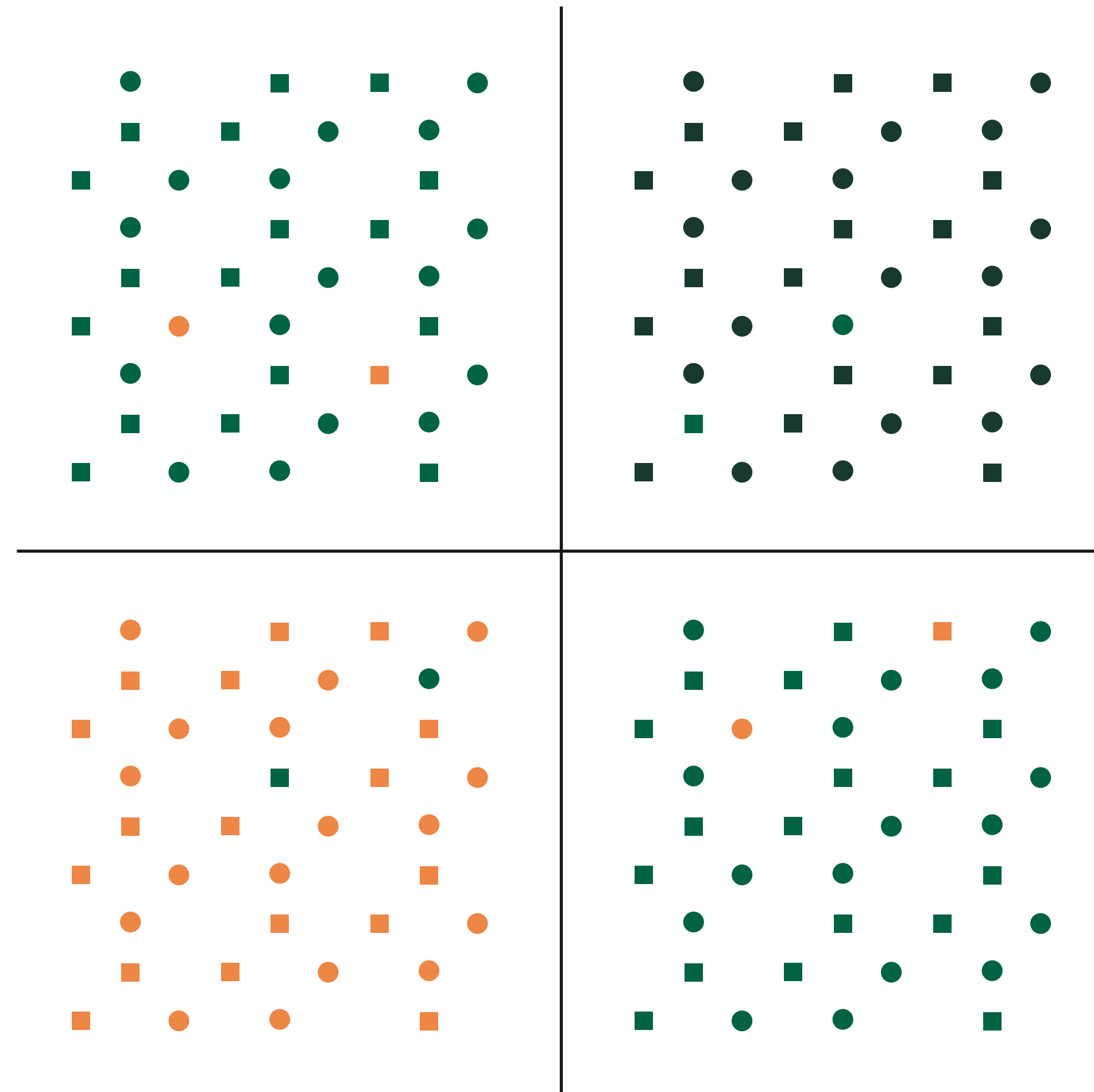


Elemento 2



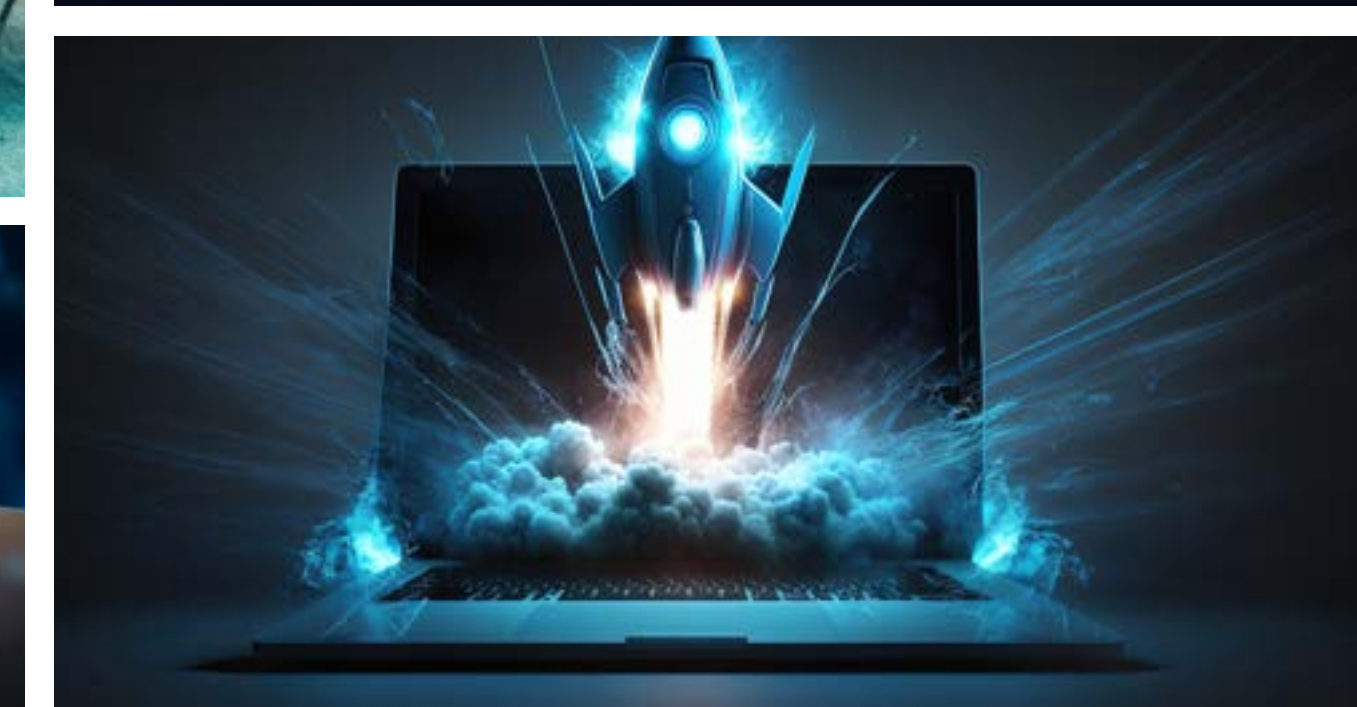
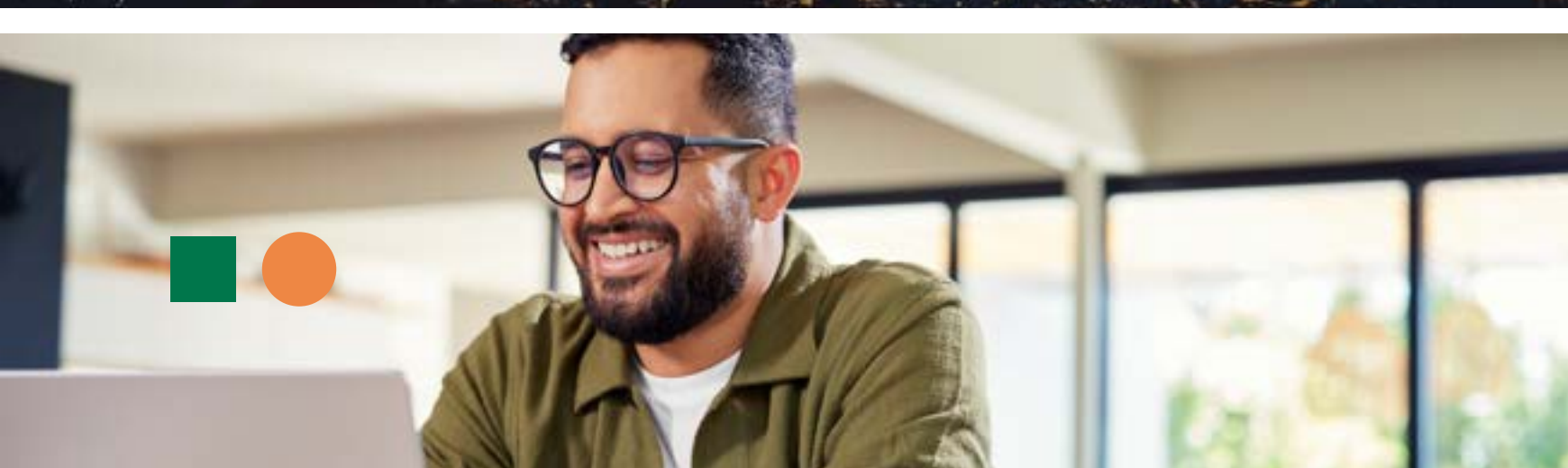
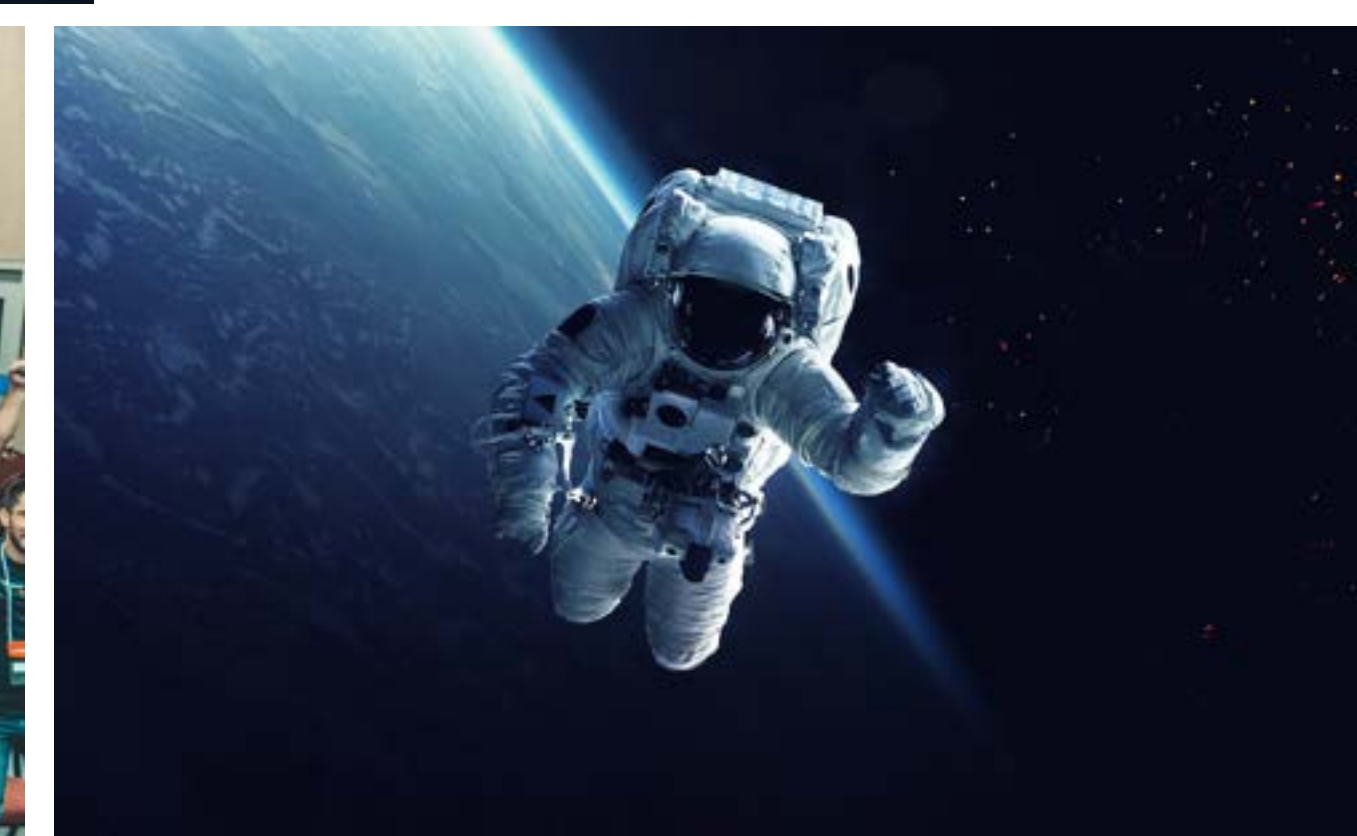
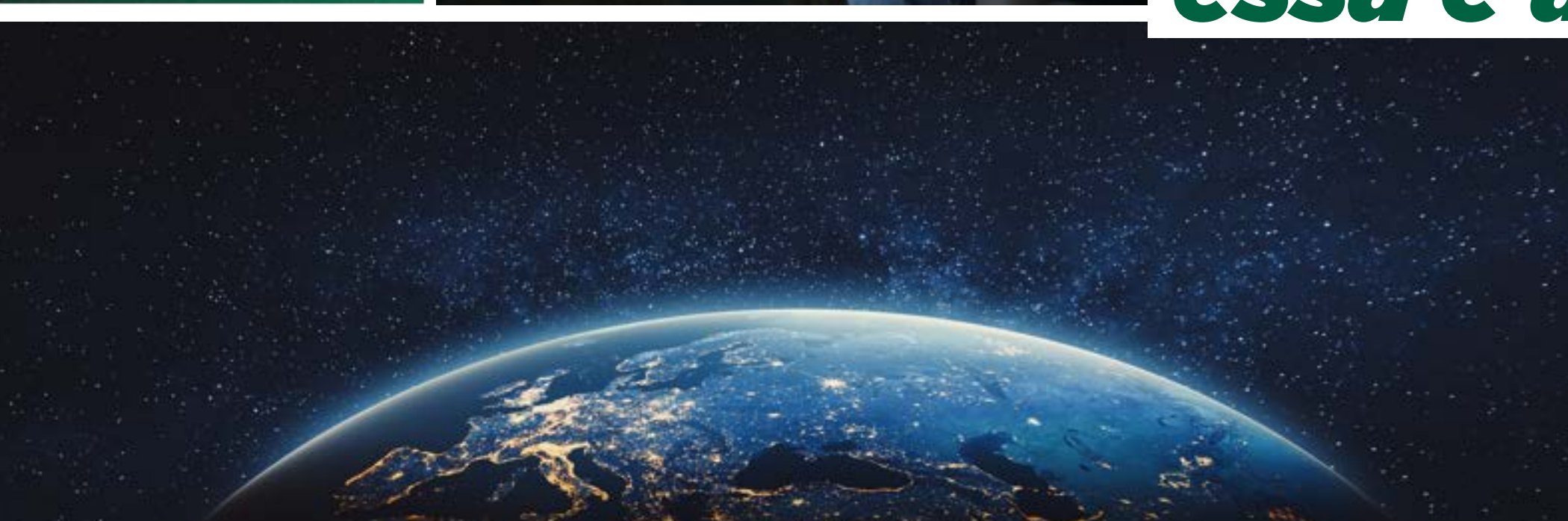
Patterns

Podem ser utilizados de forma randômica, estando sob as cores principais da marca (ou com branco para fundo escuro) e contrastando um circulo e um quadrado.





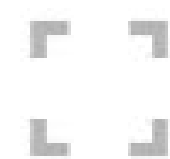
Nós somos selbetti
essa é a nossa essência!



Iconografia

Utilizamos os ícones do Google Fonts (Material Symbols), por sua flexibilidade, leveza e visual moderno. A biblioteca oferece diferentes pesos e estilos, permitindo personalização de acordo com a aplicação e mantendo a harmonia com nossa identidade visual.

Acessar



Fullscreen



iOS Share



Star Half



Keyboard
Double Arrow
Right



Settings
Accessibility



Reply



Terminal



Select Check
Box



Change Circle



Disabled By
Default



Swap Horiz



Swap Vert



Arrow Circle
Left



Minimize



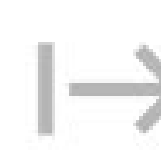
Open With



File Open



Add Task



Start



Downloading



Compare
Arrows



Settings
Applications



Redo



Publish



Zoom Out



Manage
Search



Double Arrow



Sync Alt



Done Outline



Zoom In



Drag Indicator



Nome e Sobrenome
Gerente de Contas
Tel: (41) 99999-9999
Cel: (41) 99999-9999

Nome e Sobrenome
Gerente de Contas
Tel: (41) 99999-9999
Cel: (41) 99999-9999

Eu
nome.sobrenome

selbetti

din
etti.com.br
Website

Nome e Sobrenome
Gerente de Contas
Tel: (41) 99999-9999
Cel: (41) 99999-9999

selbetti

Eu
nome.sobrenome@selbetti.com.br
Website

Linkedin



Nome e Sobrenome

Cargo

(47) **999-9999** - (47) **9999-9999**



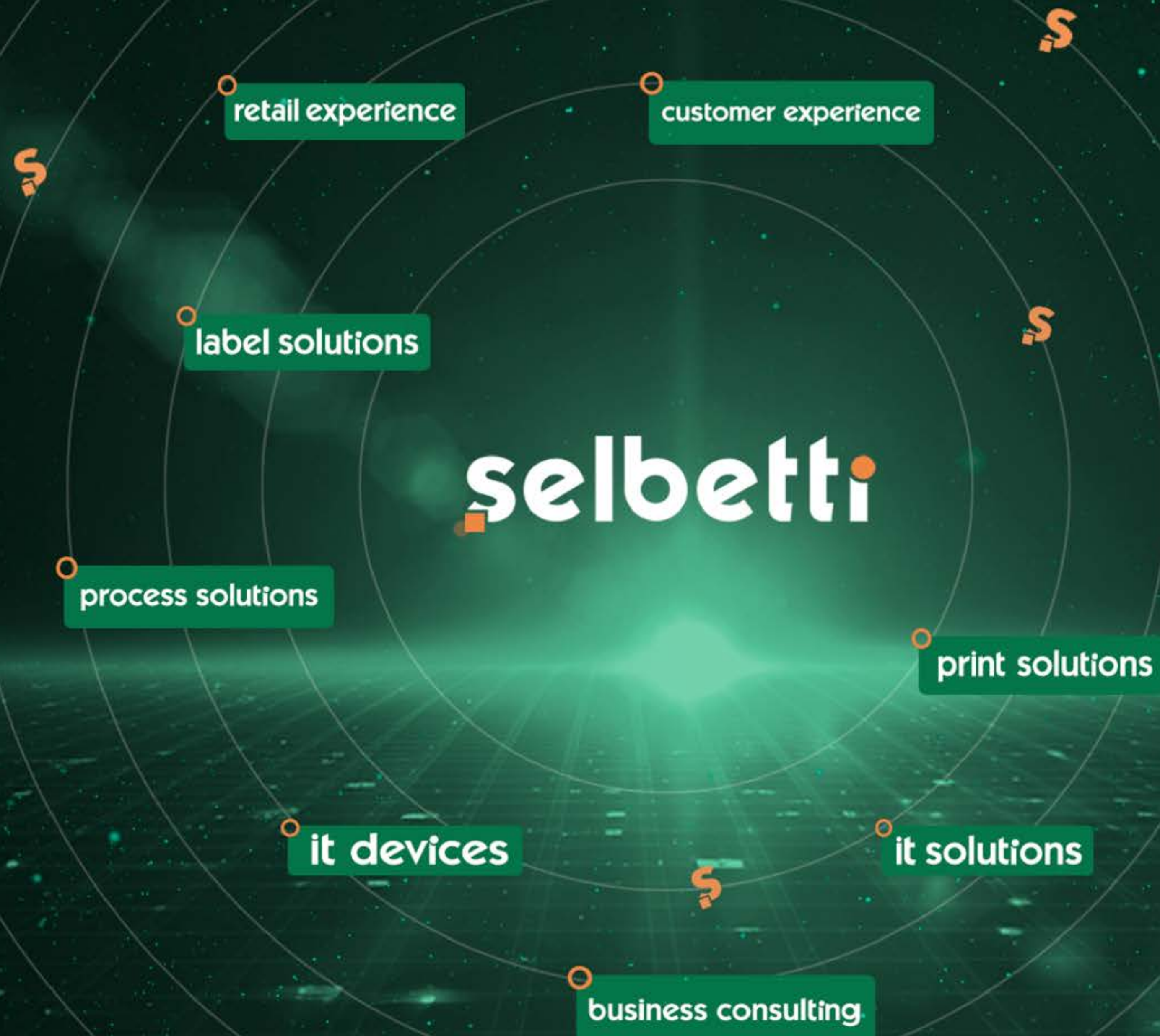
Aviso: não retransmitir sem autorização. Se não for destinatário autorizado, informe-nos e exclua o e-mail.

■● TEM TECNOLOGIA, TEM SELBETTI: SOMOS ONE-STOP-TECH!

it devices • it solutions • print solutions • label solutions • process solutions • retail experience • customer experience • business consulting

Diretrizes

Unidades de negócio



Obrigatoriedade da marca Selbetti em conjunto com a unidade de negócio

Nenhuma unidade de negócio deve ser comunicada isoladamente. A marca Selbetti deve aparecer de forma clara, respeitando a hierarquia de marca monolítica.

Evitar siglas e abreviações

As unidades de negócio devem ser sempre nomeadas por extenso, mantendo a clareza e a força institucional.

✅ “*Selbetti Customer Experience*”

❌ “Selbetti CX”.

Alinhamento de tom e linguagem

Toda comunicação deve manter a coerência com a identidade verbal da marca-mãe (profissional, confiável, conservadora com toques de modernidade), mesmo nas adaptações específicas de cada unidade de negócio.

Não criar marcas visuais próprias para as unidades de negócio

As unidades de negócio não devem possuir logotipos independentes. Qualquer diferenciação visual (ex: cor de apoio ou ícones) deve seguir as diretrizes autorizadas pela área de branding da Selbetti.

Não usar elementos visuais conflitantes com a marca-mãe

Paletas, tipografias ou elementos gráficos que desvirtuem a identidade visual oficial não são permitidos, mesmo que a comunicação seja digital ou interna.



Todas as aplicações devem ser validadas com o time de marketing da Selbetti

Antes de qualquer veiculação (internamente ou externamente), os materiais devem ser enviados para: marketing@selbetti.com.br

Aplicações em co-branding ou parcerias devem seguir regras de hierarquia visual

Em casos de parcerias (ex: com fornecedores ou eventos), a marca Selbetti deve sempre manter sua integridade e destaque proporcional.

A nomenclatura das unidades de negócio deve estar sempre associada ao ecossistema da marca

O discurso deve reforçar que a unidade de negócio é parte da Selbetti, e não uma empresa separada. Exemplo recomendado:

✓ “A Selbetti Retail Experience é a unidade especializada em soluções para o varejo.”

✗ “Retail Experience é a nossa empresa de soluções para o varejo.”

Evitar o termo “BU” em comunicações externas

“BU” (sigla de Business Unit) é um termo interno e técnico. Em toda comunicação externa (institucional, publicitária, comercial ou de conteúdo), deve-se utilizar exclusivamente o termo “unidade de negócio” por extenso.

✓ “Unidade de negócio Selbetti Process Solutions”

✗ “A BU de processos da Selbetti”



Mapa da Arquitetura de Marca

selbetti



Variações da Identidade das unidades de negócio

Caso ocorram limitações que impeçam as cores de serem reproduzidas, a identidade pode ser aplicada em positivo, negativo, ou negativo com nosso laranja.



selbetti customer experience

Variações da Identidade - Horizontal

Caso ocorram limitações que impeçam as cores de serem reproduzidas, a identidade pode ser aplicada em positivo, negativo, ou negativo com nosso laranja.



selbetti customer experience

selbetti customer experience

selbetti customer experience

Aplicação combinada de unidades de negócio:



it devices | customer experience

Logotipos divididos
proporcionalmente

Linha para dividir, respeitando
margem de segurança

Quando duas ou mais unidades de negócio da Selbetti forem apresentadas em conjunto, recomenda-se que elas sejam posicionadas lado a lado, separadas por uma linha sutil e proporcional, respeitando sempre a margem de segurança. Nesses casos, o logotipo da marca Selbetti deve aparecer apenas uma vez, posicionado estrategicamente no topo ou em um dos cantos da peça como elemento de reforço de origem.

Essa aplicação evita a repetição excessiva da marca, reduz o cansaço visual e preserva a força e a clareza da identidade monolítica.





Selbetti Tecnologia

selbetti

it devices
customer experience



Selbetti Tecnologia

selbetti
label solutions



Selbetti Tecnologia

selbetti

process solutions

Tecnologias combinadas
que **otimizam processos
empresariais**

