



Diretrizes de Marketing em Conjunto | Programa de Parceiros ALF

01

Visão Geral do Programa de Parceiros

- 01.1 Bem-vindo ao Programa de Parceiros da ALF [05](#)
- 01.2 Orientações Importantes [06](#)

02

Uso do Nome & Logotipo

- 02.1 Nome da sua empresa & Marca [08](#)
- 02.2 Uso do Logotipo [08](#)
- 02.3 Evitando Elementos Inapropriados [09](#)

03

E-mails, assinaturas & cartões de visita

- 03.1 E-mails & Cartão de visita [11](#)
- 03.2 Assinatura de E-mail [12](#)
- 03.3 Identificação Adequada [13](#)

04

Site & Mídias Sociais

04.1	URLs do site	15
04.2	Mídias Sociais	16
04.3	Conteúdo dos Serviços ALF	17
04.4	Uso do Link para o site ALF	18
04.5	Impulsioneamento & Campanhas Patrocinadas	18
04.6	Regras de Engajamento Digital	20

05

Materiais de Co-Marketing

05.1	Visão Geral	25
05.2	Comunicados de Imprensa, Posts em blogs, Estudos de Caso e outros materiais...	25
05.3	Posts em Redes Sociais	26
05.4	Usando o nome da ALF	26
05.5	Processo pré-divulgação	27
05.6	Publicação de Vídeos	28

contato

Dúvidas & Contato	29
-------------------	--------------------

A dimly lit, blue-tinted photograph of two men in business suits shaking hands across a conference table. The scene is set in a modern office with large windows in the background. The overall mood is professional and collaborative.

01

—

Visão Geral do Programa de Parceiros

01.1 Bem Vindo ao Programa de Parceiros da ALF

Na ALF, temos a sorte de trabalhar com os melhores parceiros para promover as melhores soluções jurídicas especializadas para cada perfil de cliente. Nossos serviços em Direito Internacional contribuem para Negócios em Pessoas em todo o mundo.

Entendemos a construção da nossa marca como um esforço compartilhado, por isso é do nosso interesse proteger a marca ALF e nossos serviços, nomes, logotipos, marcas comerciais e marcas de serviço – nossa valiosa propriedade intelectual – de uso indevido, diluição, apropriação indevida ou confusão.

A equipe de Comunicação Corporativa e Jurídica da ALF estabeleceram critérios básicos para comunicações conjuntas e co-branded, campanhas e materiais de marketing desenvolvidos por parceiros da ALF.

Se você tiver alguma dúvida ou estiver mesmo remotamente se perguntando se suas comunicações conflitam com nossas diretrizes, envie um e-mail para social@amorimlawfirm.com e auxiliaremos com orientações para cada caso específicos de uso.

01.2 Orientações Importantes

É importante que nossos clientes saibam e entendam se estão sendo atendidos diretamente pela ALF ou pelo parceiro. A diferença entre os dois é extremamente importante, e pedimos que nossos parceiros assumam a responsabilidade se apresentar como parceiro e de modo diferenciando em suas comunicações através do uso da seu próprio nome, representação visual, marca e os serviços oferecidos. Também é importante a diferenciação do uso do logotipo da sua empresa em sites, ativos de mídia social, assinaturas de e-mail e todas as outras marcas desempenham um papel importante na diferenciação das duas identidades visuais.

Reservamo-nos o direito de solicitar que você altere, reconstrua ativos e faça todas e quaisquer alterações necessárias para evitar o uso indevido da marca ALF . Gostaríamos de evitar essas situações, por isso pedimos que consulte essas diretrizes e adote as políticas para construção de uma parceria produtiva!

Dicas rápidas

- Nossos parceiros são membros do Programa de Parceiros da ALF.
- Não se refira a rede e aos serviços como oferecidos por sua empresa, mas como parte do Programa de Parceiros ALF.

A dark blue-tinted background image showing two men in a business meeting. One man in a suit is pointing at a tablet held by another man in a light blue shirt. They are looking at the screen together. In the background, other people are blurred, suggesting a modern office or conference room setting.

02

—
Uso de nome e logotipo

02.1 Nome da sua empresa & Marca

Para proteger a integridade da marca e das soluções da ALF – evitando confusão pelos clientes – os parceiros não devem apresentar as soluções e serviços como parte integrante do portfólio da sua empresa/escritório.

02.2 Uso do logotipo

Para comunicar seu status como um dos nossos melhores parceiros você pode utilizar nosso logotipo oficial do Programa de Parceiros ALF



**Partner
Network**

02.3 Evitando elementos inapropriados

Certifique-se de que há uma clara diferença entre o logotipo da sua empresa, o logotipo do Programa de Parceiros da ALF e as marcas relacionadas as nossas soluções.

Não adote marcas ou logotipos que sejam confusamente semelhantes aos nossos, ou que estejam em conflito com nossas marcas e logotipos.

Não use fontes que imitem as utilizadas pelas marcas /logotipo da ALF.

Não incorpore nenhuma de nossas marcas comerciais ou logotipos em seus produtos ou nomes de produtos, serviços ou nomes de serviços, marcas comerciais, marcas de serviço, logotipos ou nomes da empresa.



03

–
E-mails, assinaturas e
cartões de visita

03.1 E-mails e Cartão de visita

Como mencionamos, buscamos ser transparentes com nossos clientes. Eles devem sempre saber quando há interação direta com a ALF, e quando estão conversando com um de nossos parceiros.

Endereços de e-mail e cartão de visita devem sempre usar o nome e logotipo da sua empresa, nunca da ALF ou qualquer uma de nossas soluções. Seus cartões de visita não devem imitar o visual dos cartões de visita da ALF. Deve ficar claro que você trabalha para sua empresa, não para a ALF.

SIM!

✓ Andrew.Smith@ASLawfirm.com



NÃO!

✗ AndrewSmith@AmorimLawFirm.com
✗ Andrew.Smith@AmorimPartners.com
✗ Andrew.Smith@ALFPartner.com



03.2 Assinatura de E-mail

Assinatura de e-mail podem confundir os clientes sobre quem o está atendendo. Nossos parceiros podem usar o logotipo da ALF em sua assinatura de e-mail; no entanto, a logomarca da ALF sempre deve ser menor e secundária ao logotipo da sua empresa. Novamente, seu endereço de e-mail, título e nome da sua empresa não devem mencionar o nome ALF ou qualquer uma de nossos serviços/soluções.

SIM!

Andrew Smith

Senior Lawyer Rep.

AS Law Firm

m: +55-99999-9999

e: Andrew.Smith@ASLawfirm.com



NÃO!

Andrew Smith

Senior Lawyer Rep. ALF

Communications m: +55-99999-9999

e: andrew.smith@AmorimLawFirm.com

e: andrew.smith@ALFpartner.com

e: andrew.smith@ASandALF.com



Partner
Network



03.3 Identificação Adequada

Por favor, seja transparente e honesto ao declarar seu papel como Parceiro da ALF. Para os clientes e o público deve sempre estar claro se estão ouvindo diretamente de um parceiro, ou da própria ALF.

Nunca identifique ninguém em sua empresa como porta-voz da ALF ou de qualquer serviço nosso.

Os colaboradores da sua empresa não devem se apresentar como funcionários da ALF ou qualquer de nossas marcas, em quaisquer tipos de comunicação com o clientes, mídia ou outros públicos.

Os perfis profissionais do LinkedIn ou outros perfis de mídia social não devem listar a ALF ou qualquer uma de nossas marcas como seu empregador.

Quaisquer comunicados de imprensa, posts em blogs, cópia de redes sociais e outros materiais anunciando sua parceria com a ALF devem ser aprovados com antecedência pela equipe de Comunicação da ALF. Consulte a Seção 5 neste guia para conhecer o processo de desenvolvimento de materiais de co-marketing.

A man in a grey suit and blue tie is shaking hands with a woman in a white top and dark pants. They are in a modern office with a staircase, plants, and contemporary furniture. The scene is dimly lit with a blue tint.

04

—
Sites & Mídias Sociais

04.1 URLs do Site

Para sites e perfis de redes sociais (incluindo Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, YouTube e todos os outros), é preciso deixar claro que a empresa é parceira da ALF e não oferece os serviços em si.

A URL do site de um parceiro (o endereço do domínio principal) não pode usar os nomes Amorim Law Firm, ALF, Amorim Law Firm Partner, ALF Partner ou de quaisquer de nossas marcas e soluções. No entanto, é possível citar o nome da ALF ou marca do programa de Parceiros dentro do site.

SIM!

- ✓ www.aslawfirm.com/partners
- ✓ www.aslawfirm.com/ALF
- ✓ www.aslawfirm.com/AmorimLawFirm

NÃO!

- ✗ www.AmorimLawFirmcanada.ca
- ✗ <http://ALFsolutions.com>
- ✗ www.ALFPPeru.com.pe

04.2 Mídias Sociais

As URLs de mídias sociais não podem conter a palavra Amorim Law Firm, ALF ou quaisquer outras marcas de soluções ou Marcas Comerciais ou menção dos nossos serviços específicos.

SIM!

Twitter

Name: AS LAW FIRM

Handle: @ASLAWFIRM

URL: twitter.com/ASLawFirm

Facebook

Name: AS Law Firm

Handle: @ASLawFirm

URL: facebook.com/pages/ASLawFirm

NÃO!

Twitter

Name: ALF Canada

Handle: @ALFCanada

URL: twitter.com/ALFCanada

Facebook

Name: ALF Peru Handle: @ALFperu

URL: facebook.com/pages/ALFPeru

04.3 Conteúdo dos Serviços ALF

Os parceiros deverão consultar nossos sites para obter as informações mais atualizadas. Os parceiros poderão cortar e colar este conteúdo para uso em seus próprios sites, desde que concordante com às seguintes diretrizes:

- ✓ Utilize apenas o conteúdo dos sites oficiais da marca ALF.
- ✓ Não utilize conteúdos sobre a ALF divulgados por sites de terceiros.
- ✓ O conteúdo não deve ser usado para promover soluções ou marcas diferentes das do portfólio da ALF.
- ✓ Não posicione este conteúdo como se fosse seu.
- ✓ Em caso de dúvida, entre em contato com o representante da ALF ou envie um e-mail para social@amorimlawfirm.com

04.4 Uso do link para o site ALF

Para melhor atender seus clientes, o site da sua empresa pode incluir links para os sites e landing pages da ALF ou quaisquer de nossas marcas e soluções do nosso portfólio. Por favor, certifique-se de vincular aos sites corretos:

www.amorimlawfirm.com (nosso site principal)

04.5 Impulsioneamento e Campanhas Patrocinadas

Muitos parceiros usam o impulsioneamento de pesquisa e campanhas patrocinadas como parte de suas estratégias de publicidade digital. Assim como em outros meios de comunicação, deve ficar claro nos anúncios de pesquisas pagas que a empresa parceira faz parte do Programa de Parceiros da ALF e não tentando se posicionar como se fosse a ALF ou oferecendo nossos serviços.

- Seu anúncio pago em sites de busca deve usar o nome da sua empresa, ou indicar claramente seu relacionamento como parceiro da ALF.
- Os clientes que lerem o anúncio não devem ser capazes de interpretar mal o anúncio como proveniente da ALF.

04.5 Impulsioneamento e Campanhas Patrocinadas

- Os parceiros podem descrever sua empresa como "membro do Programa de Parceiros da ALF". Caso contrário, evite usar o nome da ALF, quaisquer de nossos serviços, soluções e marcas em seu anúncio em campanhas patrocinadas.
- Os parceiros também devem focar em fomentar anúncios e impulsioneamentos patrocinados em sua região geográfica, ofertando os serviços para os clientes mais relevantes para seus negócios.
- Para outras perguntas sobre marketing, impulsioneamento e campanhas patrocinadas, consulte-nos por e-mail social@amorimlawfirm.com

04.6 Regras de Engajamento Digital

Todos os elementos de marca utilizados pela ALF e nossas marcas de soluções são apenas para uso exclusivo.

Não utilize nenhuma parte do logotipo da ALF ou logotipos de marca de soluções como papel de parede, ou quaisquer elementos de design de marca ou fotografia associada em seus sites ou mídias sociais, sem permissão explícita dos representantes oficiais da ALF.

Não utilize ativos, visuais, vídeos, cópia de texto ou código do site da ALF ou quaisquer sites de soluções, para uso/reprodução em seu site como se fosse seu.

O uso de imagens, vídeos e arquivos sonoros fornecidos pela ALF são exclusivos para a promoção da ALF ou dos nossos serviços e soluções, sendo vedado para quaisquer outras finalidades.

Novamente, não copie os logotipos da ALF por meio de buscadores como o Google ou de outras fontes on-line. Use apenas arquivos oficiais de logotipo fornecidos pelo seu contato com a ALF.

04.6 Regras de Engajamento Digital

Suas postagens em redes sociais (imagens, vídeos e áudios) não devem aparentar proveniência da Amorim Law Firm.

Não use o logotipo da ALF ou logotipos de marcas de produtos em suas postagens em redes sociais.

O conteúdo presente nas redes sociais da ALF só pode ser distribuído através do re-compartilhamento (retweet, share, etc.).

Seu post re-compartilhado deve incluir o post original da ALF, com o comentário adicional que você decidir adicionar.

Os parceiros podem compartilhar links dos vídeos presentes no canal do YouTube da ALF, visando destacar nossas soluções para seus clientes.

Não recrie o post da ALF como se fosse seu próprio conteúdo.

Se você quiser criar posts em conjuntos, consulte a Seção 5 neste guia para o processo de desenvolvimento de materiais de co-marketing.

Os parceiros podem incluir nossas hashtags de marca (#AmorimLawFirm, #ALF, etc.) na cópia do seu post social somente se o post original e cópia estiver claramente posicionado como proveniente de um parceiro, não da ALF.

04.6 Regras de Engajamento Digital

Os posts de blog e comunicados de imprensa da ALF podem ser compartilhados em seus sites, se atribuídos corretamente.

Se compartilhar um post presente no blog da ALF ou de uma de nossas marcas, soluções e serviços, você deve incluir um link para o nosso post original no seu blog, e incluir no início da sua cópia, a afirmação clara de que este conteúdo é uma “reprodução do conteúdo original publicado pela ALF “ ou “reprodução do conteúdo original publicado pela Globalização Reimaginada”.

Caso queira alterar a cópia do blog ou do comunicado de imprensa, esta deverá ser previamente aprovada pela equipe de Comunicação da ALF antes da publicação. Siga o processo de submissão e aprovação na Seção 5 neste guia.

04.6 Regras de Engajamento Digital

As comunicações por e-mail recebidas por parceiros da ALF ou de nossas marcas de soluções não devem ser encaminhadas para sua base de clientes como se fosse seu próprio conteúdo.

Como um parceiro importante, você sempre será notificado antes do lançamento de novos serviços, soluções ou atualizações que a ALF estará enviando para nossos clientes compartilhados.

A notificação prévia garante que você esteja ciente e preparado para responder às alterações antes destas serem comunicadas aos clientes.

Ele também dá a sua equipe a oportunidade de preparar mensagens complementares para seus clientes, direcionando-os para aprender mais melhorias atualizadas, suporte e informações de contato para esclarecimentos.

No entanto, desaconselhamos que encaminhe esses e-mails enviados pela ALF para os seus clientes, a fim de evitarmos conflitos interpretativos e confusão, uma vez que os clientes receberão estas mensagens diretamente da ALF.



05

—
Materiais de Co-Marketing

05.1 Visão geral

Como parceiro, você pode querer trabalhar conosco em projetos adicionais de co-marketing. Esta seção do guia descreve os recursos de marketing, mídias sociais e relações públicas que podem estar disponíveis para você.

A equipe de Comunicação da ALF definiu as seguintes diretrizes para comunicações conjuntas desenvolvidas com os Parceiros da ALF.

05.2 Comunicados de Imprensa, Posts em Blog, Estudos de Caso e outros Materiais de Co-marketing

A ALF pode concordar com um comunicado de imprensa em conjunto, inclusão em seu comunicado de imprensa, postagem no blog, estudo de caso ou outro conteúdo escrito com parceiros selecionados. Se você quiser emitir um comunicado mencionando seu relacionamento com a ALF, entre em contato com a equipe de Comunicação com antecedência em social@amorimlawfirm.com para consideração e aprovação.

A equipe de Comunicação da ALF supervisionará o processo e o cronograma, trabalhando com você no conteúdo. Se aprovado, pedimos que você lidere o processo escrevendo o primeiro rascunho e manipulando a distribuição.

Todos os comunicados de imprensa, postagens em blogs, cópia de redes sociais e outros materiais escritos devem ser aprovados previamente pela equipe de Comunicação da ALF antes da distribuição.

05.3 Posts em Redes Sociais

Antes de mencionar a notícia de uma parceria com a ALF nas redes sociais, seja em referência a um blog, estudo de caso ou outro conteúdo, por favor, forneça-nos (social@amorimlawfirm.com) com a cópia a ser postada, bem como os canais de divulgação em que você estará compartilhando sua notícia.

Essas informações devem ser fornecidas **pelo menos uma semana** antes da postagem. A ALF aprovará o conteúdo e quando aplicável, entrará em contato para que nossa equipe possa apoiá-lo por meio de retweets, curtidas ou compartilhamentos da sua postagem.

05.4 Usando o nome da ALF

Dentro de qualquer conteúdo criado pelo parceiro, os clientes devem entender claramente o relacionamento de parceria e a fonte do conteúdo. Para evitar confusão, siga estas orientações ao mencionar a ALF e nossos serviços:

- Não inicie com o nome da ALF ou nomes dos nossos serviços e soluções na manchete/título.
- Não use o nome da ALF ou nossos serviços em qualquer parte do nome da sua empresa ou nomes de seu produto/serviço.
- Não nos cite sem permissão.
- Não libere nada até que você tenha recebido aprovação por escrito da equipe de Comunicação da ALF.
- Ao mencionar o serviço de assessoria e consultoria da ALF, a primeira menção deve incluir o nome da ALF (por exemplo, Contratos Internacionais pela ALF).

05.5 Processo submissão pré-divulgação

1. **Entre em contato com a equipe de Comunicação da ALF** para fornecer um breve resumo do conteúdo que está sendo criado, incluindo o qual os serviços prestados pela ALF envolvidos no conteúdo, sua data de publicação alvo, canal de distribuição e metas em torno do edital.
2. Após obter aprovação preliminar da equipe de Comunicação da ALF, **crie uma minuta do conteúdo e envie para revisão e aprovação**. Por favor, permita aproximadamente uma semana para a ALF encaminhar a liberação através de aprovação interna e legal. Nada pode ser distribuído sem a aprovação por escrito da ALF.
3. **É vedado o uso de termos que denotem qualidade ou exclusividade sem que aja clara comprovação e\ou fundamento**, a exemplo: "os melhores", "líder", "únicos"...
4. Ainda que nosso time de Comunicação trabalhe em conjunto com o parceiro na elaboração de conteúdos; **é de competência exclusiva da ALF sua aprovação final, citações e comunicados junto a imprensa**.
5. **Os conteúdos aprovados serão enviados pela ALF**, devendo ser publicados sem alterações. Caso necessite alterar novamente o conteúdo, informe previamente a nossa equipe, enviando o link da última atualização do conteúdo publicado.

05.6 Publicação de Vídeos

Alguns parceiros podem produzir seus próprios vídeos para divulgação de soluções e serviços ALF. Se você quiser apresentar a ALF ou uma de nossas soluções e serviços em um vídeo, adotará as seguintes diretrizes:

Todas as políticas descritas nas páginas anteriores dessas diretrizes se aplicam ao vídeo.

Os vídeos não devem ser posicionados como se fossem da ALF; os clientes devem entender que a mensagem são oriundas de um parceiro.

Qualquer representação de marca da ALF e/ou de nossas marcas de soluções devem ser representadas de modo secundário à marca da sua própria empresa\escritório.

Os vídeos co-branded devem ser revisados pela ALF antes da divulgação para garantir que nossos padrões de marca sejam cumpridos. Envie um e-mail social@amorimlawfirm.com com antecedência com quaisquer perguntas sobre publicação de vídeos.

Dúvidas?

Estamos sempre disponíveis para responder perguntas ou fornecer informações adicionais, incluindo informações mais detalhadas sobre o uso da marca em conformidade.

Para arquivos de logotipo, perguntas sobre o uso adequado do logotipo e da marca e diretrizes da marca, contacte:

social@amorimlawfirm.com

Para solicitações de co-marketing, incluindo comunicados de imprensa conjuntos, postagens em blogs, cópia de mídia social e outros materiais escritos, contacte:

social@amorimlawfirm.com

Para todas as outras questões de marketing de parceiros, incluindo swag co-branded, vídeos ou vestuário, contacte:

social@amorimlawfirm.com



Fale com a ALF

Av. Tancredo Neves, 1632 – Salvador |
Bahia | Brasil

Av. Brg. Faria Lima, 3144 – São Paulo |
São Paulo | Brasil



(+55) 11 4040-6628



social@amorimlawfirm.com



www.amorimlawfirm.com