

⚡ CONSTRUINDO UMA MARCA DO ZERO

# RUSH

## O SOM DO CORRE.

Fones que aguentam o ritmo da cidade. Som que não para, porque você também não.



TEÇÃO AURICULAR



DESIGN BRASILEIRO



NÃO PARA



PI

01

SEÇÃO 01

# POSICIONAMENTO & DIFERENCIAÇÃO

A RUSH é para quem vive no **ritmo acelerado da cidade** e não pode parar. Enquanto marcas importadas vendem **status frio**, a RUSH entrega som de verdade, com design brasileiro, que aguenta treino, chuva e correria.

**Como a marca quer ser percebida:** a marca de fones de quem não desacelera. Performance urbana, autêntica e brasileira de raiz. Não é o fone barato que estraga, nem o premium importado distante. É o som que faz parte do corre.

**Personalidade central:** energética, urbana, resiliente e direta. Tem atitude, mas é leal. Fala a língua da rua sem perder a inteligência. "**Energia de quem não para.**"

COMO QUER SER PERCEBIDA

## RITMO

A marca que entende quem acorda cedo pra treinar, trampa o dia todo e ainda faz som de noite. Energia, não luxo.

PERSONALIDADE CENTRAL

## ATITUDE DE RUA

Autêntica, brasileira, resiliente. Caiu mil vezes e levantou, igual quem usa. Fala direto, sem firula.

A GRANDE DIFERENÇA

## AGUENTA TUDO

Tripla prova: água, queda e proteção da sua audição. Design brasileiro a preço justo. Feito pra quem não para.

**01**

## **PROVA D'ÁGUA**

Suor de academia, chuva no caminho, banho de mar. A batida não engasga.

**02**

## **RESISTENTE**

Caiu? Levanta junto com você. Construído pra rotina pesada, não pra vitrine.

**03**

## **PROTEÇÃO AURICULAR**

Som potente que cuida de quem vive de fone no ouvido. Volume com inteligência.

02

SEÇÃO 02

# IDENTIDADE VISUAL & ESTÉTICA DO FEED

**Asfalto + neon volt + atitude.** Alto contraste, movimento e textura urbana. Nada de minimalismo frio. A RUSH é minimalismo **com energia elétrica.**

## PALETA PRINCIPAL

### ASFALTO

#0B0B0D

base / fundo

### CONCRETO

#23232A

cards / blocos

### VOLT

#D7FF1E

energia / CTA

### SINAL

#FF3B2F

alerta / destaque

### OSSO

#F2F2EC

texto / respiro

## TIPOGRAFIA

# RUSH NÃO PARA

DISPLAY · ANTON (condensada, bold, caixa alta)

Titulos, capas, frases de impacto. Peso de outdoor de rua.

## A cidade não espera. Seu som também não.

CORPO · ARCHIVO + LABELS EM SPACE MONO

// mono = cara de cultura digital, tech, streetwear

### ESTÉTICA DAS IMAGENS & CENÁRIO

Fotos urbanas em movimento: **motion blur**, suor na academia, metrô, skate, grafite, neon noturno, chuva na rua. Contraste alto, granulado, luz dura. Sempre cidade, sempre ação, nunca estúdio asséptico.

### ORGANIZAÇÃO DO FEED (INSTAGRAM / TIKTOK)



FRASE  
DE  
IMPACTO

LIFESTYLE  
URBANO  
// MOTION

**PROVA  
D'AGUA**



**TREINO  
// SUOR**



**SOM  
QUE  
AGUENTA**



RITMO 3x3 → produto · frase volt · lifestyle. Grid que respira no preto e explode no neon.

# TOM DE VOZ & LINGUAGEM

Fala **jovem, direta e com atitude**: gíria urbana na medida, energia de quem está sempre no movimento. **Performance** com pitadas de humor afiado. Curta, no beat, sem enrolar.

## ▮ PALAVRAS - CHAVE

- ▶ Corre, ritmo, batida, foco
- ▶ Aguenta, não para, resiste
- ▶ Som, volume, rua, cidade
- ▶ Energia, movimento, pressa

## ▮ TERMINANTEMENTE PROIBIDAS

- × "Premium de luxo", linguagem fria de importado
- × Corporativês chato e formal
- × Clichê de status / ostentação vazia
- × Tom lento, parado, sem energia

## ▮ 2 FRASES TÍPICAS DE LEGENDA

"A CIDADE NÃO ESPERA. SEU SOM TAMBÉM NÃO."

"PODE CHOVER, PODE CAIR, PODE SUAR. A BATIDA CONTINUA."

04

SEÇÃO 04

# PÚBLICO-ALVO & ESTILO DE VIDA

Jovem urbano de **18 a 30 anos** (núcleo 20-26) que vive de fone no ouvido, do treino da manhã ao corre da noite. Classe B/C aspiracional, conectado, criador e consumidor de conteúdo.



**JÚNIOR "JV"  
VIEIRA**

// 23 ANOS · CIDADE GRANDE

**Treina** de manhã antes do trampa

**Ouve som** 8h+ por dia

**Vive** no TikTok e nos Reels

**Compra** por influência social

## PERFIL DEMOGRÁFICO

18-30 anos, estudante, primeiro emprego ou freela. Mora em capital ou cidade grande. Vida acelerada, multitarefa, sempre conectado no celular.

## COMPORTAMENTOS & INTERESSES DIGITAIS

Trap / funk / eletrônica

Academia & treino

Skate & bike

TikTok & Reels

Cultura digital

Streetwear

## DORES QUE A RUSH RESOLVE

Fone que estraga rápido

Não aguenta suor / chuva

Machuca o ouvido

Importado caro demais

Medo de dano auditivo

## COMO A MARCA ENTRA NA ROTINA

O fone que não sai do ouvido: acorda com ele no treino, segue no transporte, no trabalho, no estudo e na balada. A RUSH é a trilha sonora do dia inteiro de quem não para.

# PLANEJAMENTO DE CANAL & CONTEÚDO DIGITAL

## FORMATO

## IDEIA CENTRAL & CONCEITO DO POST

## OBJETIVO DE COMUNICAÇÃO

### 01

#### POST DE FEED

CARROSSEL ESTÁTICO

#### "5 lugares que já mataram o seu fone (e como o RUSH sobrevive)"

Carrossel: chuva no ponto · suor da academia · fundo da mochila · queda no chão · areia da praia. Último slide: o RUSH inteiro, intacto. "Feito pra aguentar a sua vida."

**EDUCAR + DIFERENCIAL** Mostrar os 3 diferenciais (água, queda, proteção) de forma útil e salvável. Gera compartilhamento e ancora a marca como "a que aguenta".

### 02

#### VÍDEO CURTO

REELS / TIKTOK

#### "POV: seu dia inteiro no ritmo do RUSH"

Cortes rápidos no beat: 5h acorda → treino (suor) → metrô (chuva) → trabalho → som à noite. O fone nunca sai do ouvido. Transições no tempo da batida. Trend de áudio urbano.

**CONEXÃO + LIFESTYLE** Gerar identificação imediata e awareness. O público se vê no vídeo. Ritmo e estética

viram a assinatura da marca.

# 03

## CAMPANHA ESPECIAL

LANÇAMENTO / ATIVAÇÃO

### Desafio #NÃO PARA

Criadores e seguidores mostram a rotina mais corrida que tiverem, com o RUSH aguentando tudo: treino pesado, chuva, queda. Brinde pros melhores vídeos. UGC + influenciadores parceiros (atletas urbanos, MCs, dançarinos, skatistas).

**ATIVAÇÃO + PROVA SOCIAL** Viralizar o lançamento com prova social real do produto resistindo. Transforma cliente em mídia e a durabilidade em espetáculo.

#### INFLUENCIADORES PARCEIROS

Atletas urbanos

MCs & produtores

Criadores fitness

Skatistas

Dançarinos

Corredores de rua



DESAFIO EXTRA

# PERFIL HUMANIZADO DA MARCA

// SE A RUSH FOSSE UMA PESSOA

## O THEO DO CORRE

### IDADE

24 anos, nasceu e cresceu na cidade grande

---

### ROTINA

Acorda 5h pra treinar, trampa de dia, faz som de noite

---

### COMO ANDA

De skate, de bike, de metrô, sempre de fone

---

### COMO FALA

Gíria na medida, direto, esperto, sem rodeio

---

### VALORES

Lealdade aos amigos, autenticidade, não desistir

---

### ATITUDE

Já caiu mil vezes e levantou. Resiliente igual o produto

---

### ENERGIA

Não para nunca. Descansar é trocar de ritmo

---

### FRASE QUE ELE DIRIA

"Bora que a cidade tá tocando."

---



BÔNUS

# ROTEIRO DA APRESENTAÇÃO - 5 MIN

01

## CONCEITO CENTRAL - A RAZÃO DE EXISTIR

0:00-0:50

"A RUSH existe porque a cidade não para, e os fones de quem vive nela não podem parar também."  
Abrir com a dor: todo mundo já teve fone que morreu na chuva, no suor, na queda.

02

## POSICIONAMENTO & DIFERENCIAÇÃO

0:50-1:50

Mostrar a tripla prova (água, queda, proteção auricular) + design brasileiro a preço justo. Contraste: importado vende status frio, a RUSH vende som que aguenta o seu corre.

03

## IDENTIDADE VISUAL

1:50-2:50

Apresentar paleta (asfalto + volt + sinal), tipografia Anton de outdoor, estética de rua em movimento e o grid 3x3 do feed. Justificar: alto contraste = energia urbana.

04

## TOM DE VOZ ALINHADO AO PÚBLICO

2:50-3:40

Ler as 2 frases típicas. Mostrar o JV (persona) e como a marca fala a língua dele sem forçar. Performance com atitude, no beat.

05

## EXECUÇÃO DIGITAL

3:40-4:30

Os 3 conteúdos: carrossel "5 lugares que mataram seu fone", Reels "POV do dia no ritmo RUSH" e a campanha #NÃO PARA. Mostrar a exequibilidade real de cada um.

06

## DESAFIO EXTRA + FECHAMENTO

4:30-5:00

Apresentar o "Theo do Corre" (marca humanizada). Fechar com a assinatura: **"RUSH. O som do corre. Não para."**

# RUSH

**O SOM DO CORRE.**

BRAND BOOK · ATIVIDADE PRÁTICA · CONSTRUINDO UMA MARCA DO ZERO · METODOLOGIA  
TATA GONÇALVES