

O Método Founder

Como uma marca deixa de ser aparência e vira sistema.

CLAREZA

CONSISTÊNCIA

SOFISTICAÇÃO



Marca sem método
não é marca, é ruído
com logotipo.

CONTEXTO

Método vence talento isolado

Não falta talento no mercado. Falta um sistema que faça o talento render de novo, e de novo.

O1

Talento resolve uma peça

Uma boa mão resolve o problema que está na mesa hoje. Ela entrega qualidade — e entrega uma vez.

O2

Método resolve as próximas mil

O método transforma a decisão que deu certo em regra. A partir daí, ela se repete sem depender de quem executa.



Os três pilares

Clareza, consistência e sofisticação. Não são adjetivos de gosto — são os critérios que decidem cada peça.

O que sustenta o método

O1

Clareza

Decidir antes de desenhar. Uma marca clara sabe o que é e, principalmente, o que não é.

O2

Consistência

Repetir a decisão sem exceção. É a repetição, e não a novidade, que constrói reconhecimento.

O3

Sofisticação

Subtrair. Tirar tudo o que não sustenta a mensagem — o que sobra é o que convence.

Decisão antes de estética

Estética sem decisão é chute com bom gosto. Acerta uma vez; não acerta sempre.

A pergunta errada

“Qual fonte, qual cor, qual referência?” Começa pelo acabamento e discute gosto para sempre.

A pergunta certa

“O que esta marca precisa provar?” Começa pelo critério e a forma vira consequência.

O que a clareza elimina

Retrabalho, reunião sobre preferência pessoal e a peça que “ficou bonita, mas não parece a gente”.

O que a clareza entrega

Um critério que qualquer pessoa da equipe consegue aplicar sem pedir autorização.

Como o método vira design system

Uma cadeia curta, sempre na mesma ordem. Nada aqui depende de memória ou de bom senso.

O1

Decisão

O que a marca escolhe ser — e o que recusa ser.

O2

Regra

A decisão escrita de forma que não admita interpretação.

O3

Token

A regra virada valor único, com nome. Ninguém digita à mão.

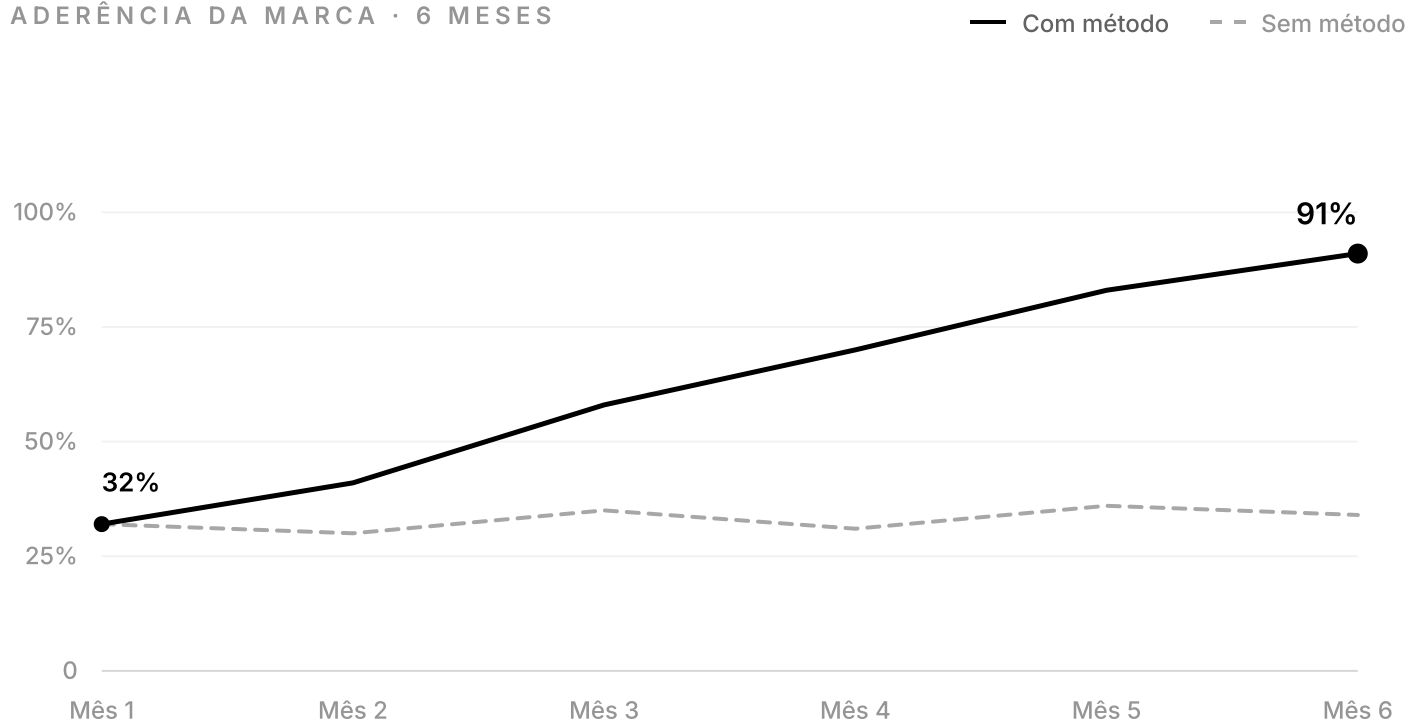
O4

Componente

A peça pronta. A marca deixa de ser lembrada e passa a ser usada.

O que muda quando existe método

ADERÊNCIA DA MARCA · 6 MESES



+59 p.p.

de aderência da marca em seis meses de método.

1 de 3

era o ponto de partida: só uma peça em cada três nascia dentro do padrão.

O

peças recomeçadas do zero depois que a decisão virou token.

A marca é um ativo,
não uma despesa.

Despesa se gasta e some. Ativo se constrói e permanece — cada
decisão fica, cada peça reforça a anterior.

Comece pelo diagnóstico

Uma conversa para olhar o que já existe e mapear as decisões que ainda faltam.

O1

O que já existe

O2

O que se repete

O3

O que se contradiz

O4

O que decidir primeiro