

nioco
Artista Digital

**Marcas fortes
não acontecem
por acaso.**

Material de
apresentação.

Branding e Rebranding





Quem sou

Me chamo Diego. Sou especialista em Branding e Design Estratégico. Desde 2011 ajudo projetos e negócios a crescer através da criação de marcas, embalagens e campanhas de comunicação de alto impacto.

Ao longo da minha trajetória participei do desenvolvimento de centenas de projetos para empresas dos mais diversos segmentos, atuando desde a criação de identidades visuais até o planejamento estratégico de comunicação.

Atualmente atuo como Coordenador Criativo, liderando equipes de criação e marketing, além de desenvolver projetos através do meu estúdio *Diego Artista Digital*.

+17K

*novas revendedoras
impactadas por iniciativas
de branding e
expansão comercial.*

+15 anos

*transformando
marcas através do
design estratégico.*

+1500

*projetos de comunicação
e campanhas desenvolvidos
com foco em
resultados de negócio.*

MATERIAL DE APRESENTAÇÃO - Branding e Rebranding.



Serviços



Branding e Rebranding

Construção e reposicionamento estratégico de marcas para aumentar percepção de valor, reconhecimento e competitividade.



Designer estratégico

Soluções visuais alinhadas aos objetivos do negócio e ao comportamento do público.



Embalagem e produtos

Soluções visuais alinhadas aos objetivos do negócio e ao comportamento do público.



Comunicação Visual

Materiais institucionais, embalagens, PDV, sinalização e produtos promocionais.



Social Media

Direção criativa, campanhas promocionais e conteúdo digital.

Competências

- Branding e Rebranding
- Posicionamento de Marca
- Direção de Arte
- Gestão de Equipes Criativas
- Design de Embalagens
- Marketing Estratégico
- Produção de Conteúdo
- Inteligência Artificial Aplicada ao Design
- Comunicação Visual
- Planejamento de Campanhas

Curriculo



| Cases



Cliente: Grupo NSC

Grupo empresarial estruturado em quatro negócios complementares: varejo e desenvolvimento de marca própria de produtos.



Ano

Outubro
de 2020



Serviço

Identidade visual e
posicionamento da
marca.



Objetivo

Posicionamento
da marca no mercado.

Desafio

A NSC (Nutritional Science Company) é um grupo de suplementação nutricional inspirado nos grandes laboratórios norte-americanos, criado para atender diferentes perfis de consumidores por meio de marcas segmentadas. O principal desafio foi desenvolver uma arquitetura de marcas capaz de atuar em diversos nichos de mercado, mantendo uma identidade corporativa sólida que transmitisse inovação, credibilidade, qualidade e respaldo científico para todo o portfólio.

Pesquisa e diagnóstico

A análise do mercado revelou uma forte valorização de marcas com estética inspirada em laboratórios e empresas americanas de suplementação. Entendemos que precisávamos de uma arquitetura de marcas endossadas, onde cada linha possui personalidade própria, mas compartilha os valores de qualidade, tecnologia e confiabilidade da NSC. Dessa forma, o grupo amplia sua atuação em diferentes segmentos de mercado sem comprometer a clareza de posicionamento ou a força institucional da marca principal.

Conceito e estratégia

Heart Life

Linha de suplementação voltada ao cuidado diário da saúde, com foco em idosos, gestantes e crianças. A identidade da Heart Life foi concebida para representar cuidado, equilíbrio e longevidade, utilizando formas suaves e uma linguagem visual acolhedora que transmite confiança, bem-estar e proximidade humana.

MH Nutrition

A MH Nutrition é uma marca de suplementos e rede de lojas especializada em nutrição esportiva, desenvolvida para atender consumidores com diferentes objetivos e níveis de experiência. A identidade da MH Nutrition foi desenvolvida para representar acessibilidade, confiança e versatilidade, traduzindo visualmente a proposta de tornar a suplementação mais próxima, prática e acessível para diferentes perfis de consumidores.

Grupo NSC

A estratégia da marca foi desenvolver uma identidade corporativa capaz de sustentar diversas linhas de produtos sem competir visualmente com elas. A identidade da NSC foi concebida para representar ciência, credibilidade e integração, atuando como um selo institucional que unifica e fortalece visualmente todo o ecossistema de marcas do grupo.

Crazy Labz

Linha de suplementos da NSC voltada para praticantes de musculação, fisiculturismo e levantamento de peso que buscam máxima performance e resultados acelerados. A identidade da Crazy Labz foi criada para representar força, intensidade e superação de limites, utilizando uma linguagem visual inspirada na cultura fitness de alta performance para transmitir energia, atitude e evolução constante.

Anabolic Labs

A Anabolic Labs é uma linha de suplementação voltada para praticantes de musculação e atletas focados em hipertrofia. Sua identidade foi criada para transmitir força, intensidade e evolução física, com elementos visuais inspirados na anatomia humana e no universo fitness. O conceito da marca está baseado na transformação corporal e na busca por resultados, posicionando a Anabolic Labs como uma linha de alta performance com forte apelo ao desenvolvimento muscular.

Sport Science

A Sport Science é a linha de suplementação da NSC desenvolvida para atletas e esportistas de alta performance que buscam melhorar rendimento, recuperação e desempenho. A identidade da Sport Science foi desenvolvida para representar a união entre ciência e performance, utilizando uma linguagem visual precisa e contemporânea que transmite inovação, credibilidade técnica e evolução atlética.



Resultados nos primeiros 2 anos

NSC - Nutritional Science Company

- Fortalecimento da presença da marca no mercado
- Aumento da percepção de valor e profissionalismo
- Maior conexão e identificação de investidores e parceiros
- Crescimento de 80% no faturamento geral do grupo já no primeiro ano em pleno período pandêmico.
- Aumento do faturamento geral, resultando na expansão das operações Para todo o Brasil.

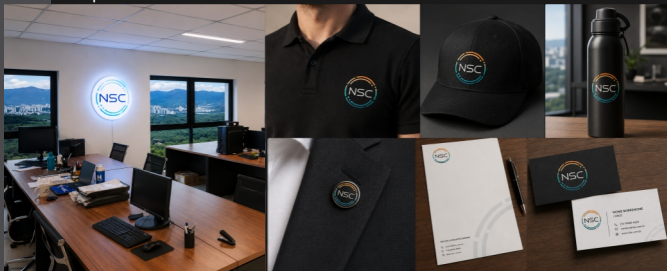
MH Nutrition

- Fortalecimento da presença da marca no mercado
- Aumento da percepção de valor e profissionalismo
- Fortalecimento da marca e identificação imediata pelo público
- Padronização da marca em todo o ecossistema
- Crescimento consistente das vendas mensais
- Crescimento de 112% no faturamento geral do grupo já no primeiro ano
- Expansão dos negócios com formatação de franquia e venda.
- Crescimento médio de 5% ao mês em engajamento digital

Crazy labz | Anabolic Labs | Sport Science | Heart Life

- Percepção da marca pelo público
- Crescimento na demanda por stands em estabelecimentos e eventos
- Aumento da percepção de valor dos produtos pelo público
- Crescimento consistente das vendas mensais

Aplicações Grupo NSC



MH Nutrition



Anabolic Labs



Sport Science



DIPO
Artista Digital

Crazy Labz



Hearth Life



MATERIAL DE APRESENTAÇÃO - Branding e Rebranding.



Cliente: MXM Sign

Fábrica de sinalização, fachadas e comunicação visual para lojas e empresas.



Ano
Outubro
de 2023



Serviço
Identidade visual e
posicionamento da
marca.



Objetivo
Rebranding e posicionamento
da marca no mercado.

Antes



Depois



Desafio

A MXM nasceu como uma gráfica tradicional, mas sua atuação evoluiu ao longo dos anos para um posicionamento muito mais estratégico, focado em sinalização, fachadas e comunicação visual para lojas e empresas. O desafio do rebranding foi alinhar a percepção da marca à sua nova realidade, modernizando sua identidade sem perder totalmente a referência visual construída junto aos clientes.

Pesquisa e diagnóstico

A análise identificou que a identidade anterior ainda remetia a uma gráfica tradicional e já não refletia o posicionamento atual da empresa como especialista em sinalética, fachadas e comunicação visual corporativa. O projeto envolveu o rebranding e reposicionamento estratégico da marca, com simplificação do símbolo, atualização tipográfica e desenvolvimento de uma identidade mais moderna, legível e alinhada ao mercado em que a MXM atua hoje.

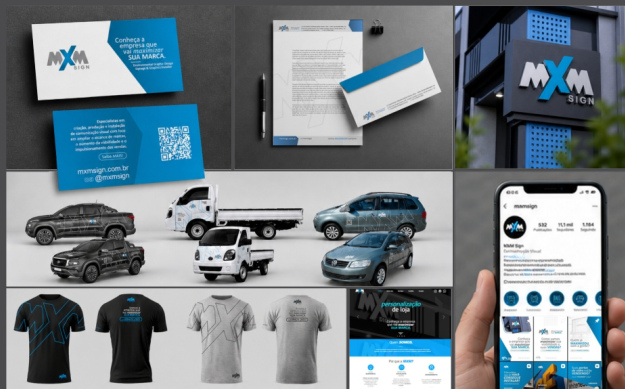
Resultados no primeiro ano

- Fortalecimento da presença da marca no mercado
- Aumento da percepção de valor e profissionalismo
- Maior conexão e identificação do público com a marca
- Crescimento médio de 1,5% ao mês em engajamento digital

Conceito e estratégia

Guiado pelo conceito “Da impressão à presença de marca”, o rebranding da MXM buscou representar a evolução da empresa de uma gráfica tradicional para uma especialista em sinalética, fachadas e comunicação visual. A estratégia consistiu em preservar a estrutura reconhecível do símbolo original, simplificando suas formas para aumentar a legibilidade e fortalecer sua presença visual, enquanto uma paleta mais sóbria e a inclusão do termo SIGN reforçam profissionalismo, especialização e clareza de posicionamento. O resultado é uma identidade mais moderna, memorável e funcional, preparada para aplicações de grande impacto e alinhada à maturidade e ao mercado em que a empresa atua atualmente.

Aplicações



MATERIAL DE APRESENTAÇÃO - Branding e Rebranding.

The logo for Delit features the word "Delit" in a stylized, rounded font. The letter "D" is significantly larger and more prominent. To the right of the text, there is a decorative graphic of a leafy branch or sprig.

Cliente: Grupo Delit

Grupo empresarial estruturado em três unidades de negócio complementares: revenda de produtos, fabricação industrial e desenvolvimento de marca própria de produtos, atuando de forma integrada para atender diferentes etapas da cadeia de valor.



Ano

Fevereiro de 2022



Serviço

Rebranding, embalagens, identidade visual e posicionamento.



Objetivo

Rebranding e posicionamento das novas marcas no mercado.

Antes

Depois



Desafio

A marca enfrentava questionamentos relacionados ao uso de propriedade intelectual, exigindo uma reestruturação de sua identidade. O desafio era representar o grupo empresarial como um todo, enquanto cada empresa passava a ter uma identidade própria. Ao mesmo tempo, era essencial manter a conexão visual com a marca original, já que muitos materiais continuariam em uso durante a transição. Após sete anos de mercado, a marca possuía forte reconhecimento, e mudanças muito bruscas poderiam impactar negativamente seu crescimento.

Pesquisa e diagnóstico

Para preservar o reconhecimento construído ao longo dos anos, a nova arquitetura de marcas precisava manter elementos visuais que remetessem à identidade original, ao mesmo tempo em que estabelecesse uma estrutura mais sólida, proprietária e escalável para o grupo.

Durante o processo de pesquisa, ouvimos o público e identificamos que a empresa já era conhecida por apelidos, então incorporamos isso à nova estratégia de naming. A partir disso, cada marca foi desenvolvida para refletir com clareza seu propósito, público e posicionamento dentro da estrutura do grupo.

Conceito e estratégia

Grupo Delit

A Marca institucional foi criada para representar o grupo empresarial, transmitindo credibilidade, unidade e visão estratégica. As referências aos tons de verde e aos elementos orgânicos reforçam a conexão com a origem da marca, enquanto a tipografia mais moderna confere personalidade própria e maior valor percebido.

IT Revendas

Desenvolvida para representar a área comercial e a rede de revendedoras, a marca utiliza elementos herdados da identidade principal para fortalecer a associação com o grupo. Sua construção visual prioriza proximidade, dinamismo e fácil reconhecimento em materiais promocionais e de vendas.



Delícias de Itaipava

Criada para preservar o valor já consolidado da linha de produtos, a marca mantém características visuais familiares ao público, reduzindo o impacto da transição. O resultado é uma identidade que transmite tradição, confiança e continuidade, facilitando a adaptação do mercado à nova estrutura.



Delícias do Império

Posicionada como uma marca de maior valor agregado, recebeu uma identidade visual mais sofisticada e refinada. Os elementos gráficos e a tipografia remetem à história da marca e à qualidade premium, ampliando as possibilidades de atuação da empresa em novos segmentos e públicos.



Aplicações

Grupo Delit

Resultados nos primeiros 2 anos

Delit

- Fortalecimento da presença da marca no mercado
- Aumento da percepção de valor e profissionalismo
- Maior conexão e identificação do público com a marca
- Crescimento de 20% no faturamento geral do grupo já no primeiro ano

IT Revendas

- Fortalecimento da marca e identificação imediata pelo público
- Crescimento médio de 10% ao mês em engajamento digital
- Incremento de R\$ 25 mil em faturamento por vendedor nas campanhas
- Mais de 17 mil novas revendedoras após o rebranding
- Aumento do faturamento geral, resultando na expansão das operações para mais dois estados

Conheça o site e os serviços

Delícias de Itaipava

- Crescimento médio de 6% ao mês em engajamento digital
- Aumento da percepção de valor dos produtos pelo público
- Crescimento consistente das vendas mensais
- Aumento de 180% no faturamento

Conheça o site e os produtos

Delícias do Império

- Percepção da marca pelo público
- Crescimento na demanda por stands em estabelecimentos e eventos

Conheça o site e os produtos



Delícias de Itaipava



MATERIAL DE APRESENTAÇÃO - Branding e Rebranding.

IT Revendas



Delícias do império





Cliente: Grupo Friolar

Rede de lojas de venda de produtos para projetos de refrigeração.



Ano

Fevereiro de 2023



Serviço

Rebranding, Identidade visual e posicionamento.



Objetivo

Rebranding e posicionamento da marca no mercado.

Antes

Depois

Friolar
Refrigeração



GRUPO
FRIOLAR
REFRIGERAÇÃO

Conceito e estratégia

O rebranding da Friolar foi desenvolvido com o conceito de evolução sem ruptura, preservando os elementos de maior reconhecimento da identidade original enquanto modernizava sua linguagem visual. O objetivo foi valorizar o patrimônio construído pela marca ao longo dos anos, transformando-o em uma identidade mais sólida, contemporânea e alinhada ao seu posicionamento atual.

A estratégia consistiu em reinterpretar os principais códigos visuais da marca, simplificando formas, aprimorando a legibilidade e atualizando a tipografia para transmitir mais tecnologia e profissionalismo. O resultado foi uma identidade mais proprietária, versátil e preparada para acompanhar o crescimento da empresa sem perder a conexão com seu público.

Desafio

A Friolar já possuía reconhecimento consolidado em seu mercado, porém sua identidade visual apresentava limitações para acompanhar a evolução da empresa. O desafio foi modernizar a marca sem romper com os elementos que já faziam parte da memória visual dos clientes, preservando sua essência e credibilidade construída ao longo dos anos.

Pesquisa e diagnóstico

O estudo da marca revelou que seu principal ativo era o alto nível de reconhecimento junto ao público. Elementos como a composição tipográfica, a estrutura do símbolo e as cores já estavam fortemente associados à empresa.

Por outro lado, foram identificadas oportunidades de melhoria relacionadas à legibilidade, escalabilidade e consistência visual. A identidade anterior apresentava características visuais datadas e dificuldades de aplicação em diferentes formatos e mídias, limitando seu potencial de crescimento e posicionamento.

Aplicações



Resultados no primeiro ano

- Fortalecimento da presença da marca no mercado
- Aumento da percepção de valor e profissionalismo
- Maior conexão e identificação do público com a marca
- Crescimento médio de 2% ao mês em engajamento digital
- Aumento do faturamento geral, resultando na expansão das operações para mais 2 lojas



INFRA **TEC**

Cliente: InfraTEC

Empresa de serviços construção naval e civil, indústria e comércio, segurança e mais.



Ano
Fevereiro
de 2024



Serviço
Identidade visual
e posicionamento.



Objetivo
Posicionamento da marca
no mercado.



INFRA**TEC**

Conceito e estratégia

A estratégia visual foi desenvolvida para comunicar força e modernidade através de uma linguagem limpa e corporativa.

As cores expressam tecnologia, inovação, confiança, solidez, estabilidade e profissionalismo. A tipografia sem serifa apresenta traços modernos e precisos, reforçando o caráter técnico da empresa e garantindo excelente legibilidade em aplicações físicas e digitais.

O destaque visual dado à palavra "TEC" reforça o posicionamento tecnológico da empresa, criando uma associação imediata entre engenharia, infraestrutura e inovação. A marca foi projetada para funcionar em diversos contextos, desde documentos técnicos e uniformes até veículos, equipamentos industriais, fachadas, materiais institucionais e plataformas digitais.

"Estruturas que conectam engenharia, indústria e tecnologia para construir o futuro." Esse conceito resume a essência da INFRATEC: uma empresa que transforma conhecimento técnico em soluções sólidas, seguras e inovadoras para os mais exigentes segmentos industriais.

Desafio

Desenvolver uma identidade visual capaz de representar a amplitude dos serviços da INFRATEC, atuante nos segmentos petroquímico, offshore, naval, industrial e tecnológico. O principal desafio foi criar uma marca que transmitisse simultaneamente robustez estrutural, capacidade técnica, inovação e confiabilidade, atributos indispensáveis para empresas que executam projetos de alta complexidade e responsabilidade operacional.

Pesquisa e diagnóstico

A pesquisa de mercado identificou que muitas empresas dos segmentos industrial, petroquímico e de engenharia utilizam identidades visuais semelhantes, frequentemente associadas apenas à construção civil ou à indústria pesada. Diante desse cenário, foi desenvolvido um projeto de identidade visual para posicionar a INFRATEC como uma empresa moderna, inovadora e preparada para os desafios da transformação industrial, destacando valores como excelência técnica, segurança, qualidade, inovação e confiabilidade.

O trabalho contemplou a criação completa da identidade corporativa, incluindo logotipo, símbolo, paleta de cores, tipografia e aplicações institucionais e digitais. O principal objetivo foi construir uma marca forte e memorável, capaz de consolidar a INFRATEC como referência em infraestrutura, engenharia e tecnologia, transmitindo credibilidade, alta capacidade técnica, inovação e compromisso com resultados sustentáveis.

Aplicações



Resultados no primeiro ano

- Fortalecimento da presença da empresa
- Aumento da percepção de valor e profissionalismo



Cliente: *Império do Clima*

Rede internacional de lojas de venda de produtos para projetos de refrigeração.



Ano
Fevereiro
de 2025



Serviço
Rebranding, Identidade
visual e posicionamento.



Objetivo
Rebranding e posicionamento
da marca no mercado.

Antes

Depois



Conceito e estratégia

Guiado pelo conceito “Liderança que conecta tecnologia, clima e tradição”, o rebranding do Império do Clima buscou unir os principais atributos da marca: a autoridade representada pelo conceito de império, sua especialização no segmento de climatização e suas raízes históricas. A coroa, elemento já reconhecido pelo público, foi reinterpretada para transmitir mais dinamismo e personalidade, enquanto referências visuais ao universo da refrigeração e aos tradicionais azulejos portugueses — uma homenagem à origem e à herança cultural da empresa — foram incorporadas de forma estratégica para fortalecer sua identidade.

A estratégia consistiu em preservar os elementos de maior reconhecimento da marca original, especialmente a coroa e sua combinação cromática, enquanto a tipografia e a construção visual foram modernizadas para aumentar legibilidade, impacto e diferenciação. O resultado é uma identidade mais contemporânea, equilibrada e memorável, capaz de comunicar liderança, inovação, especialização e tradição, reforçando a credibilidade da marca em todos os seus pontos de contato.

Desafio

O Império do Clima já possuía reconhecimento no mercado de refrigeração, porém sua identidade visual não acompanhava a evolução da empresa e sua atuação em um cenário cada vez mais competitivo. O desafio foi modernizar a marca, fortalecendo sua percepção de profissionalismo e autoridade sem perder os elementos que já faziam parte da sua história e reconhecimento junto aos cliente

Pesquisa e diagnóstico

A análise revelou que a identidade anterior apresentava limitações de legibilidade, personalidade e diferenciação em relação aos concorrentes. Além disso, sua construção visual não comunicava adequadamente atributos como especialização técnica, confiança e alcance de mercado. O diagnóstico apontou a necessidade de criar uma marca mais memorável, moderna e alinhada ao posicionamento da empresa como referência em soluções para climatização e refrigeração.

Aplicações



Resultados nos primeiros 2 anos

- Fortalecimento da presença da marca no mercado
- Aumento da percepção de valor e profissionalismo
- Maior conexão e identificação do público com a marca
- Aumento do faturamento geral, resultando na expansão das operações para outro país.



Cliente: *Genki*

Empresa nos segmentos de engenharia, certificação e serviços técnicos.



Ano
Fevereiro
de 2026



Serviço
Revitalização da Identidade
visual original e reposicionamento.



Objetivo
Posicionamento da marca
no mercado.

Antes



Depois



Conceito e estratégia

O conceito da revitalização foi baseado na evolução da marca por meio do refinamento. Em vez de promover uma ruptura visual, a proposta consistiu em potencializar os elementos já existentes, valorizando o símbolo original e tornando sua comunicação mais clara e eficiente. A nova tipografia e os ajustes de composição criam uma identidade mais moderna, mantendo a personalidade e a essência que já faziam parte da história da empresa.

A estratégia adotada priorizou a preservação dos elementos de maior reconhecimento da marca, ao mesmo tempo em que promoveu melhorias significativas em sua apresentação visual. O símbolo foi refinado para ganhar mais destaque e equilíbrio, enquanto a tipografia foi substituída por uma solução mais contemporânea e legível. A reorganização dos elementos permitiu criar uma hierarquia visual mais eficiente, facilitando a leitura da marca em diferentes formatos e contextos. O resultado é uma identidade mais limpa, profissional e atual, capaz de fortalecer a imagem da Genki sem perder a familiaridade construída junto ao seu público.



Desafio

A Genki Consultoria já possuía uma identidade visual consolidada junto aos seus clientes e parceiros. O principal desafio do projeto foi atualizar a marca sem perder seu reconhecimento de mercado, preservando sua essência e seus elementos mais característicos. A solicitação do cliente consistia em modernizar a identidade, melhorar a legibilidade da marca e conferir uma aparência mais profissional e contemporânea, mantendo a conexão visual construída ao longo dos anos.

Pesquisa e diagnóstico

A análise da marca original identificou oportunidades de aprimoramento relacionadas à hierarquia visual, legibilidade e equilíbrio da composição. O símbolo possuía potencial de reconhecimento, porém a tipografia utilizada apresentava limitações de leitura em diferentes escalas e aplicações. Também foi observado que a composição geral poderia transmitir maior modernidade e sofisticação por meio de ajustes na estrutura visual, sem a necessidade de uma mudança radical na identidade já estabelecida.

Aplicações



Resultados nos primeiros meses

- Fortalecimento da presença da marca no mercado
- Aumento da percepção de valor e profissionalismo
- Maior conexão e identificação do público com a marca


MATERIAL DE APRESENTAÇÃO - *Branding e Rebranding.*





Vamos construir uma marca mais forte para sua empresa?

Se sua empresa precisa de uma identidade visual profissional, embalagens que vendem ou uma estratégia de comunicação mais eficiente, vamos conversar.

 + 55 21 9 8339 0436
CHAME AGORA!

 diegoartistadigital.com.br
SAIBA MAIS!

