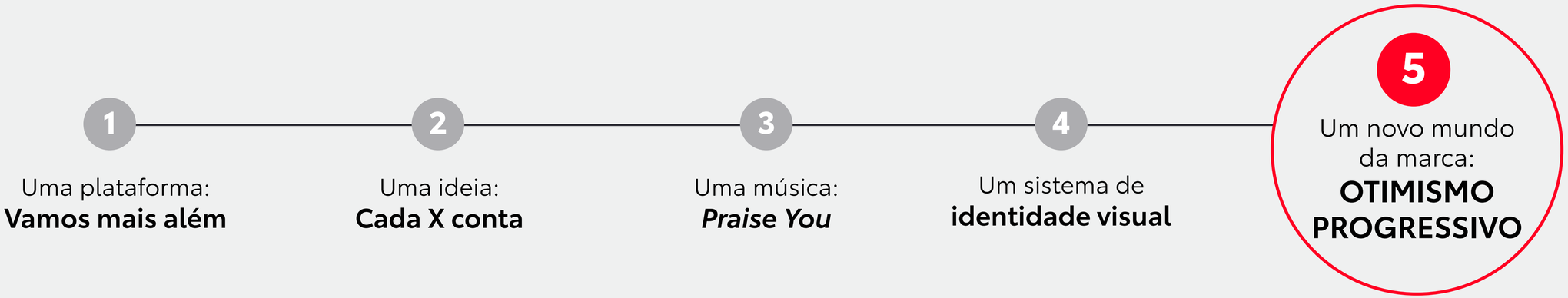
TOYOTA
MUNDO DA MARCA | GUIA

As imagens contidas neste documento destinam-se apenas a uso interno
e a serem utilizadas exclusivamente no âmbito deste kit de ferramentas.
Se forem necessárias imagens noutro local, é necessário obter uma licença.

COMO VAMOS LEVAR A MARCA TOYOTA AINDA MAIS ALÉM?

Com novos ingredientes que, em conjunto, prometem tornar a nossa marca e respetiva comunicação mais consistente, distinta e atrativa.



Uma nova forma de ver o mundo

OTIMISMO PROGRESSIVO

Somos visionários e vemos um futuro melhor à nossa frente.
Mas sem perder o contacto com a realidade ou fazer promessas em vão.

Encaramos com alegria o mundo de hoje e vemos todo o seu potencial de amanhã.
Mas somos suficientemente ponderados para saber que vai ser necessária toda a nossa energia.

As Pessoas

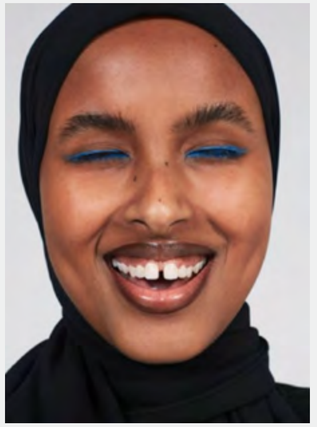
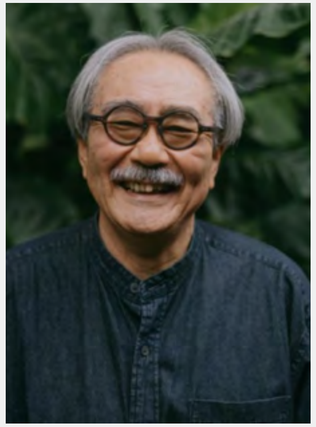
OTIMISMO PROGRESSIVO

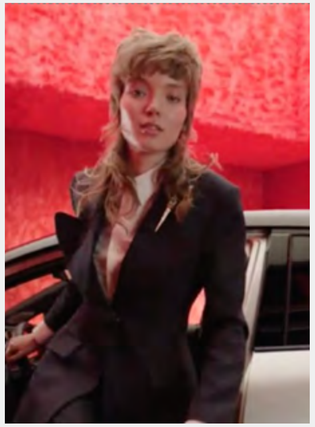
COMO SÃO AS PESSOAS DO NOSSO MUNDO?

COMO SÃO AS PESSOAS DO NOSSO MUNDO?

DIVERSIFICADOS E MODERNOS.

Somos de todas as raças, géneros, idades ou orientações. Sabemos tirar o máximo partido de cada momento e do mundo que nos rodeia.

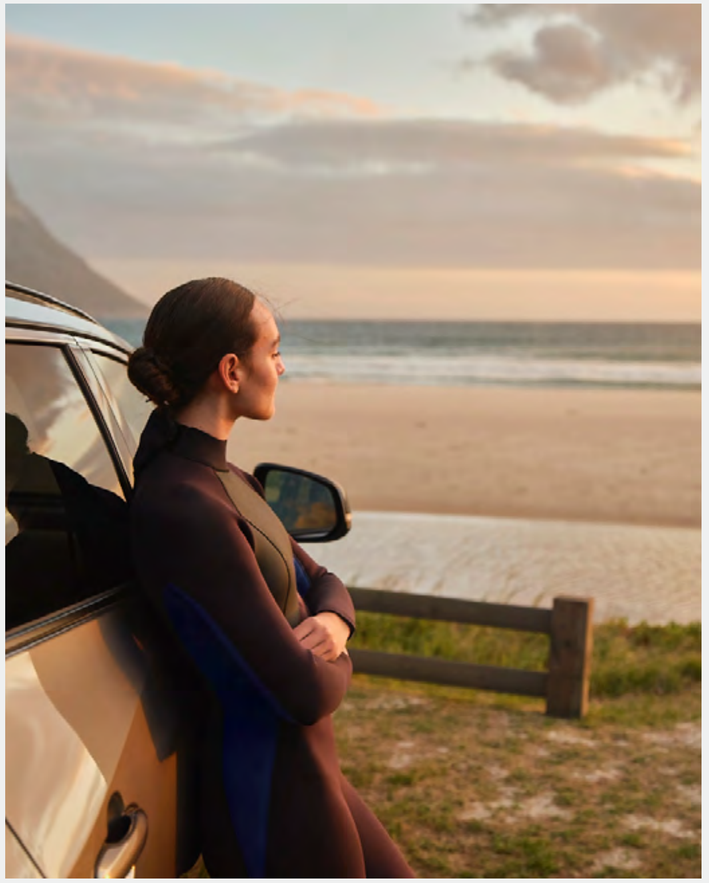





COMO SÃO AS PESSOAS DO NOSSO MUNDO?

AMBICIOSOS MAS NÃO MATERIALISTAS.

Estamos mais preocupados em viver experiências e criar memórias, do que em possuir bens.



COMO SÃO AS PESSOAS DO NOSSO MUNDO?

AUTÊNTICOS E NATURAIS.

Sem sorrisos forçados e com estilo e identidade próprios.

COMO SÃO AS PESSOAS DO NOSSO MUNDO?

POSITIVOS
E CONFIANTES.

Na atitude, na energia e na forma de vestir: moderna e intemporal, mas com toques de irreverência.

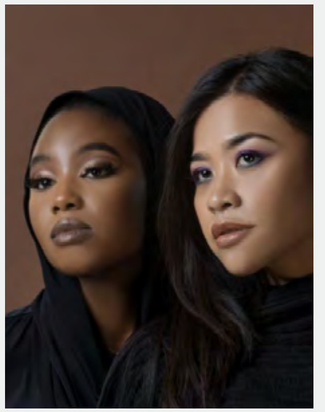
❌ E O QUE NÃO SOMOS?

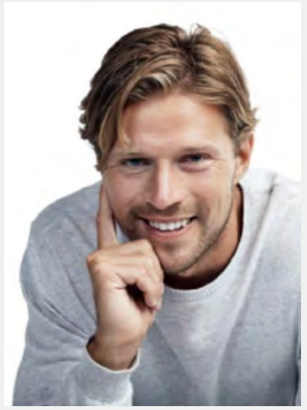
- “Modelos” apenas atraentes e sem personalidade, excessivamente falsos ou antinaturais. As pessoas não são peças de exposição.

- Pessoas que usam cores muito extravagantes ou demasiado escuras e sombrias, a menos que a situação o exija.

- Pessoas com atitudes cliché e gestos estereotipados, pouco naturais e credíveis.

- Pessoas com comportamento negativos, sinistros e imprudentes.





Os Ambientes

OTIMISMO PROGRESSIVO

COMO SÃO OS ESPAÇOS NO NOSSO MUNDO?

COMO SÃO OS ESPAÇOS NO NOSSO MUNDO?

Sejam edifícios ou espaços abertos, todos os nossos ambientes devem ser tão inspiradores quanto aspiracionais, complementando o dinamismo e a personalidade do automóvel.

É importante optar por imagens de locais simples e acolhedores, com elementos de modernidade, criatividade e natureza.

❌ ESPAÇOS A EVITAR

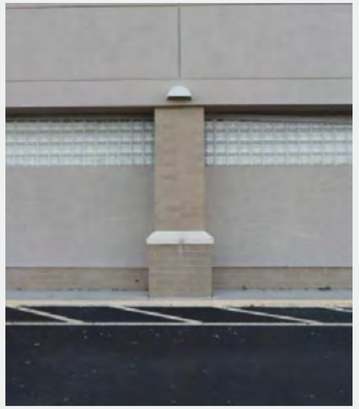
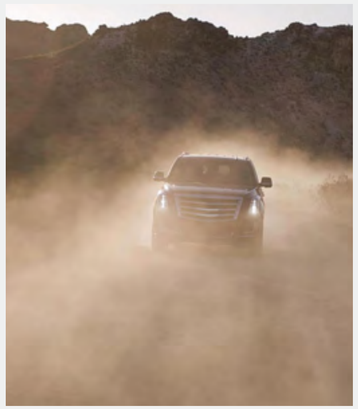
- Ambientes EXTRAVAGANTES, coloridos e opulentes.

- Locais DEGRADADOS, escuros, sombrios e desagradáveis.

- Espaços demasiado antigos, tradicionais ou HISTÓRICOS.

- Não confundir minimalismo com ESPAÇOS FRIOS e aborrecidos.

- Estradas perigosas, estreitas, lamacentas ou com poeira (exceto nos modelos mais *offroad*).

O Produto

OTIMISMO PROGRESSIVO

COMO EXPOMOS O PRODUTO NO NOSSO MUNDO?

COMO EXPOMOS O PRODUTO NO NOSSO MUNDO?

Apresentar os nossos automóveis como uma escolha atrativa, progressiva e de alta qualidade é essencial.

Para isso, focamo-nos nos aspetos de design mais inovadores e realçamos a qualidade dos materiais e da construção.

COMO EXPOMOS O PRODUTO NO NOSSO MUNDO?

A pintura deve ser viva, lustrosa e naturalmente brilhante, enquanto os pormenores metálicos deverão ser nítidos e engenhosamente projetados.

Os materiais e detalhes interiores devem transmitir uma sensação agradável ao toque.

❌ COMPOSIÇÕES E DETALHES DO PRODUTO A EVITAR

- Mostrar demasiadas características do interior ou exterior do carro numa só imagem, tornando-o confusa e desorganizada.

- Mostrar pormenores técnicos demasiado mecânicos.

- Usar planos do carro com ângulos excessivamente inclinados ou forçar perspetivas em planos de fundo ou de 1º plano.

- Excesso de retoques na imagem, fazendo-as parecer falsas ou datadas. Por exemplo: dessaturar as cores, abusar do estilo HDR ou pintar reflexos no automóvel.

- Exagerar no desfoque de movimento do carro na estrada.

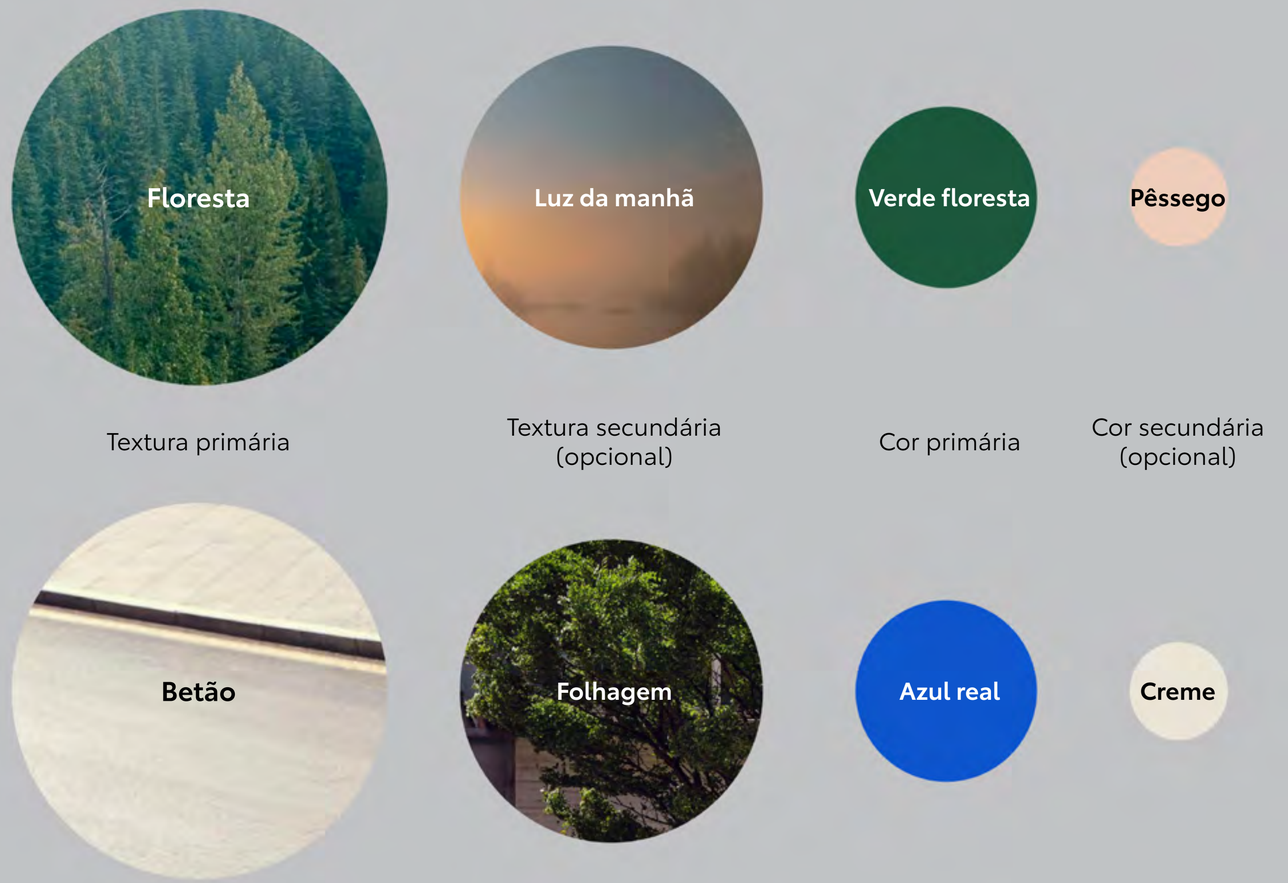
As Paletas

OTIMISMO PROGRESSIVO

COMO COMBINAMOS CORES E TEXTURAS NO NOSSO MUNDO?

COMO COMBINAMOS CORES E TEXTURAS NO NOSSO MUNDO?

Construídas a partir da combinação de diferentes texturas e cores, as paletas são uma forma de **interligar e diferenciar as nossas campanhas**, sem deixar de fazer parte do mundo da marca.



COMO COMBINAMOS CORES E TEXTURAS NO NOSSO MUNDO?

Na sua composição, podem variar entre **2** até **4 elementos**: uma textura e uma cor primárias e, adicionalmente, uma textura e uma cor secundárias. Para criar **atmosferas distintas** entre os vários modelos da gama, podemos harmonizar ou contrastar os elementos entre si.

A cor da pintura do carro não tem de ser uma das cores da paleta, mas deve estar em sintonia e ajudar a exibi-lo.

Floresta, Luz da manhã, Verde floresta, Pêssego

Cidade limpa, Azul reflexo, Creme

Betão, Prateado, Laranja

Floresta, Verde floresta

TOYOTA VAMOS MAIS ALÉM