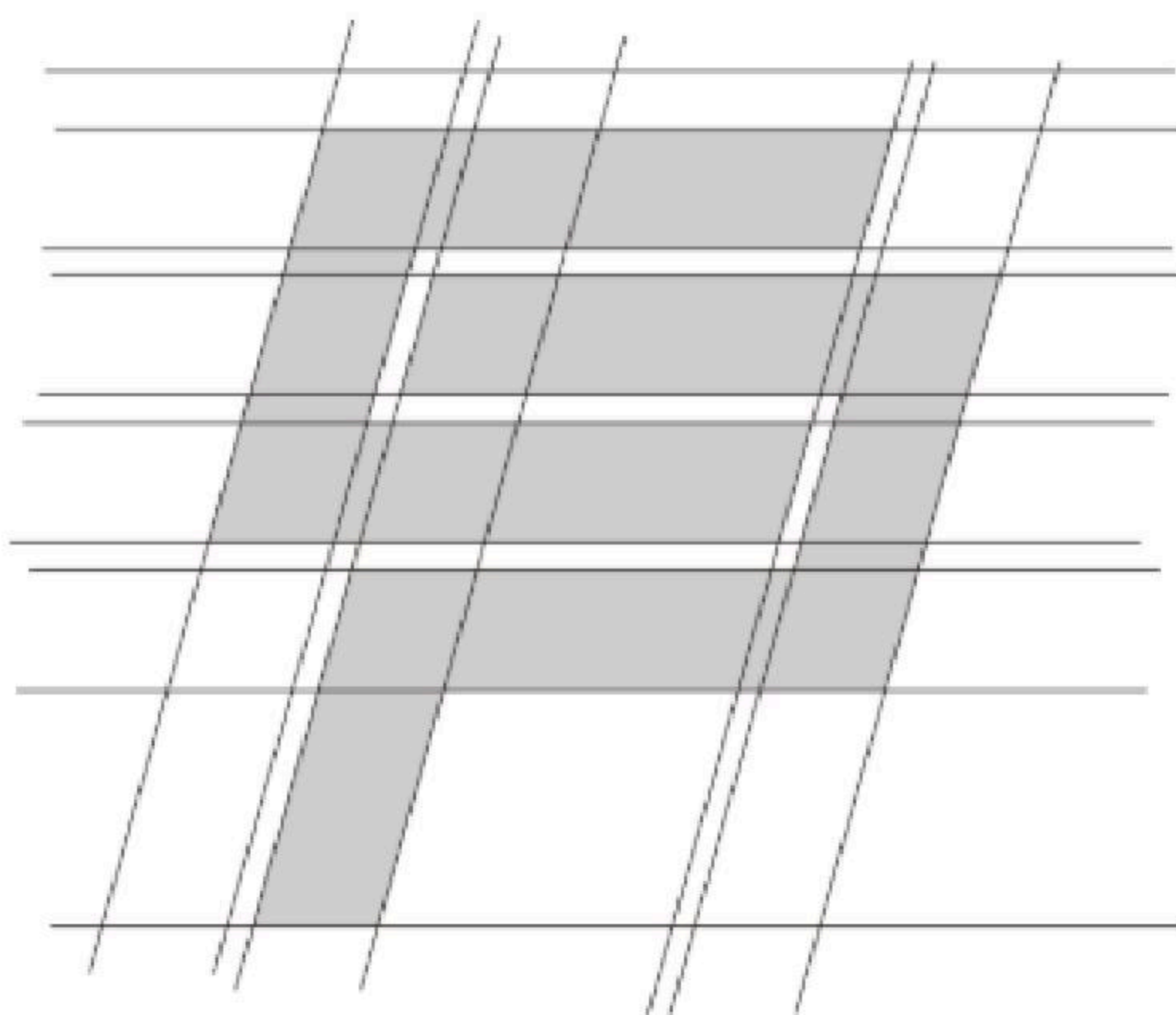




PISCAR é uma concessionária com mais de 15 anos de mercado, especializada na venda de carros e reconhecida por trazer transparência e conexão real com o cliente. Ao longo dos anos, a marca criou um vínculo sólido com quem compra, entregando confiança, negociação clara e veículos de procedência.

Na PISCAR, tudo é mostrado. Cada venda, cada entrega e cada negociação aparece porque a empresa acredita no trabalho que faz e sabe que quem acompanha quer ver movimento real, estoque forte e resultado acontecendo.

Com uma comunicação mais séria e objetiva, a PISCAR reforça o que sempre sustentou sua história: credibilidade, experiência e compromisso em cada veículo vendido.



A logo da PISCAR é forte e adequada para o ramo de concessionária porque, de imediato, comunica ao cliente tudo o que ele precisa saber sobre a empresa.

O símbolo, com formas mais retas, remete à estrada, às curvas e ao movimento, enquanto o desenho integrado do “P” e do “C” destaca de forma lúdica e criativa o próprio nome da marca. O destaque visual para a palavra “CAR” reforça claramente o segmento de atuação, aproximando o cliente do produto vendido.

Ao mesmo tempo em que é criativa, a marca transmite seriedade e confiança: suas formas bem definidas e a combinação de cores evocam solidez, energia e dinamismo, qualidades essenciais para uma concessionária de veículos.



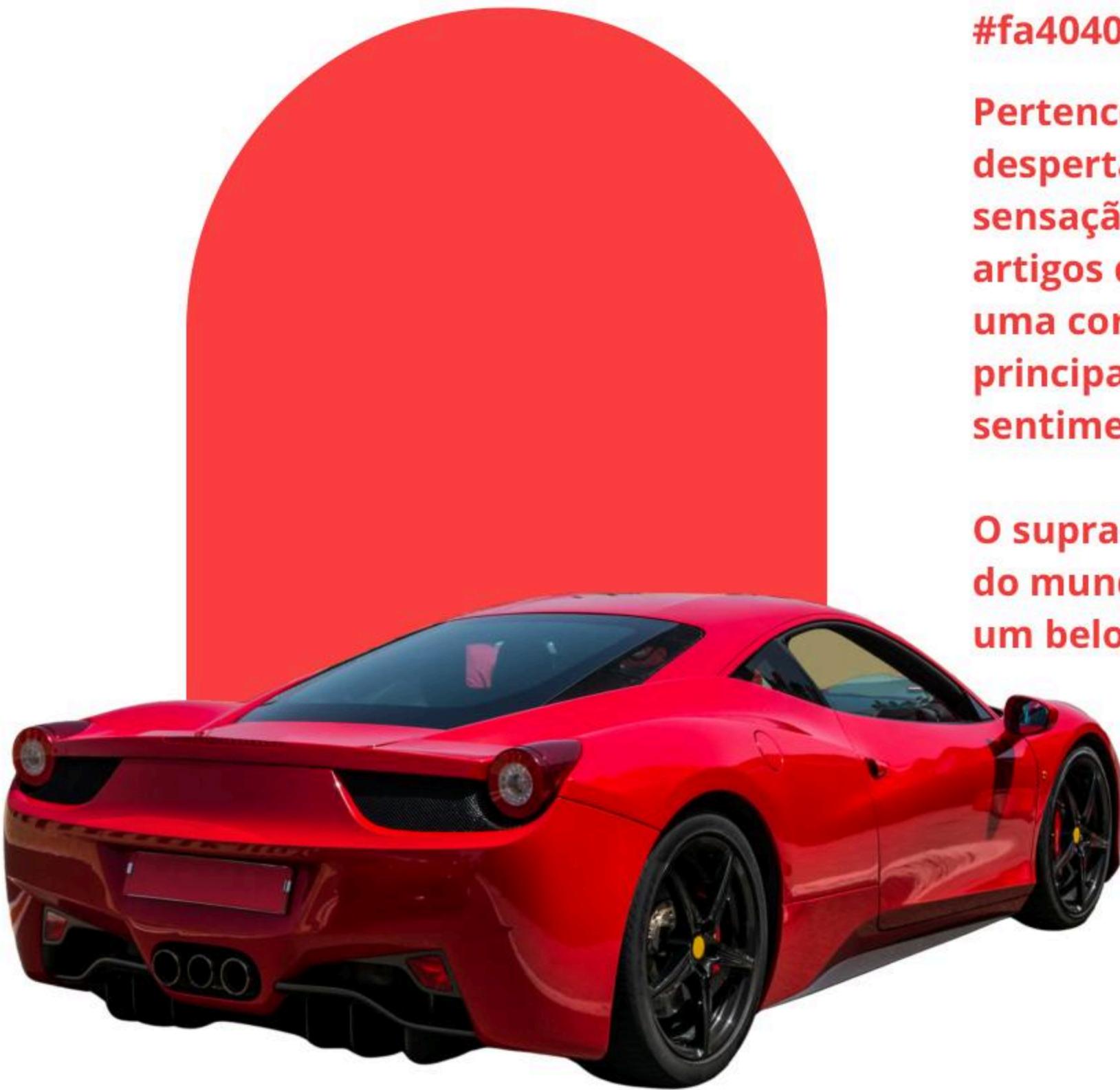
**HA 20 ANOS SENDO
REFERENCIA EM
COMPRA E VENDA DE
VEICULOS!**

PALETA DE CORES

#fa4040

Pertence ao grupo de cores quentes, que desperta no indivíduo desejo, vontade, a sensação do querer, muito trabalhada em artigos de comércio e venda, por se tratar de uma cor extremamente chamativa e principalmente por despertar tamanho sentimento.

O suprassumo do desejo de muitos homens do mundo dos carros, a Ferrari vermelha é um belo exemplo disso.



#000000

Pertence ao grupo de cores neutras, é usada principalmente quando se deseja transparecer a ideia de confiabilidade,

luxo, qualidade, algo que tenha credibilidade e quando trabalhada em artigos de comércio, traz à tona principalmente esta ideia da qualidade e credibilidade.



#c8c8c8

#3d3d3d

O Cinza pertence também a cores neutras, nos traz a sensação de tecnologia, cromado, brilhante.

Essas 3 características acompanham a maioria dos carros comercializados, antigos ou novos. Todos podem ser objeto de desejo dos clientes.



FONTE

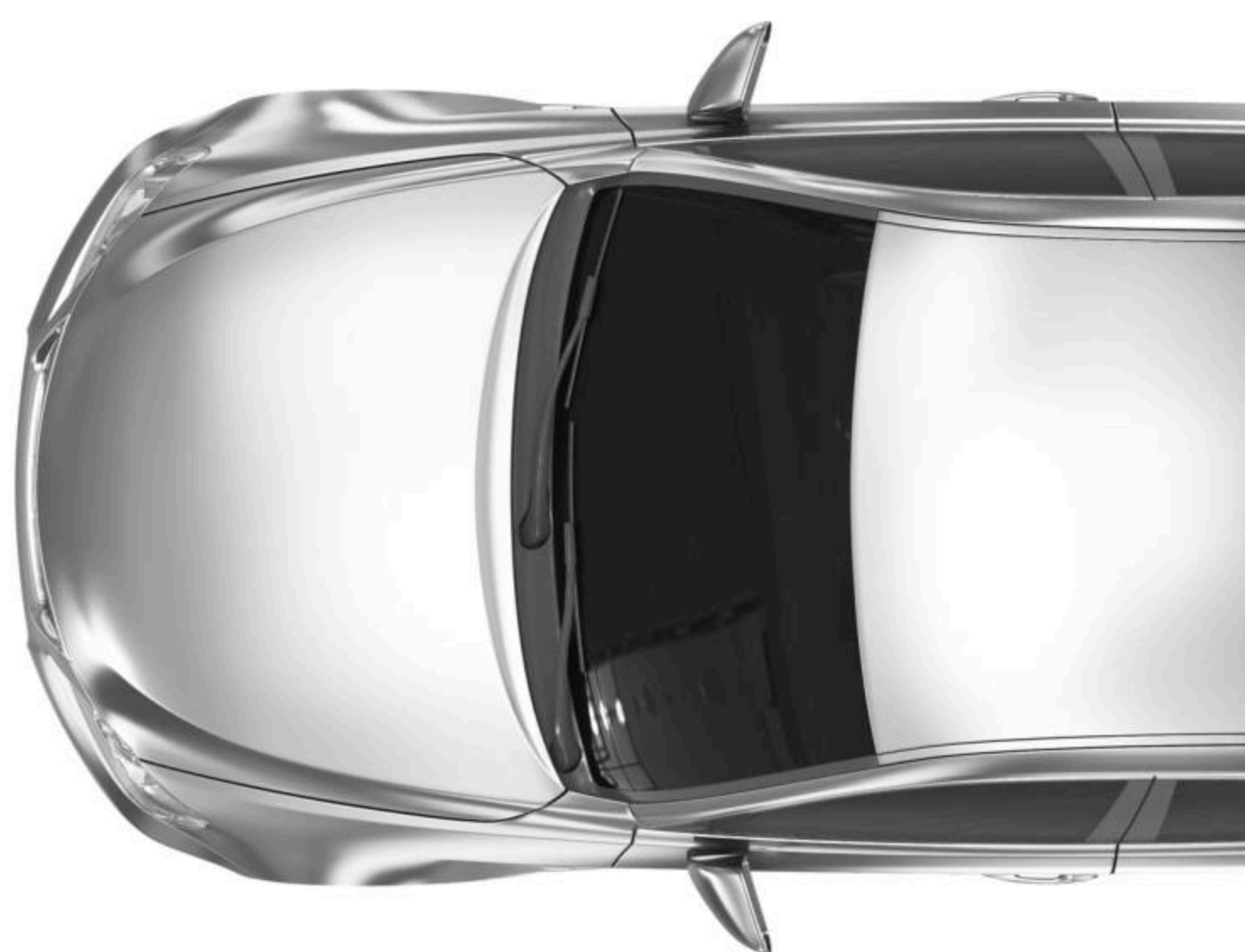
A fonte **Enter the Grid - Regular** funciona muito bem para uma concessionária porque traz uma sensação de tecnologia, modernidade e dinamismo, elementos que se conectam direto com o universo automotivo atual. Suas linhas marcadas e bem definidas passam a ideia de precisão, inovação e performance, qualidades associadas a veículos de última geração. Em materiais como fachadas, campanhas digitais, anúncios e painéis internos, ela ajuda a criar uma identidade visual forte, contemporânea e memorável, reforçando a imagem de uma concessionária conectada com o futuro e com um atendimento mais profissional e diferenciado.

ENTER THE GRID
- REGULAR

Como a fonte em questão foi utilizada na logo, indicamos a utilização da mesma apenas em títulos, por motivos de leitura dificultada se o tamanho da fonte for pequeno.

Sugestão

**UMA
FONTE
PARA
TEXTOS**



A fonte **Open Sans** é excelente para textos em geral porque foi desenhada justamente para garantir alta legibilidade em diferentes tamanhos e telas. Suas formas simples, espaçamento equilibrado e letras bem abertas facilitam a leitura contínua, tanto em blocos longos de texto quanto em pequenos parágrafos, títulos e legendas. Além disso, por ser uma fonte clean e neutra, ela não “briga” com o conteúdo: deixa a mensagem em primeiro plano, funciona bem em impressos e no digital, e se adapta a diversos estilos de marca sem cansar a vista do leitor.

Open Sans leve

Open Sans Regular

Open Sans Negrito

Open Sans extra Negrito



APLICAÇÃO DA LOGO



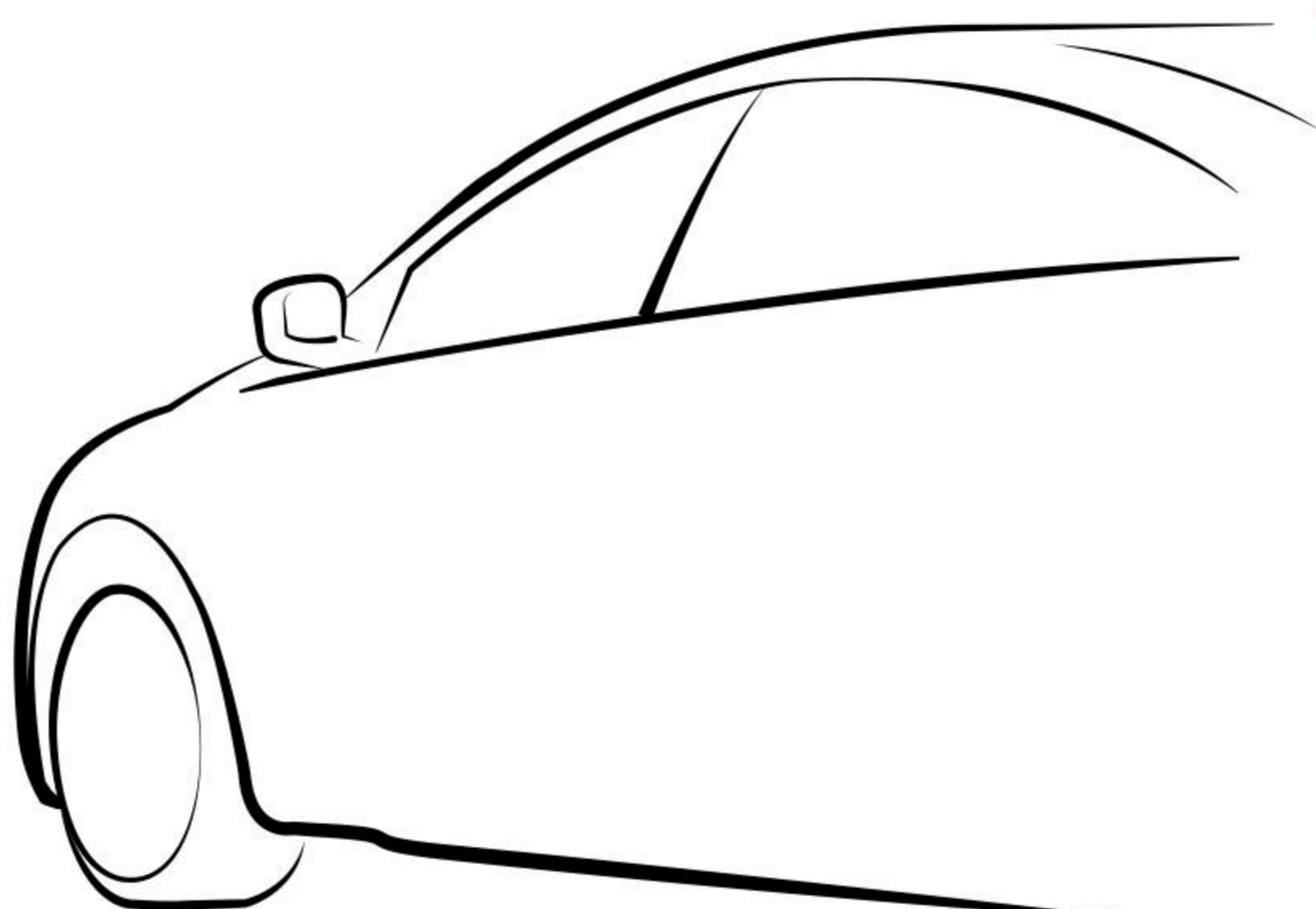
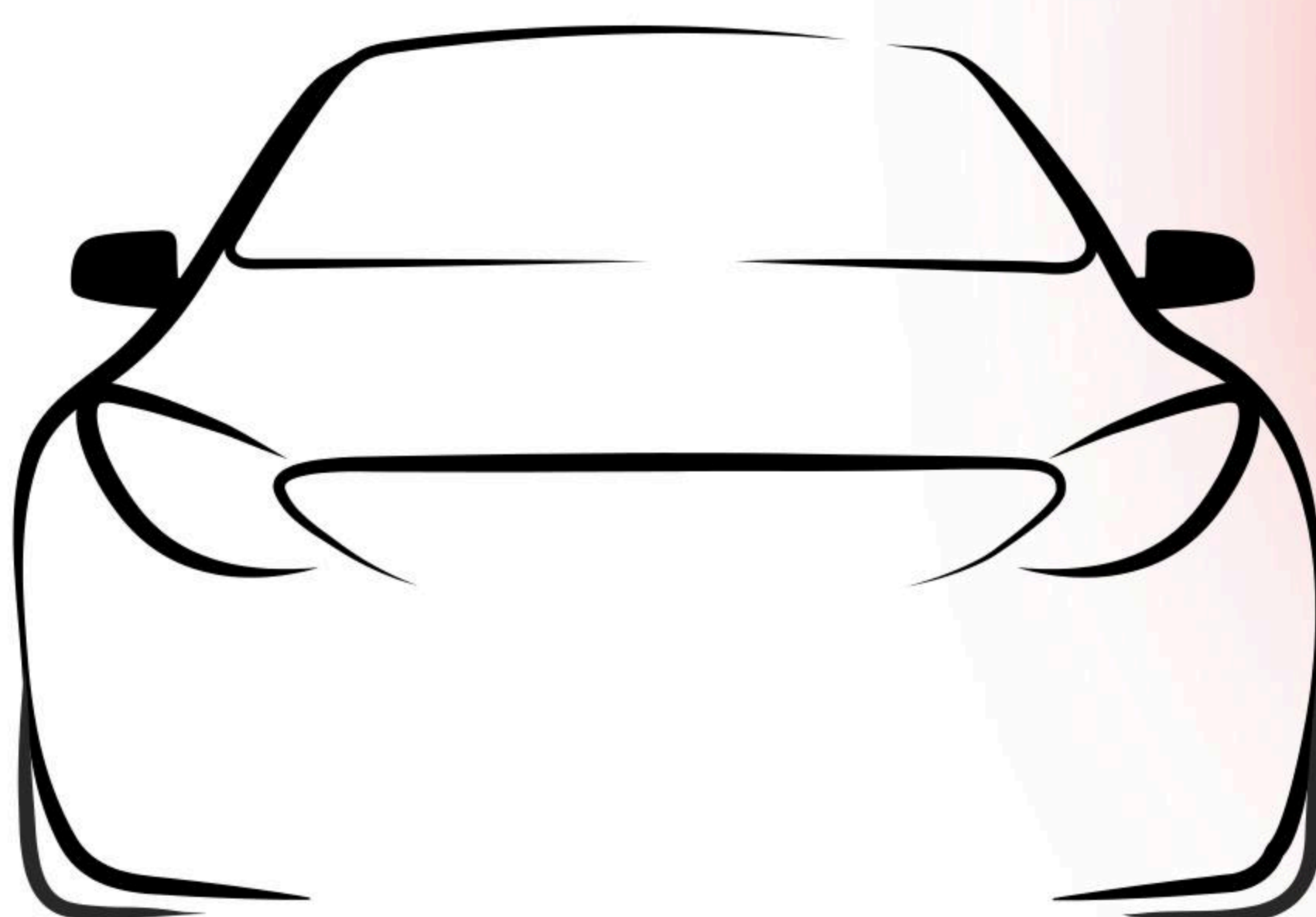
A aplicação da marca se mostra como um desenvolvimento da marca na realidade, em seus impressos e placas.

Destaca-se a utilização comum em veículos vendidos pela loja.

A aplicação indicada de ambas as marcas em Branco para fundos escuros e Preto para fundos claros.

ELEMENTOS GRAFICOS + APOIOS VISUAIS:

Os elementos visuais a seguir, servirão para compor a marca trazendo mais firmeza e beleza.







A
ESCOLHA
DE QUEM
ENTENDE
DE
ESTRADA.



UTILITÁRIOS



PAPEL TIMBRADO

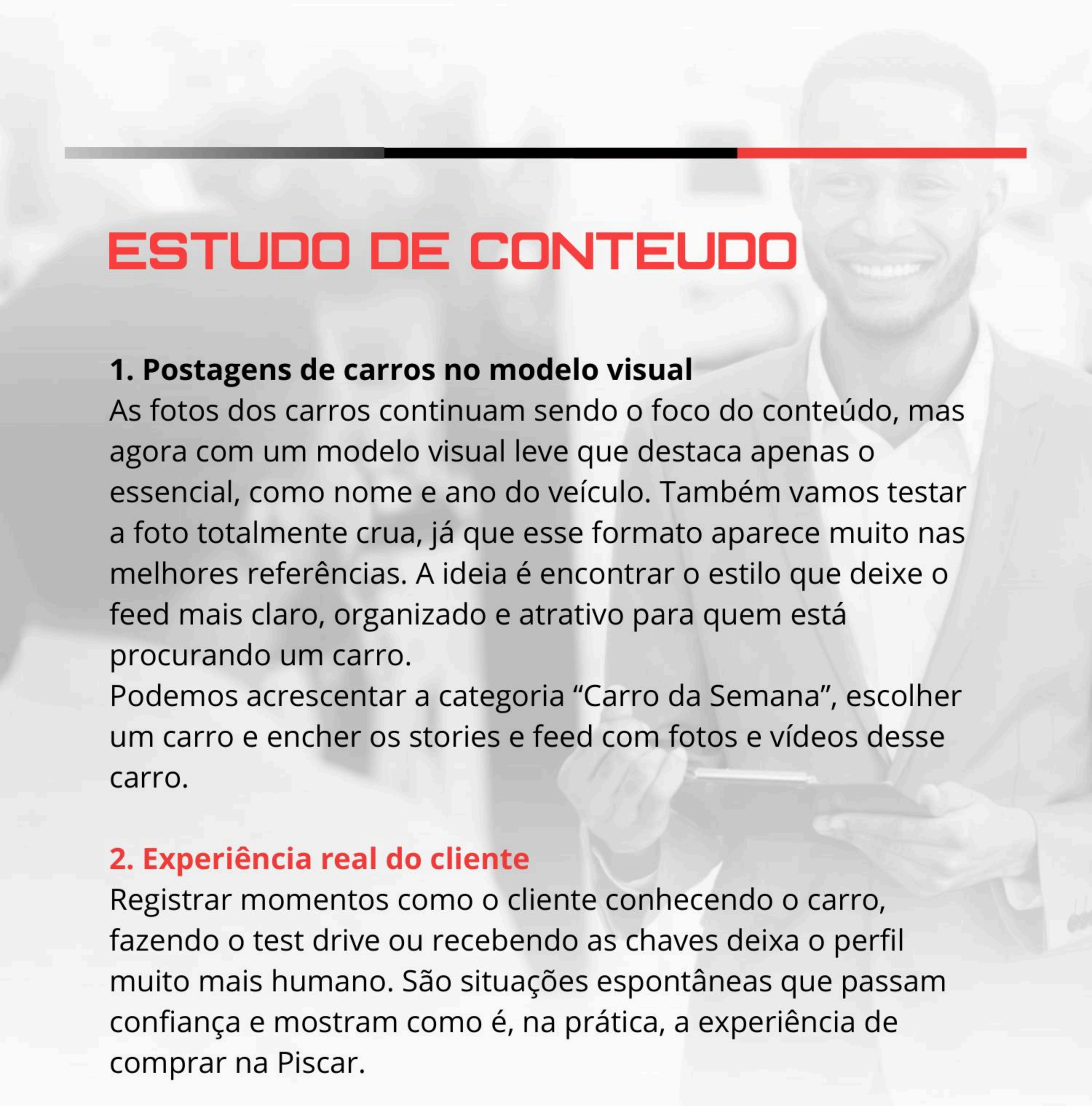


CARTÃO DE VISITA

ASSINATURA DE EMAIL







ESTUDO DE CONTEUDO

1. Postagens de carros no modelo visual

As fotos dos carros continuam sendo o foco do conteúdo, mas agora com um modelo visual leve que destaca apenas o essencial, como nome e ano do veículo. Também vamos testar a foto totalmente crua, já que esse formato aparece muito nas melhores referências. A ideia é encontrar o estilo que deixe o feed mais claro, organizado e atrativo para quem está procurando um carro.

Podemos acrescentar a categoria “Carro da Semana”, escolher um carro e encher os stories e feed com fotos e vídeos desse carro.

2. Experiência real do cliente

Registrar momentos como o cliente conhecendo o carro, fazendo o test drive ou recebendo as chaves deixa o perfil muito mais humano. São situações espontâneas que passam confiança e mostram como é, na prática, a experiência de comprar na Píscar.

3. Vídeos de experiência do test drive

Gravar o test drive com uma GoPro ajuda o público a sentir a experiência de dirigir o carro. A câmera mostra a visão do motorista, detalhes do interior e reações naturais durante o trajeto. A intenção é criar um vídeo que gere sensação, não só informação.

4. Vídeos dos carros na rua

Filmar os carros circulando em ruas bonitas valoriza o visual e a presença de cada modelo. Podemos usar closes, tomadas em movimento e até capturar reações das pessoas, principalmente para carros mais chamativos. O vendedor pode participar do vídeo, e até dá para testar um formato de entrevistas espontâneas na rua, perguntando: “O que achou desse carro?”.

5. História e diferenciais da Píscar

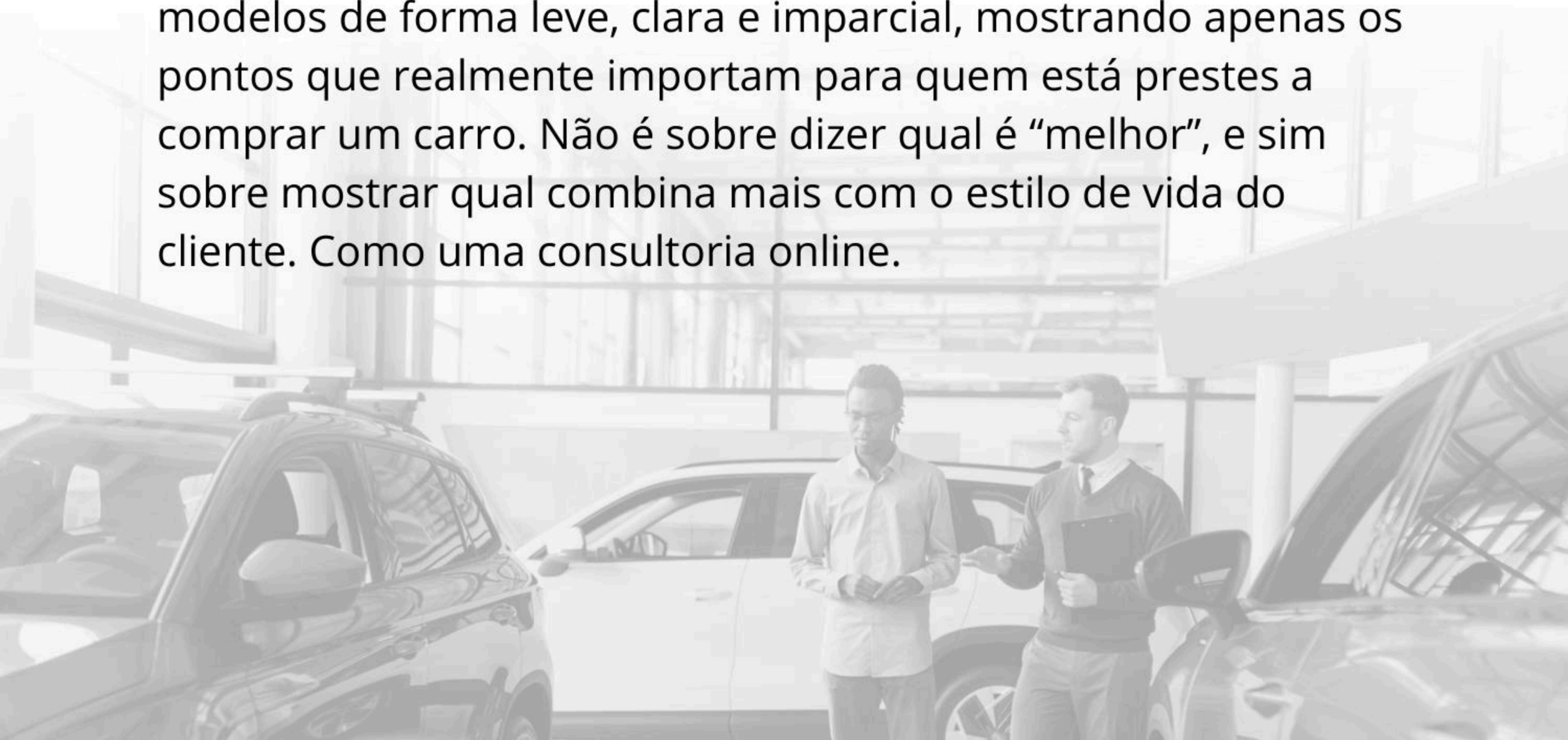
Compartilhar a trajetória da Píscar, seus processos e o cuidado com cada veículo reforça credibilidade. Mostrar a história no mercado automotivo, a forma como a empresa trabalha e o que a diferencia ajuda o público a entender por que a Píscar é uma referência.

6. Pertencimento e cultura da equipe

Mostrar aniversários, bastidores e momentos do time cria proximidade e destaca o lado humano da empresa. Esse tipo de conteúdo faz as pessoas perceberem que a Píscar é uma equipe real e gera a sensação de que é um ótimo lugar para trabalhar.

7. Comparativo

A proposta é criar vídeos e carrosséis comparando dois modelos de forma leve, clara e imparcial, mostrando apenas os pontos que realmente importam para quem está prestes a comprar um carro. Não é sobre dizer qual é “melhor”, e sim sobre mostrar qual combina mais com o estilo de vida do cliente. Como uma consultoria online.



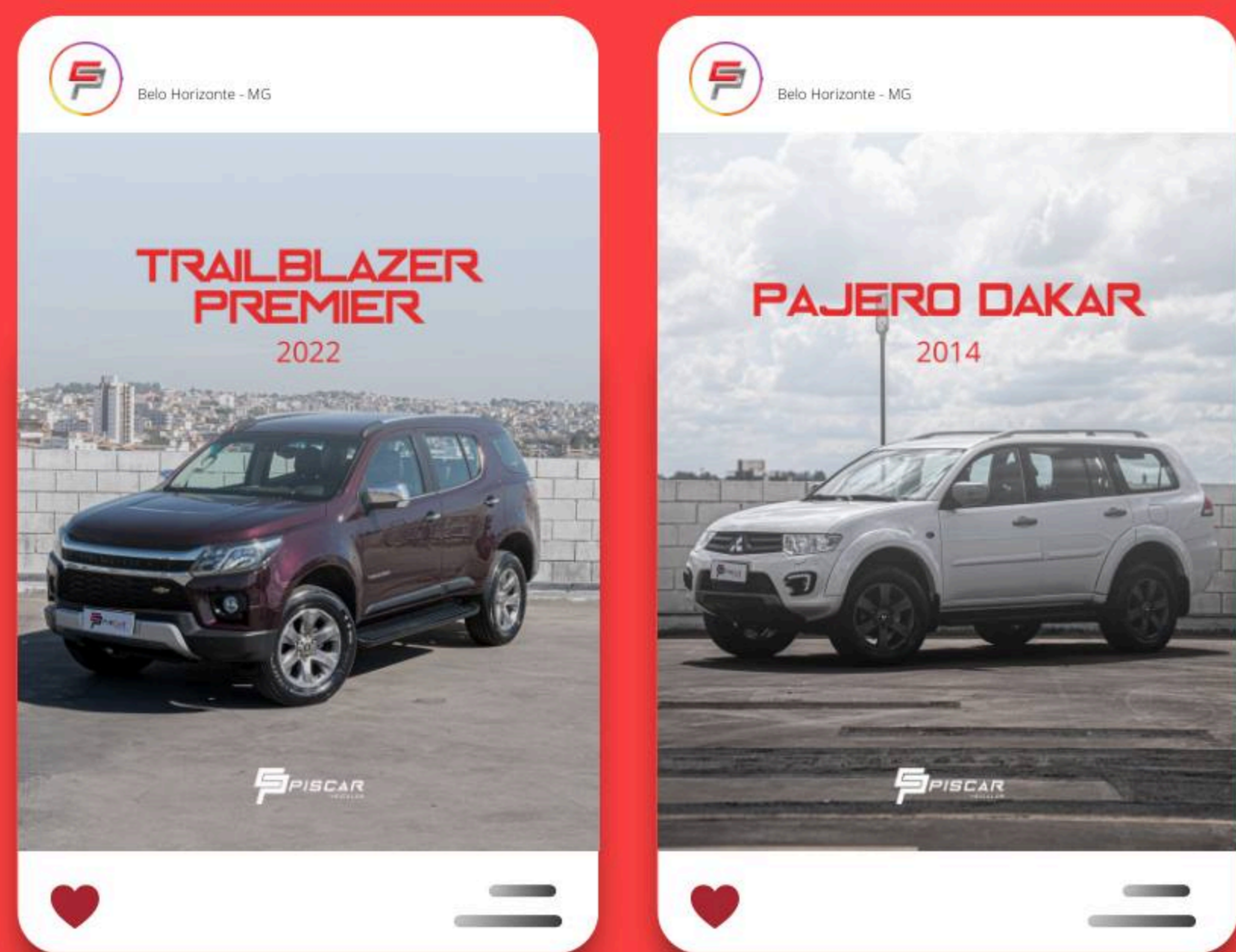
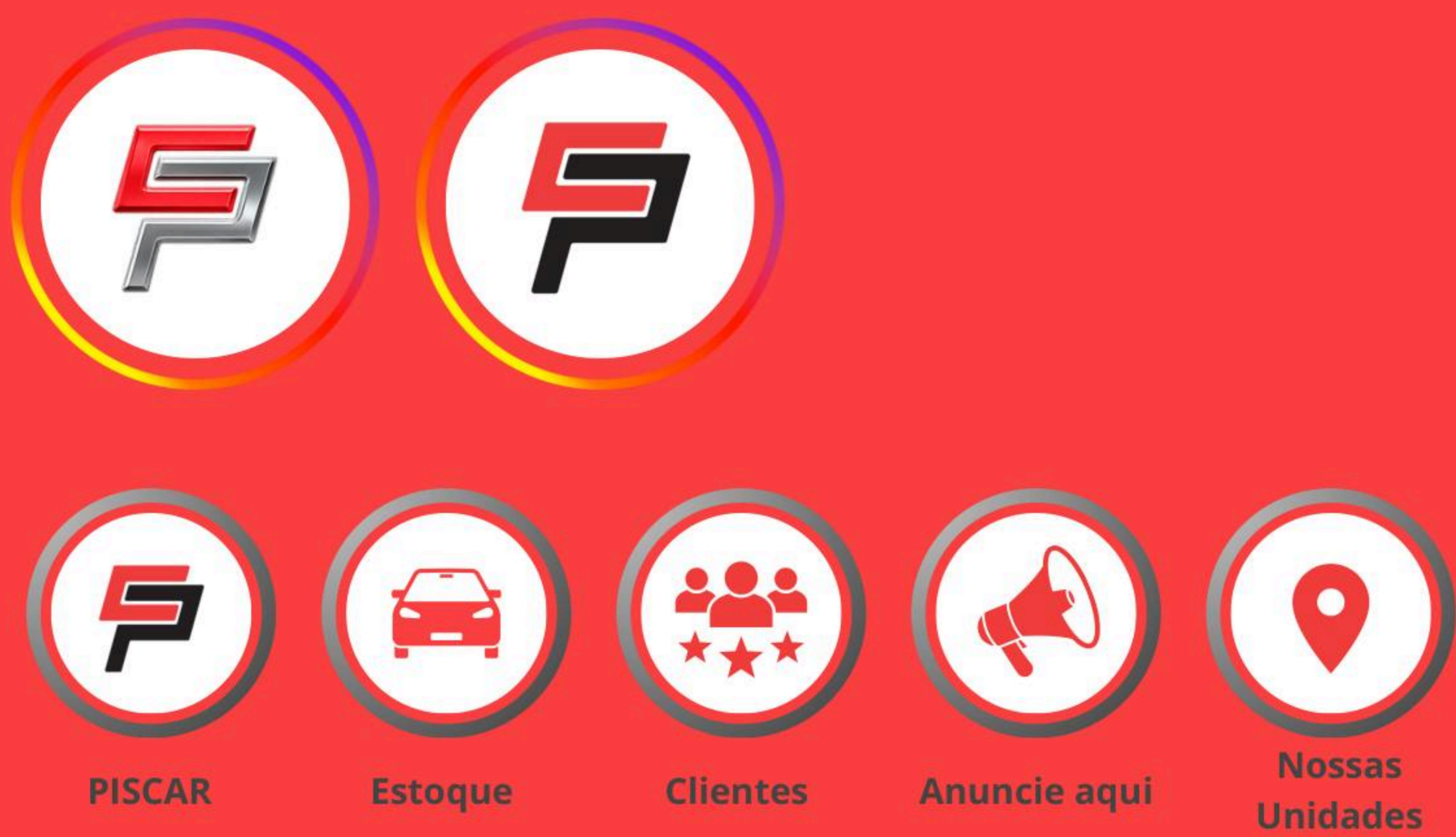
POSTS FIXOS + DESTAQUES

+ SIMULACAO DE FEED

POSTS FIXOS



FOTOS DE PERFIL



SUGESTÃO DE POSTS DE VENDA

O menos que fala mais!
Minimalismo na apresentação dos carros, dando ao possível cliente a facilidade de achar seu modelo ideal e conhecer o carro.

Perfil mais leve

Destaques objetivos

Posts direcionados para atrair clientes

