



/ MANUAL DE MARCA

Identidade Leads Per Hour

A marca, o sistema de design e a aplicação — tudo que faz a Leads Per Hour ser inconfundível.

/ MARCA

Essência & conceito

A velocidade define o futuro. E nós definimos a velocidade.

O manifesto

Não aceitamos o status quo. Em um mercado onde cada segundo conta, não basta acompanhar o ritmo — é preciso liderar. Da busca do lead ao agendamento da reunião, damos a você **controle total sobre a velocidade do seu crescimento**, sem perder a conexão humana.

Somos a velocidade. Tagline: *"Mais leads, menos esforço. Simples assim."*

O símbolo — o raio

Representa **potência, energia e velocidade**. É formado por **dois "L"** (de *Leads*) que juntos desenham o raio; as pontas deslocadas ao centro sugerem **dois funis** — os leads entram na velocidade de um raio. O "/" de "PER / HOUR" alude à medida de velocidade (km/h).



"...é o raio que **faz o trabalho**."

— Mark Twain, citação-conceito

/ MARCA

Tom de voz

Voz de ferramenta de trabalho de vendas: números, fatos e a próxima ação. Proativa, não reativa.

Moderna

Profissional

Dinâmica

Inspiradora

Confiante

Como falamos

Português do Brasil, direto, sem rodeios. Frases curtas e verbos de ação: "Conectar no LinkedIn", "Enviar WhatsApp", "Ligar", "Ver funil". Inspirador sem ser vazio — fala de velocidade, controle e resultado.

O Oráculo (a camada de inteligência) fala como **analista**, nunca como chatbot. Nada de "Ótima pergunta!".

Evite: jargão corporativo vazio, Title Case em inglês, promessas mágicas.

Persona / ICP

LA

Lucas Almeida

Diretor de Vendas · empresa de tecnologia

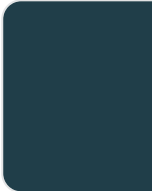
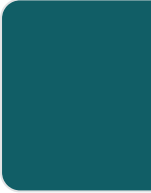
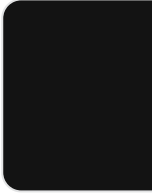
~12 anos liderando times comerciais. Quer ferramentas que otimizem processos, tragam ROI claro e sejam fáceis de implementar.

Escreva o produto para ele.

/ FUNDAMENTOS

Cores institucionais

Base sempre escura (Azul Noite). Laranja Chama é o acento — raro e por isso poderoso. Os frios pertencem ao Oráculo e à informação.

	Laranja Chama #F2552C RGB 242-85-44 · PANTONE 17-1462 TCX · acento primário		Laranja Rubi #D8321A RGB 216-50-26 · PANTONE 18-1561 TCX · gradiente / perigo
	Azul Noite #1D262D RGB 29-38-45 · PMS 433 C · base do tema escuro		Lago Refletido #203E49 RGB 32-62-73 · PANTONE 19-4326 TCX · superfície fria
	Verde água #115E66 RGB 17-94-102 · PMS 5473 C · acento frio (Oráculo)		Obsidiana #131313 RGB 19-19-19 · PANTONE Black 6 C · preto de marca

Superfícies do produto — derivadas do Azul Noite

well #0f1417	bg #141b1f	s1 #1a2229	s2 #1d262d	s3 #26313a
--------------	------------	------------	------------	------------

Cada cor tem régua completa de tons e sombras (0–100%). Tema claro oficial derivado dos tints, para landings, documentos e e-mails.

/ FUNDAMENTOS

Tipografia

Título = Switzer. Corpo e interface = Inter. Todo dado numérico em Switzer tabular.

SWITZER — A VOZ TIPOGRÁFICA

A velocidade define o futuro.

Aa

Regular 400

Aa

Medium 500

Aa

Semibold 600 · títulos

Aa

Bold 700 · números

Aa

Extrabold 800 · display

1.240

tabular nums

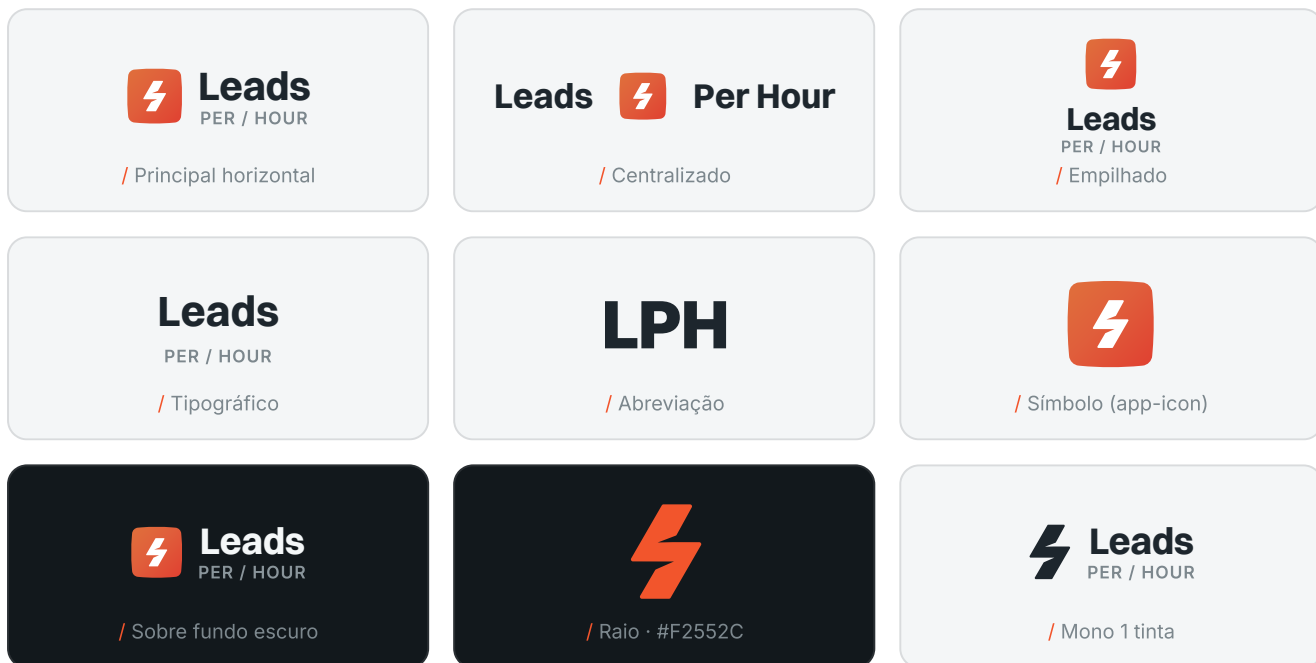
INTER — CORPO & INTERFACE

A plataforma automatiza a pré-venda de ponta a ponta — da geração da lista pelo seu ICP até o agendamento da reunião. Pesos 400/500/600 cobrem parágrafos, rótulos, tabelas, inputs e navegação. Nada abaixo de 11px na interface.

/ FUNDAMENTOS

Logotipos

Uma assinatura, muitas variações — adaptada a todos os formatos. Área de proteção ≈ altura do símbolo; nunca distorcer nem recolorir fora da paleta.



Existem ainda 3 variantes "vivas" do raio (3D, nuvem de pontos e vidro-cristal) para heros, login e momentos de marca — ver o manual digital.

/ SISTEMA

Assinaturas visuais

Quatro elementos tornam uma tela inconfundivelmente LPH. Toda tela deve ter pelo menos dois.

/ COCKPIT · AO VIVO

1 · A barra "/"

De "PER / HOUR" (km/h). Marca rótulos, grupos de navegação e a linha do Oráculo.

2 · A régua espectral

Chama → Rubi → Lago → Verde água. Uma vez por vista, no topo ou sob o título.

1.240**3 · Números em Switzer**

Todo dado relevante em Switzer tabular. É o que faz parecer LPH.

 **AO VIVO****4 · O raio vivo**

O glifo do raio como indicador de atividade — no lugar do pontinho verde genérico.

Princípios

Estrutura por **hairlines**, não caixas. Um só **laranja por vista** (a ação primária). Ícones de traço fino. Profundidade vem de superfícies e linhas, não de sombras. O único gradiente decorativo é o de marca (Chama→Rubi) e a régua espectral.

/ SISTEMA

Componentes

A linguagem de UI em uso, no tema escuro do produto.

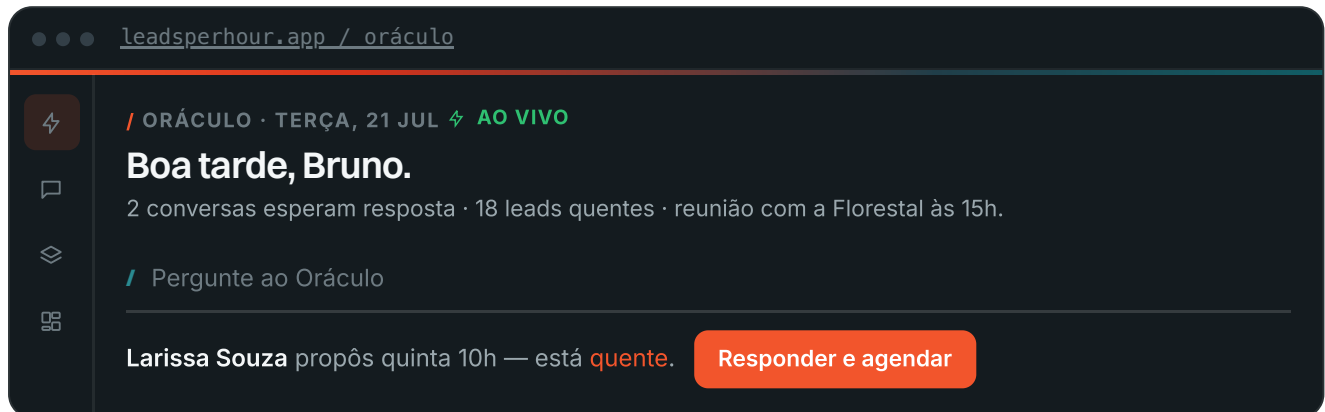


Biblioteca completa (botões, campos, abas, toggle, tabela, #K, toast, estado vazio, gráficos) na skill e no manual digital.

/ APLICAÇÃO

Telas do produto

A identidade aplicada, na direção "Oráculo": operar por intenção, não por navegação.



/ Home = Oráculo: briefing do dia + barra de intenção + ação a um clique.



/ Cockpit: números grandes em Switzer, funil decantado, tudo flat sobre o fundo.

/ PRODUTO

Domínio & direção

A linguagem é parte da marca. O funil decantado é a métrica-mãe.

Lead · pessoa prospectada que ainda não virou reunião

ICP · perfil de cliente ideal que gera as listas

Cadência · sequência automática de toques (e-mail/WhatsApp/ligação IA)

Touch · um contato único num canal

Sinal · evento do lead (abriu, respondeu, sumiu) que dispara ação

Temperatura · quente / morno / frio

Fit · aderência ao ICP, 0–100

Disparo · envio de uma mensagem da cadência

Oráculo · a camada que responde por intenção

Cockpit · telas de monitoramento em tempo real

Leads → Impactado → Conversas → Reuniões

O funil decantado – outbound, em 4 etapas. Gargalo típico: Impactado → Conversas.

Direção de UX: o Oráculo

Pergunte (linguagem natural) · **Briefing** (o sistema diz o que importa hoje) · **Aja** (toda resposta traz uma ação de 1 clique). Rail estreito no lugar da lateral de 21 itens; paleta ⌘K preserva acesso a tudo. Bússola: isto reduz cliques? a próxima ação está a um clique?



Somos a velocidade.

Mais leads, menos esforço. Simples assim.