

# Internet Innovation

TRÁFEGO PAGO · AUTOMAÇÃO · IA APLICADA

# Brandbook

v4.0

Estratégia sênior.  
Operação inteligente.

SISTEMA DE IDENTIDADE E POSICIONAMENTO · 2026

# Da escola digital à operação sênior

A identidade evolui para representar o presente sem apagar o patrimônio visual.

## ORIGEM

### Internet Innovation

Digital Business School consolidou reconhecimento e autoridade educacional. O símbolo Nexo II e o sistema visual permanecem intactos.

## AGORA

### Internet Innovation

Operação sênior de tráfego pago, automação e IA aplicada. Mudou o complemento; não mudou o desenho da marca.

# Competência sênior ampliada por automação e IA.

A Internet Innovation não precisa crescer em estrutura para crescer em capacidade.

## IDEIA CENTRAL

# Estratégia sênior. Operação inteligente.

### PROPÓSITO

Ajudar empresas a vender mais e operar melhor usando mídia, automação e IA de forma prática.

### MISSÃO

Entregar aquisição e eficiência com contato sênior, clareza e tecnologia aplicada ao que importa.

### VISÃO

Construir uma empresa enxuta, lucrativa e altamente alavancada por automação e IA.

## REGRA DA MARCA

Tecnologia só entra quando aumenta capacidade, velocidade, margem ou qualidade da entrega.

# Não vendemos “tecnologia”. Aplicamos tecnologia ao que move o negócio.

A promessa é concreta: aquisição, eficiência e execução próxima ao especialista.

## PARA QUEM

Empresas que precisam gerar demanda, vender melhor e reduzir trabalho manual sem criar uma estrutura interna complexa.

## O QUE ENTREGAMOS

Tráfego pago, automações, agentes de IA, sites e landing pages combinados conforme a necessidade real.

## COMO PROVAMOS

Execução prática, 25 anos de trajetória digital, acompanhamento sênior e entregas observáveis.

## O QUE REJEITAMOS

Hype de IA, promessas fáceis, tecnologia por vaidade e aparência de agência gigante.

## DECLARAÇÃO DE POSICIONAMENTO

A Internet Innovation é uma operação sênior que combina tráfego pago, automação e IA aplicada para ajudar empresas a vender mais e operar melhor.

# Uma empresa, marcas com funções diferentes

A arquitetura protege a clareza comercial: cada marca lidera apenas no contexto em que possui maior força.



Regra: o contexto define a marca protagonista. O endosso nunca compete com a oferta principal.

# Fábio JP Educação e Internet Innovation

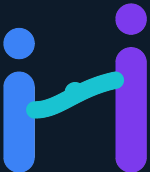
As marcas compartilham princípios, mas não precisam compartilhar a mesma aparência.

Fábio JP  
EDUCAÇÃO

UMA MARCA DA INTERNET INNOVATION

PRINCIPAL EM EDUCAÇÃO

Próxima, didática e humana. A autoridade do professor conduz a decisão.

 Internet Innovation  
TRÁFEGO PAGO · AUTOMAÇÃO · IA APLICADA

PRINCIPAL EM AGÊNCIA E CORPORATIVO

Estratégica, precisa e tecnológica. A empresa e o método conduzem a decisão.

PONTO DE CONEXÃO

Inter no corpo de texto, base escura, clareza editorial e o ciano como ponte visual — sem copiar a paleta educacional.

# Séria sem ser fria. Inovadora sem fazer hype.

A voz é a de um parceiro executivo que transforma complexidade em decisão.

## Estratégica

Conecta ação a caixa, lucro e aquisição.

## Precisa

Explica números, riscos e próximos passos.

## Prática

Prefere sistema funcionando a teoria ornamental.

## Tecnológica

Usa IA e automação quando melhoram o resultado.

## Sóbria

Evita exageros, promessas fáceis e urgência artificial.

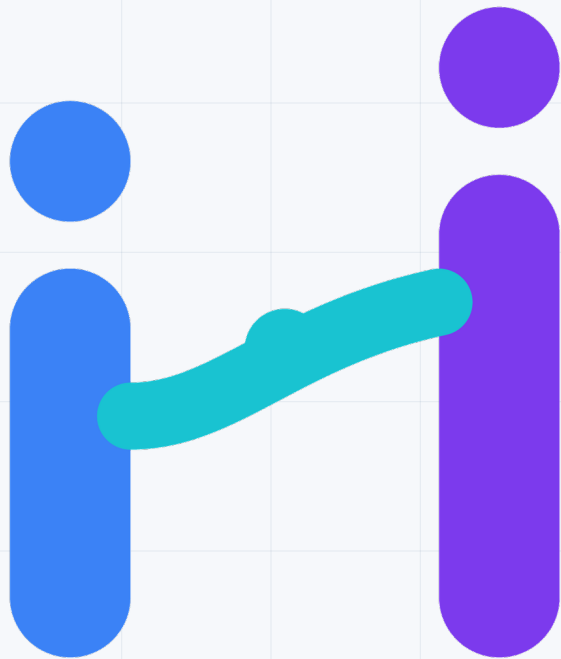
## Clara

Fala de forma direta, sem jargão vazio.

*“Especialista na frente. Automação no bastidor.”*

# Nexo II

Um monograma que representa dois “i”, conexão entre sistemas e movimento de crescimento.



A herança foi preservada como ideia e desenho.



Dois pilares

Representam Internet + Innovation e a união entre estratégia e execução.



Conexão ascendente

Mostra que crescimento acontece por integração, não por ações isoladas.



Nó central

Simboliza inteligência, decisão e aprendizado do sistema.



Forma simples

Funciona como ícone, favicon, avatar, selo e animação.

# Sistema de assinaturas

A assinatura principal é horizontal. O símbolo isolado aparece apenas quando o contexto já identifica a marca.



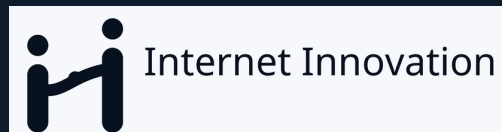
ASSINATURA PRINCIPAL · FUNDO ESCURO



ASSINATURA PRINCIPAL · FUNDO CLARO



MONOCROMÁTICA CLARA



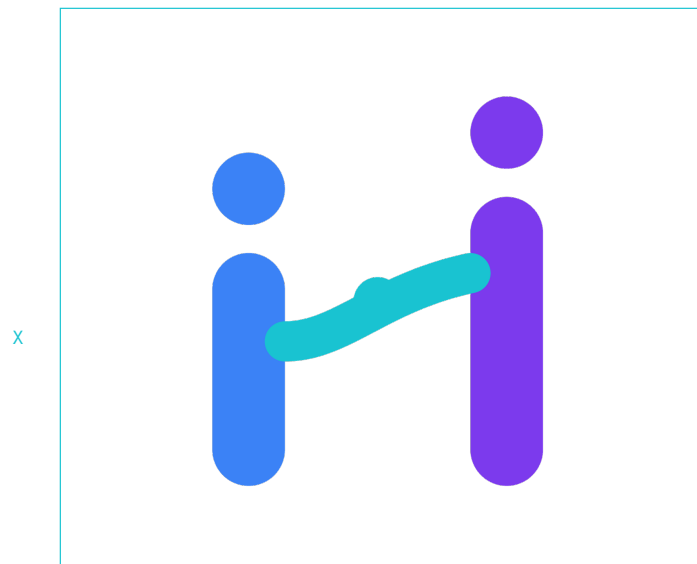
MONOCROMÁTICA ESCURA



SÍMBOLO ISOLADO

# Respiro, mínimos e integridade

A consistência do sistema depende mais de disciplina do que de efeitos visuais.



Área de respiro mínima = metade da largura de um pilar.

## Tamanho mínimo

Símbolo: 24 px em tela e 8 mm em impressão. Assinatura horizontal: 120 px em tela.

## Contraste

Aplicar apenas em fundos com contraste suficiente. Em fotografia, usar placa de proteção.

## Nunca fazer

Distorcer, inclinar, aplicar sombra, alterar proporções ou usar cores fora da paleta.

## Evitar

Usar o símbolo ao lado de outra marca com o mesmo peso ou em peças visualmente carregadas.

# Tecnologia com sobriedade

O escuro estrutura. O azul ativa. O violeta explora. O ciano conecta.

Core

60%

#07111F

Base, senioridade e foco

Night

15%

#0D1B2A

Superfícies e profundidade

Cloud

15%

#F6F8FB

Clareza e respiro

Electric

6%

#3B82F6

Aquisição e ação

Vector

3%

#7C3AED

IA e experimentação

Bridge

1%

#19C3D1

Automação e conexão

Diretriz: violeta sinaliza IA e exploração; ciano sinaliza automação e conexão; azul é a principal cor de ação.

# Uma família clara, três funções

A tipografia conecta a marca corporativa à Fábio JP Educação sem tornar as identidades iguais.

INTER DISPLAY

## Títulos e mensagens de impacto

Pesos 600–800. Frases curtas, conclusivas e com forte contraste.

INTER

## Textos e interfaces

Alta legibilidade em propostas, páginas, relatórios, apresentações e materiais educacionais.

Uso controlado para dados e tecnologia. Nunca em parágrafos longos.

NOTO SANS MONO

MÉTRICAS · RÓTULOS

CPA R\$ 184

ROAS 4,7x

STATUS EM OTIMIZAÇÃO

FLOW ATIVO

# Rede, fluxo e aprendizado

A identidade visualiza como conectamos sinais, criamos sistemas e melhoramos resultados.



Regra: cada peça deve ter um único caminho visual principal. Complexidade só aparece quando melhora a compreensão.

# Pessoas reais, telas reais, operação real.

A fotografia deve provar experiência e execução — não ilustrar “o futuro da IA”.

01

## Fábio em decisão

Reuniões, análise, configuração, apresentação e contato com clientes.

02

## Operação em contexto

Campanhas, automações, mensagens, dashboards e páginas como parte do trabalho.

03

## Educação real

Aulas, alunos, bastidores, exercícios e materiais da Fábio JP Educação.

04

## Evitar clichês

Robôs humanoides, cérebros brilhantes, hologramas e código hacker.

Preferência: material próprio > prints reais > gráficos próprios > ilustração. IA generativa apenas quando não houver alternativa melhor.

# A marca em ação deve parecer enxuta, sênior e útil.

Exemplos de composição para site, proposta e comunicação comercial.



Tráfego pago, automação e IA  
para vender mais e operar melhor.

Estratégia sênior na linha de frente. Tecnologia no bastidor.

SOLICITAR DIAGNÓSTICO

PROPOSTA DE PERFORMANCE

ESTRATÉGIA / MÍDIA / DADOS

MAIS CLIENTES.  
MENOS TRABALHO MANUAL.

# Como assinar páginas e materiais educacionais

Na experiência da Fábio JP Educação, a Internet Innovation aumenta confiança sem interromper a decisão.



## PROTAGONISMO

Logo Fábio JP Educação no topo. A identidade educacional domina a página.

## ENDOSSO

Internet Innovation aparece no rodapé, menor e preferencialmente monocromática.

## NUNCA FAZER

Misturar identidades ou colocar os logos com o mesmo peso.

# Internet Innovation / AI Lab

A IA é uma capacidade de validação, não uma promessa de dispersão.

## Internet Innovation / AI LAB

Pesquisa e validação de automações, agentes, SaaS, aplicativos e ativos digitais.

### SEM MARCA INDEPENDENTE

Sem nova paleta ou equipe própria antes de receita validada.

### USO DO VIOLETA

Sinaliza exploração e protótipos. Nunca domina a comunicação institucional.

### CRITÉRIO DE AVANÇO

Uma iniciativa evolui quando há demanda, margem e simplicidade comprovadas.

Regra de foco: o laboratório não compete com a agência nem com a Fábio JP Educação por recursos críticos.

# Uma marca forte é um sistema de decisão

A identidade deve reduzir dúvidas, acelerar produção e proteger o foco do negócio.

## EXECUTAR AGORA

Atualizar site, propostas, bio, apresentações e materiais novos com o posicionamento atual.

## VALIDAR

Testar a mensagem em páginas, propostas e conversas comerciais antes de ampliar ofertas.

## AGENDAR

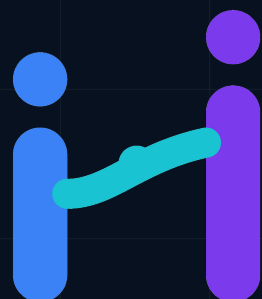
Migrar materiais históricos apenas quando voltarem a ser usados.

## REGRA DE FOCO

Antes de criar uma nova marca, produto ou unidade, responder: aumenta caixa, lucro ou aquisição? Simplifica a operação? Fortalece a oferta principal?

# Ferramentas mudam. O sistema de marca permanece.

O Brandbook preserva integralmente o Nexo II, suas proporções e seu sistema de assinaturas.



## Internet Innovation

TRÁFEGO PAGO · AUTOMAÇÃO · IA APLICADA

## Estratégia sênior. Operação inteligente.

BRANDBOOK 4.0 · 2026