

PROJETO DE IDENTIDADE VISUAL

Fases dessa apresentação

FASE 01

Estratégia de marca

FASE 02

Soluções visuais

FASE 03

Aplicações reais

FASE 01

Estratégia de marca

CÍRCULO DOURADO

POR QUE

Criar produtos autênticos que celebram o verdadeiro espírito do surf, promovendo experiências genuínas de conexão com o oceano e inspirando uma vida mais livre e significativa.

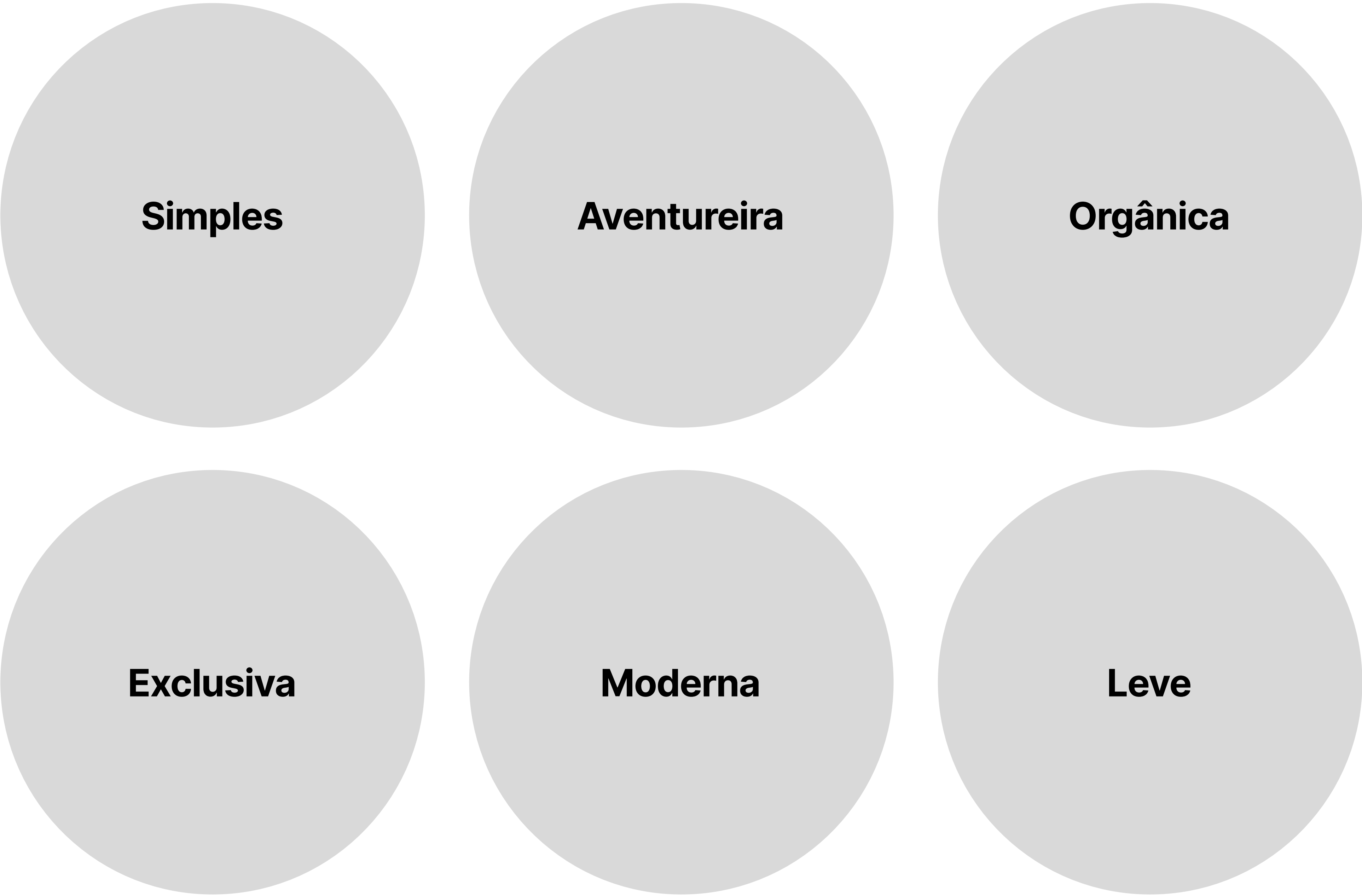
COMO

Através de uma conexão autêntica com a cultura do surf, criando produtos de qualidade premium e um estilo de vida que valoriza experiências acima de posses materiais.

O QUE

Uma marca de roupas e acessórios de surfwear.

ATRIBUTOS DA MARCA



POSICIONAMENTO

Living to the Fullest.

A NoCrowd Co. se posiciona como uma marca independente e premium de surfwear, criada por surfistas para surfistas. Fundada em 2018 por Nathan Kawani, um ex-surfista profissional que competia no circuito brasileiro, a marca evoluiu de um projeto pessoal para uma marca de lifestyle aspiracional com ambições globais. Seu posicionamento é construído sobre a conexão autêntica com a cultura do surf, produtos de qualidade premium e um estilo de vida que valoriza experiências acima de posses materiais.

Promessa

***Inspirar pessoas a buscarem momentos
autênticos de conexão com a natureza através
da cultura do surf.***

A NoCrowd Co. fundamenta-se em valores que transcendem o simples ato de surfar. A marca abraça um lifestyle que celebra a liberdade, a busca por aventuras e a valorização de experiências sobre bens materiais. Este DNA se manifesta em sua filosofia "Living to the Fullest".

Além disso, posiciona-se como uma marca independente em um momento estratégico do mercado, onde grandes marcas tradicionais do segmento enfrentam desafios significativos. Este cenário abre espaço para marcas autênticas, criadas por surfistas para surfistas, que entendem profundamente as necessidades e desejos de seu público.

A marca se destaca por:

- Criação de produtos com narrativas significativas
- Design colaborativo com artistas da comunidade
- Autenticidade garantida pela liderança de um ex-atleta profissional
- Foco em exclusividade e qualidade superior

ARQUÉTIPO



Alex Honnold (Primeiro a escalar El Capitan sem cordas)

EXPLORADOR

O arquétipo do Explorador é perfeitamente alinhado com a essência da NoCrowd Co., pois captura sua busca por autenticidade, liberdade e conexão com experiências genuínas. Este arquétipo permite que a marca mantenha sua autenticidade enquanto cresce globalmente, sempre focada em inspirar e equipar aqueles que buscam suas próprias ondas perfeitas, seja literal ou metaforicamente.

PÚBLICO

O público da NoCrowd Co. é diversificado, mas bem definido, abrangendo homens e mulheres entre 25 e 45 anos, com poder aquisitivo elevado. O perfil pode ser segmentado em diferentes personas:

Perfil masculino:

- Surfistas ativos que valorizam o lifestyle de viagens e aventuras
- Profissionais bem-sucedidos que podem custear viagens regulares
- Entusiastas do surf que, mesmo morando longe do litoral, mantêm conexão com o esporte
- Apreciadores da cultura do surf que buscam pertencimento à comunidade

Perfil feminino:

- Surfistas ativas, desde iniciantes até experientes
- Profissionais, especialmente da área de marketing e comunicação
- Mulheres que valorizam um estilo de vida saudável e conectado à natureza
- Universitárias e jovens profissionais que se identificam com o lifestyle praiano



- O público busca conexão com a natureza, experiências autênticas, valorizam a liberdade e apreciam momentos únicos
- Buscam por produtos que reflitam autenticidade, conexão genuína com a comunidade e gostam de expressar sua identidade através das marcas que consomem.
- Adoram o universo do surf, viagens, fotografia, sustentabilidade e a vida ao ar livre.
- Têm preferência por produtos premium e exclusivos, valorizam marcas autênticas e estão dispostos a investir em produtos de qualidade.



JAMES COOPER

Biólogo Marinho e Instrutor de Surf

Idade 31 anos

Cidade Byron Bay, Austrália

Perfil

Surfista expert e ativista ambiental, líder natural na comunidade local de surf. Divide seu tempo entre pesquisa marinha e ensino de surf avançado. Valoriza sustentabilidade e autenticidade.

Objetivos

- Desenvolver projetos de preservação marinha
- Expandir sua escola de surf sustentável
- Influenciar positivamente a comunidade do surf

Desafios

- Encontrar marcas que conjuguem performance e sustentabilidade
- Combater o greenwashing na indústria do surf
- Equilibrar ativismo ambiental com crescimento comercial

Conexão com a NoCrowd

A marca representa seus valores de autenticidade e sustentabilidade, oferecendo produtos premium que respeitam o meio ambiente e a cultura do surf.



MIGUEL ANDRADE

Empresário de Tecnologia

Idade 34 anos

Cidade Florianópolis, Brasil

Perfil

Surfista avançado e empreendedor bem-sucedido. Pratica regularmente antes do trabalho e realiza frequentes viagens de surf. Valoriza exclusividade e qualidade.

Objetivos

- Manter equilíbrio entre carreira e lifestyle do surf
- Explorar destinos de surf exclusivos
- Conectar-se com comunidade premium do surf

Desafios

- Encontrar produtos que transicionem entre praia e trabalho
- Diferenciar-se do surfista comum
- Acessar experiências exclusivas de surf

Conexão com a NoCrowd

A marca oferece o status e exclusividade que busca, com produtos premium que refletem seu lifestyle sofisticado.



LAURA MENDES

Diretora de Arte

Idade 29 anos

Cidade Rio de Janeiro, Brasil

Perfil

Apaixonada pelo lifestyle praiano e cultura do surf. Ainda não surfa regularmente, mas é influente na comunidade criativa e preza pelo lifestyle autêntico. Produz conteúdo relacionado à cultura do surf e vida praiana.

Objetivos

- Começar a praticar surf regularmente
- Criar conteúdo autêntico sobre a cultura do surf
- Conectar-se mais profundamente com a comunidade

Desafios

- Superar a intimidação inicial com o esporte
- Encontrar sua identidade autêntica na cultura do surf
- Diferenciar-se de influencers superficiais

Conexão com a NoCrowd

A marca oferece uma porta de entrada autêntica para a cultura do surf, permitindo expressar seu amor pelo lifestyle mesmo sendo iniciante.



MARINA COSTA

Analista de Marketing Digital e
Estudante de Publicidade

Idade 24 anos

Cidade Florianópolis, Brasil

Perfil

Surfista intermediária há 3 anos, divide seu tempo entre faculdade, trabalho remoto e surf. Pratica yoga, meditação e preza por alimentação saudável. Ativa nas redes sociais compartilhando seu estilo de vida praiano e sustentável.

Objetivos

- Construir carreira que permita flexibilidade para surfar
- Desenvolver projetos que unam marketing e surf
- Inspirar outras jovens a adotarem lifestyle saudável

Desafios

- Equilibrar estudos, trabalho e surf
- Viajar com mais frequência
- Encontrar marcas que representem seus valores de forma autêntica

Conexão com a NoCrowd

A marca representa o lifestyle que ela vive e promove, permitindo expressar sua identidade através de produtos que combinam qualidade e autenticidade.

BENEFÍCIOS RACIONAIS

BENEFÍCIOS EMOCIONAIS

Design exclusivo:
Estampas únicas criadas por
artistas locais da cena do surf

Expressão Artística:
Conexão com a arte
local e cultura do surf

Materiais Premium:
Tecidos de alta qualidade selecionados
para conforto e durabilidade

Exclusividade:
Sensação de ter peças únicas e
diferenciadas

Edições Limitadas:
Produtos em quantidade reduzida
garantindo exclusividade

Lifestyle Autêntico:
Expressão genuína do estilo de
vida do surf

Modelagem Moderna:
Cortes atuais que valorizam
diferentes tipos de corpo

Pertencimento:
Fazer parte de uma comunidade
que valoriza arte e surf

Variedade:
Linha completa com camisetas,
croppeds e moletons

Identidade Premium:
Uso de produtos que refletem
qualidade e bom gosto

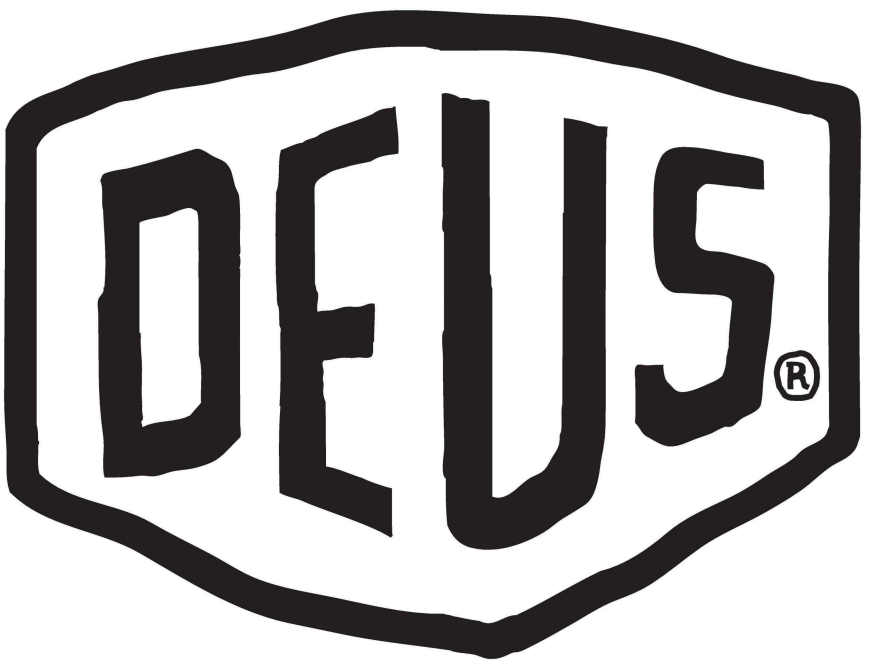
CONCORRENTES

BANKS JOURNAL

Rhythm.



AFENDS



Katin

Vantagens Competitivas da NoCrowd Co

Autenticidade

- Fundada por ex-atleta profissional
- Conexão genuína com a cultura do surf
- Histórias e narrativas significativas

Posicionamento Único

- Foco em experiências sobre materialismo
- Produtos exclusivos e de qualidade
- Design colaborativo com artistas

Potencial de Crescimento

- Plano de expansão internacional estruturado
- Forte presença digital dos fundadores
- Modelo de negócio escalável

Oportunidades de Diferenciação

Comunidade

- Desenvolvimento de comunidade engajada
- Eventos exclusivos
- Conteúdo autêntico

Produto

- Coleções limitadas
- Colaborações com artistas
- Qualidade premium

Experiência

- Foco em lifestyle
- Conexão com destinos de surf
- Storytelling autêntico

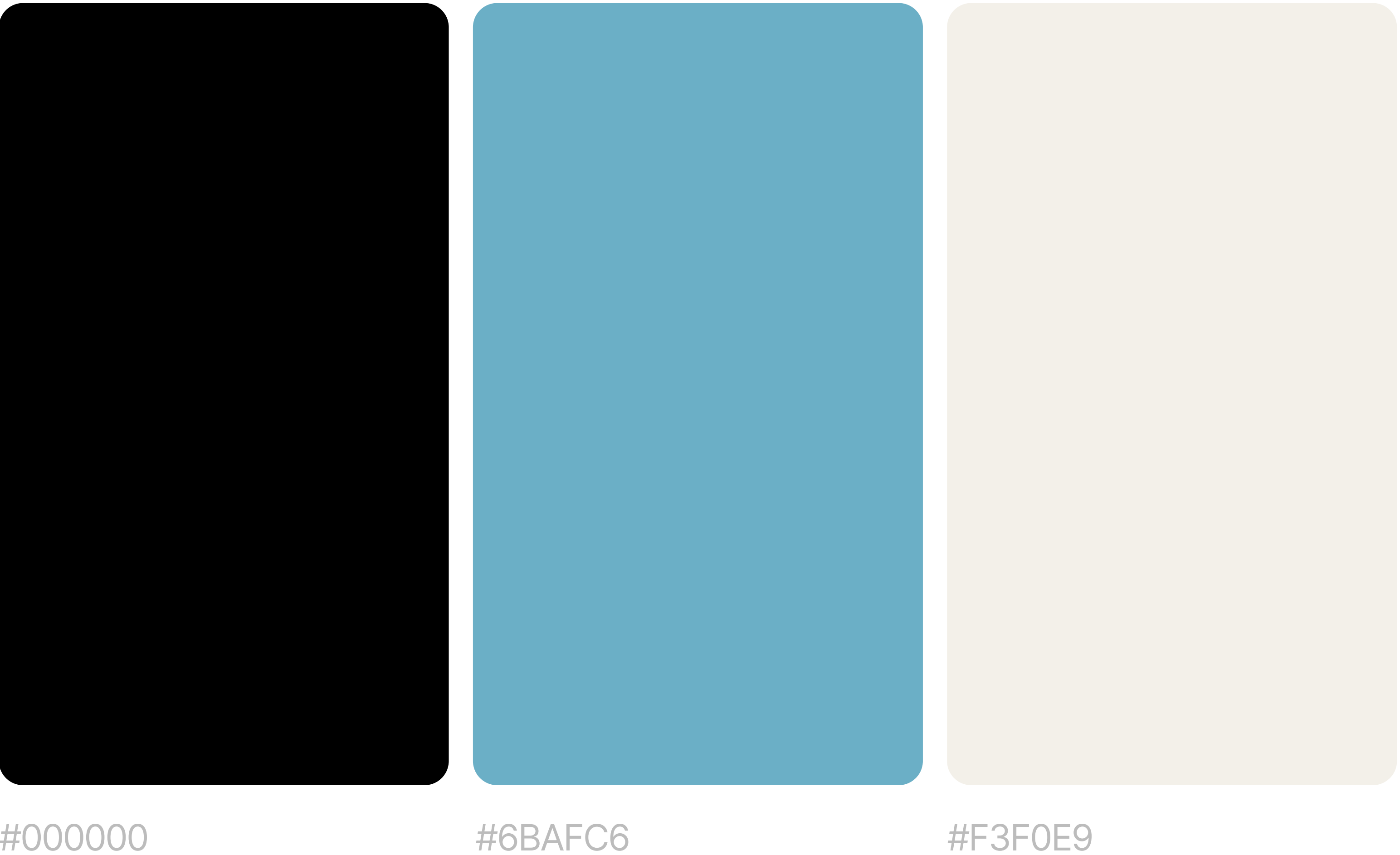
FASE 02

Soluções visuais

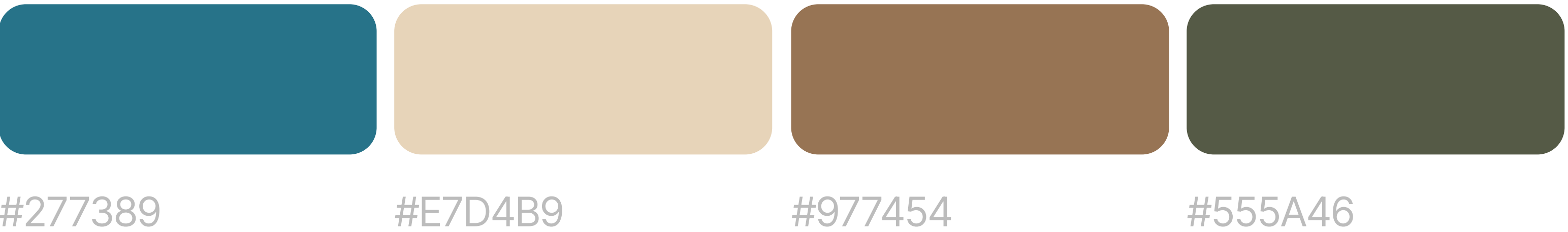
PALETA DE CORES

A paleta de cores foi estrategicamente concebida para refletir tanto a sofisticação da marca quanto sua conexão autêntica com o universo do surf, evitando clichês comumente associados ao segmento. O preto como cor dominante estabelece um posicionamento premium e atemporal, enquanto o azul suave traz a essência do oceano de forma sutil e moderna. O off-white complementa a tríade principal, remetendo à areia e trazendo a leveza necessária para equilibrar a composição. As cores secundárias - que incluem tons terrosos e um verde musgo - criam profundidade e versatilidade ao sistema, permitindo aplicações diversas sem perder a coerência visual.

Cores principais



Cores secundárias



TIPOGRAFIA

A tipografia é a voz da marca.

A estratégia aqui é que essa voz transmita autenticidade e simplicidade, por isso como fonte principal optamos por uma sans-serif moderna e premium com um design clean e minimalista que representa a busca pela simplicidade. Já a tipografia secundária, é handmade, tem personalidade e fluidez, mas mantém legibilidade e sofisticação.

Afacad

A NoCrowd representa um estilo de vida que celebra a originalidade e a conexão com o mar.

ManSalva

Living to the fullest

LOGOTIPO

1. Tipografia: Fonte sem serifa limpa e moderna, com espaçamento bem definido e alinhamento preciso.

- **Impacto:** Transmite profissionalismo e sofisticação mantendo força visual

2. Composição: Layout horizontal limpo, com respiro entre os elementos e hierarquia clara

- **Impacto:** Mais versátil para aplicações em diferentes contextos e mídias

3. Contraste e Equilíbrio: Pesos visuais bem distribuídos, criando equilíbrio entre texto e símbolo

- **Impacto:** Aspecto mais profissional e pensado

4. Versatilidade: Funciona bem em diferentes escalas e aplicações devido à sua clareza

- **Impacto:** Mais adequada para um posicionamento premium e global

O objetivo foi elevar o aspecto visual da marca mantendo sua identidade core (através do tridente), mas apresentando-a de uma forma mais madura e sofisticada. A nova versão:

- É mais adequada para um posicionamento premium
- Mantém a personalidade da marca de forma mais refinada
- Tem maior potencial para expansão internacional
- Transmite mais credibilidade e profissionalismo

A atualização representa uma evolução natural da marca, respeitando sua história, mas preparando-a para uma nova fase de crescimento e posicionamento premium.

A black and white photograph of a surfer riding a wave. The surfer is in the center, leaning forward, with their surfboard cutting through the water. The wave is breaking to the left, creating a large splash. The background shows a calm sea and a distant shoreline with trees under a clear sky. Overlaid on the image is the text 'NO ⚡ CROWD' in a bold, white, sans-serif font. The lightning bolt symbol is positioned between the words 'NO' and 'CROWD'.

NO ⚡ CROWD

FASE 03

Aplicações reais

Mermaids are
true locals

NO ⚡ CROWD

NO ⚡ CROWD

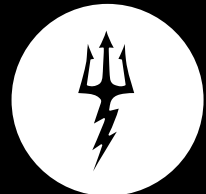
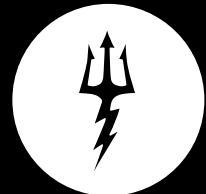







Living to the fullest







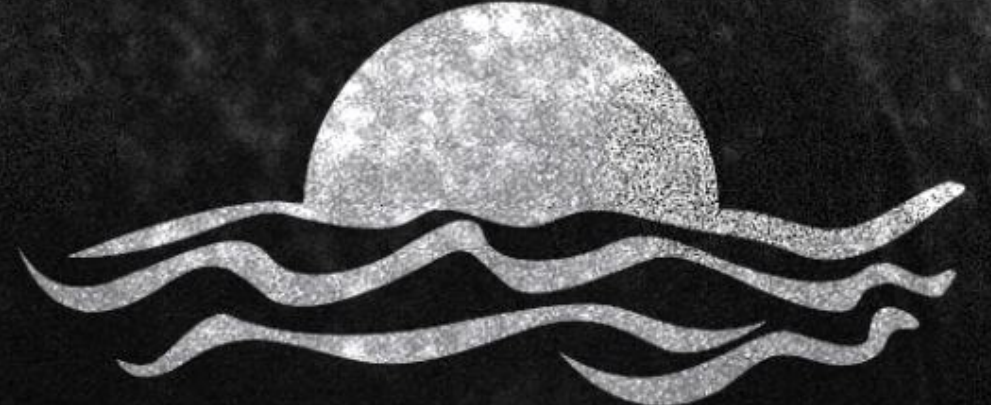
Mermaids are
true locals



NO  CROWD






Living to the fullest



NO ⚡ CROWD



Mermaids are
true locals



NO ⚡ CROWD





NO  CROWD

Loja

Produtos

| [Categorias](#)

Sobre nós





Mermaids are
true locals



Living to the fullest



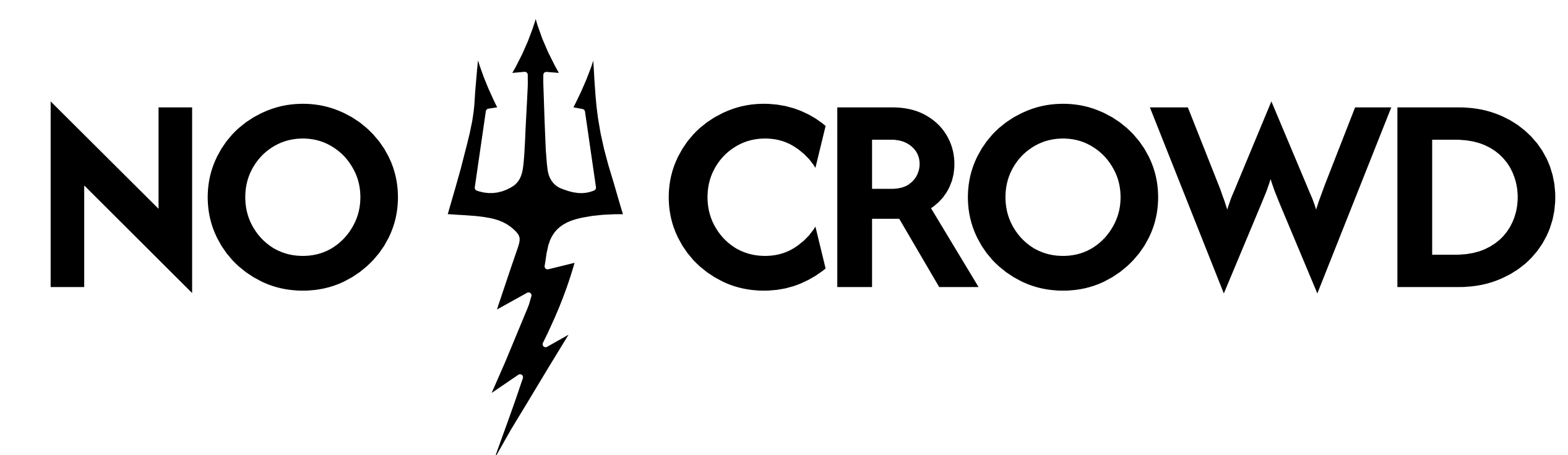
NO  CROWD




Living to the fullest







OBRIGADO