

KOBANA

Seja
bem-vindo
ao nosso
brand book.

Nas páginas a seguir,
você encontrará
nossas ferramentas de
estratégia, linguagem
verbal e visual que
irão guiar a construção
de uma comunicação
consistente e inspiradora
para a nossa marca.

Index

1

Estratégia
pág. 4

2

**Princípios
de Design**
pág. 9

3

**Linguagem
Verbal**
pág. 14

4

Marca
pág. 28

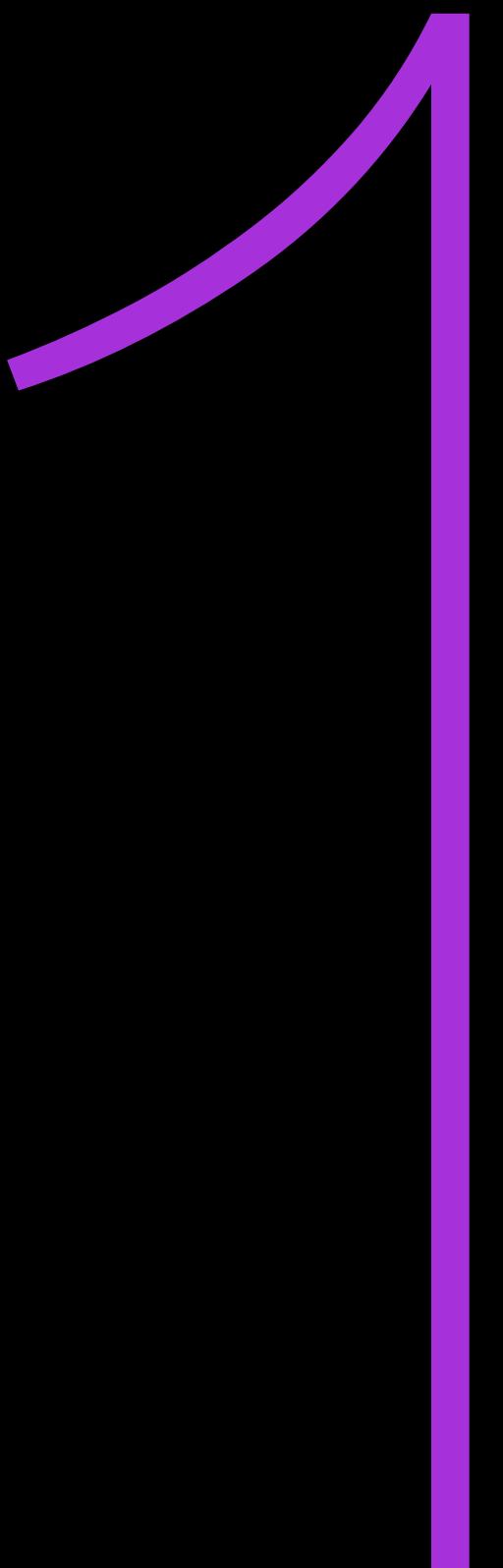
5

**Linguagem
Visual**
pág. 51

6

Aplicações
pág. 61

Estratégia



Onde estamos/ Para onde vamos

Novo nome
e marca

De:

boletosimples

Nova
proposta

De:

“A mais avançada
plataforma para
recebimento por
boleto bancário
e PIX”.

Novo
público

De:

Clientes com
grande volume de
boletos/mês.

Novo
foco

De:

Product Centric -
associação direta
com o produto
principal da empresa
e sua promessa
de marca.

Para:

KOBANA

Para:

“Plataforma open
finance robusta de
automação e gestão
financeira”

Para:

Clientes com grande
volume de boletos/
mês + Clientes de
menor volume.

Para:

User Centric -
expansão para uma
solução integrada
e ampliação de
público.

propósito



Uma plataforma open finance conectada às necessidades dos clientes para apoiar sua jornada de digitalização.

Key Message

“A gente cuida dos seus processos, enquanto você cuida do seu propósito”

Arquitetura de marca

Kobana é uma marca monolítica, ou seja, empresta valor aos produtos ofertados através dos mesmos códigos visuais e nome, gerando consistência e força.

KOBANA

Pequenas e médias empresas

Comunicação mais próxima;
Custo-Benefício; Segurança; Suporte.

KOBANA
Charge

KOBANA
Billing

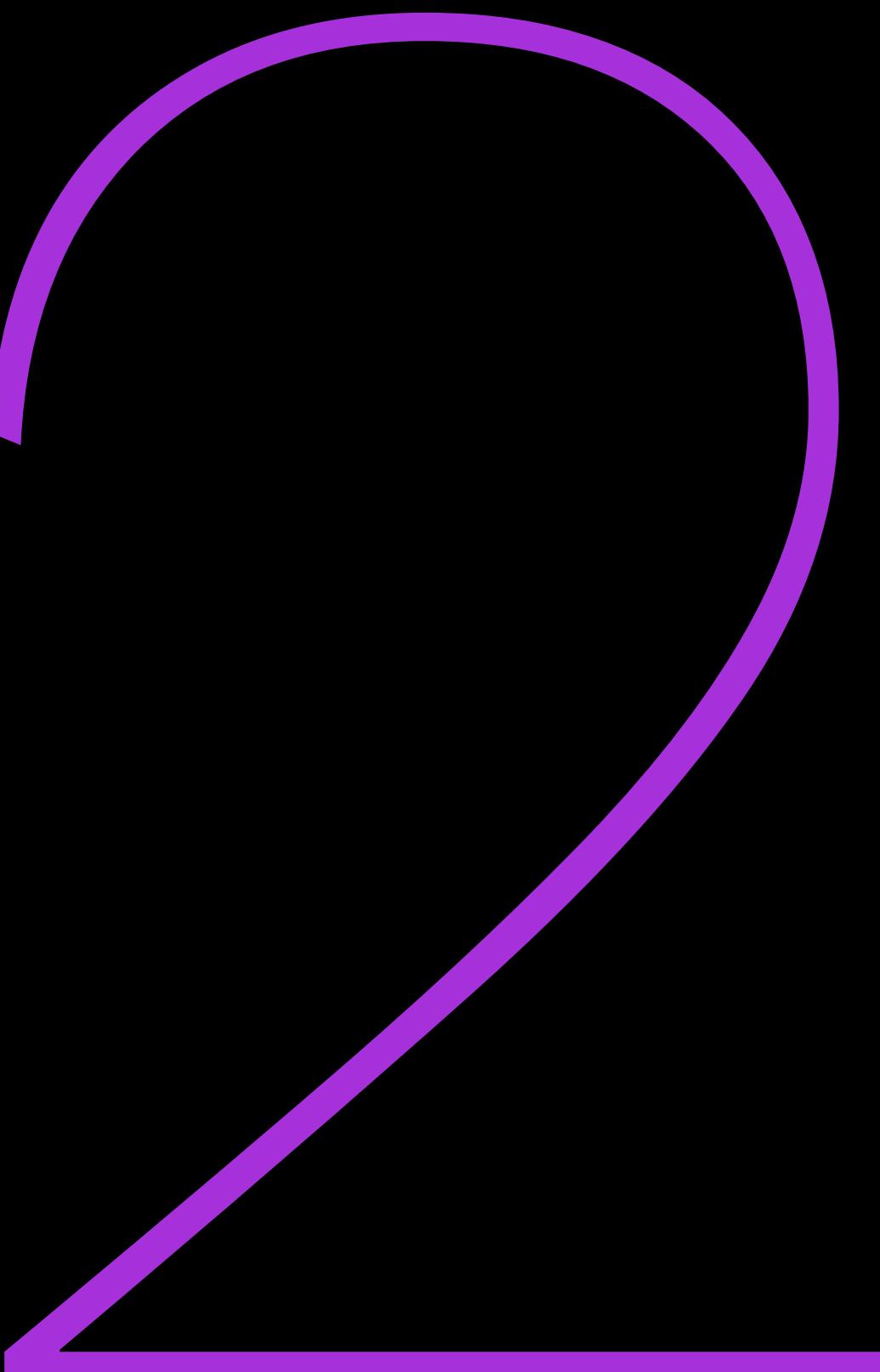
Grandes empresas

Comunicação mais técnica;
Segurança; Abrangência de APIs.

KOBANA
Banking

KOBANA
Whitelabel

Princípios de design





Os princípios de design traduzem a estratégia, buscando inspirar e orientar todas as expressões da marca, sejam elas verbais, visuais ou sensoriais.

Toda e qualquer criação deverá ser norteada por essas diretrizes, que são: Expert Democrático; Customização Humanizada; Tecnologia Potencializadora.

Expert democrático

KOBANA É SIMPLES SEM SER SIMPLISTA.

É um expert que descomplica. Com inteligência e clareza, consegue transformar assuntos que podem facilmente parecer complexos em conteúdos simples, acessíveis e interessantes para todos. Afinal, só quem entende muito de um assunto é capaz de explicá-lo da forma mais simples possível. E é assim que Kobana mostra sua autoridade e transmite confiança.

Atributos:

Expert;
Facilitadora;
Conecta seu conhecimento às necessidades de cada cliente.



Customização humanizada



KOBANA FALA SÉRIO SEM SER SISUDA.

Uma marca que entende a necessidade de quem a busca e que fará de tudo para tornar a sua solução adequada ao seu cliente. Existe uma preocupação na escuta, em trazer o consumidor para o centro do desenvolvimento de seus produtos e buscar inovar para continuar caminhando junto conforme o cliente também evolui.

Mostra-se preocupada e disponível em seus canais de comunicação, e o suporte tem papel fundamental na humanização dessa troca. Deixa claro que a conexão é P2P (people to people) e não B2B (business to business).

Atributos:

Humana;
Próxima;
Flexível;
Adaptável.

Tecnologia Potencializadora



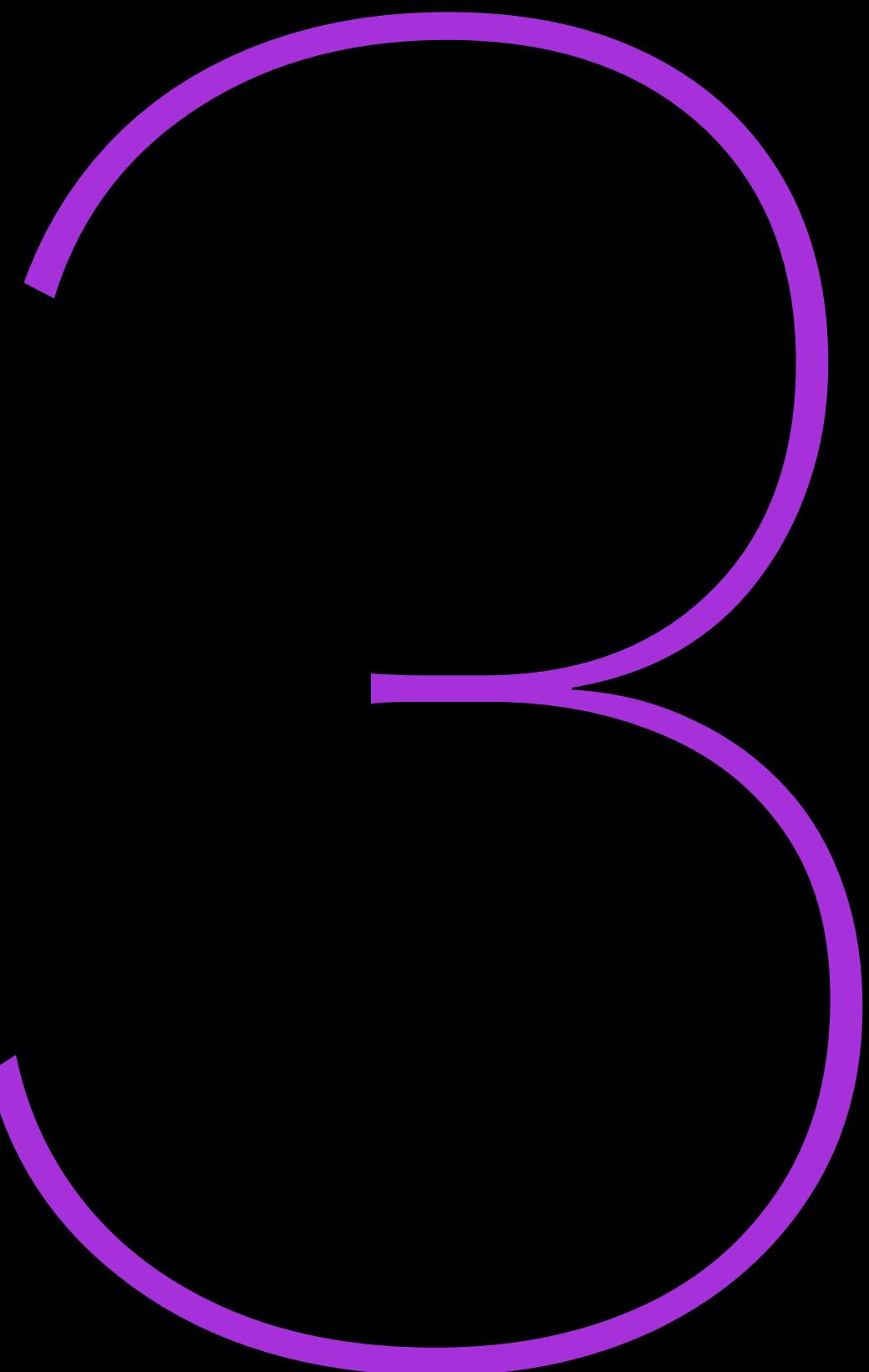
KOBANA DESCOMPLICA PARA TRANSFORMAR.

A inovação pensada para potencializar as pessoas e seus objetivos. Tecnologia que possibilita aos clientes chegar às suas melhores versões, perder menos tempo, facilitar processos e focar suas energias realmente em atuar naquilo que é o seu propósito (core business). Não ficar apenas falando sobre o quanto a tecnologia é avançada, robusta, mas traduzir quais são os benefícios diários para os clientes (e continuar provando esse foco na prática da relação).

Atributos:

Plataforma robusta;
Segura;
Veloz.

Linguagem
verbal





O tom de voz é o jeito único que a marca tem para interagir com cada um de seus públicos, mostrando muito de sua personalidade e de seu posicionamento.

Ele nasce da estratégia da marca e vale para todos os pontos de contato: de um post de rede social a um atendimento telefônico, de um anúncio para o grande público a um comunicado interno.

Vale lembrar que o tom de voz é criado para apoiar o dia a dia de todos aqueles que aplicam a identidade da Kobana, portanto aqui o objetivo é ampliar as possibilidades desses profissionais, nunca engessá-los.

Seja bem-vindo ao nosso tom de voz e procure aplicá-lo sempre, ajudando a garantir a consistência da nossa comunicação.

Clareza que amplia horizontes

Foi-se o tempo em que falar difícil era sinônimo de conhecimento.

Hoje, bem mais importante do que ser complexo é ser objetivo. É garantir um entendimento por inteiro sem ter que gastar muito tempo para isso - e nem tomar o tempo do outro, claro.

Na Kobana, pensamos justamente assim: que a clareza é o motor das soluções.

Se é assim que pensamos, é assim que nos comunicamos, descomplicando a vida dos nossos clientes de uma forma humana, personalizada e facilitadora.

E como isso se transforma em tom de voz?

Assim como os princípios de design, temos as diretrizes de expressão verbal que direcionarão como será o Tom de Voz de Kobana. As expressões são:

diretrizes de expressão verbal

1

Claramente
descomplicada

2

Humanamente
acessível

3

Particularmente
amigável

1

Claramente
descomplicada

Kobana sabe do que diz (e sabe que sabe do que diz, entende?). Por isso, não tem receio de falar com clareza, sem rodeios. Afinal, só quem tem a certeza de que entende muito bem de um assunto é capaz de eliminar qualquer informação desnecessária do seu discurso, garantindo que tudo se torne informação de verdade, e não um mero blá-blá-blá.

Como falamos

Temos tom especialista

Sim, somos claros. Mas fazemos questão de demonstrar nossa robustez, experiência e credibilidade. Agora, não adianta ficar apenas falando que somos experts: temos que demonstrar na prática, com exemplos práticos e soluções comprovadas, sem a menor complicação.

Usamos a tecnologia a favor

Não é porque adoramos os recursos tecnológicos que precisamos deixar a clareza de lado. Se o conteúdo estiver fácil de entender? Segue o jogo! Se der qualquer problema de interpretação, a gente explica e até traduz. Inclusive costumamos preferir os termos em português sempre que existir um equivalente ao inglês.

Desatamos qualquer nó

Sabe aquele texto cheio de pontos finais, truncado, que não liga a frase anterior à próxima? A impressão é de estar cheio de nós para desatar. Conectados que somos, preferimos um texto que utilize conjunções e conectivos que tragam mais fluidez ao nosso discurso. Sempre lembrando que frases mais curtas, bem dosadas, facilitam o entendimento.

1

Claramente
descomplicada

Kobana sabe do que diz (e sabe que sabe do que diz, entende?). Por isso, não tem receio de falar com clareza, sem rodeios. Afinal, só quem tem a certeza de que entende muito bem de um assunto é capaz de eliminar qualquer informação desnecessária do seu discurso, garantindo que tudo se torne informação de verdade, e não um mero blá-blá-blá.

Como não falamos

Não somos exagerados

Aqui na Kobana, muito melhor do que dizer que fazemos algo bem feito é mostrar na prática. Por isso, evitamos expressões superlativas e taxativas, como “o melhor”, “a maior”, “solução incrível”, e por aí vai. A não ser que a gente diga isso e comprove logo na sequência.

Não criamos
distanciamentos

Nossa intimidade com o universo digital e tecnológico nos faz ter contato com siglas e expressões comuns para o nosso dia a dia. Assim como as palavras em outros idiomas, também explicamos esses termos, para não criar nenhuma distância em relação a nossos públicos.

Não nos propomos
a resolver tudo

Claro que nos colocamos à inteira disposição dos nossos clientes. Mas achar que somos super-heróis... aí já é demais. Nunca prometemos além do que podemos cumprir, nem dizemos que “aqui você encontra a solução para todos os seus problemas”.

Na prática

1

Claramente
descomplicada

(SITE - “SEJA BEM-VINDO”)

Olá, nós somos a Kobana.
E a gente vem provar que gerenciamento
de boletos não precisa ser um assunto
burocrático. Quer ver?

Somos uma plataforma open banking
robusta que há 10 anos está 100% focada
em criar soluções práticas, seguras e
eficientes para eliminar toda aquela
burocracia do sistema financeiro.

Afinal de contas, cá entre nós: tempo bem
gasto é aquele que você pode direcionar
para o que realmente importa:
o seu negócio.

Concorda?
Então, que tal conhecer nossos planos?

(KOBLOG - sugestão de nome)

2021: ainda tem coisa boa pela frente

Já passamos da metade de agosto e, mais
uma vez, bateu aquele pensamento de que
mais um ano voou. Mas a gente sabe que
ainda dá para aproveitar muito do que 2021
ainda pode oferecer. Confira nossas dicas de
oportunidades financeiras para pequenas ou
grandes empresas para os próximos meses
do ano.

2

Humanamente
acessível

Quando a gente sabe exatamente o que nossos clientes buscam, quando conhecemos suas necessidades e damos ouvidos às suas expectativas, criamos mais do que uma forma de nos comunicar: vemos uma forma de dialogar. Assim, trazemos nosso lado humano, acessível e acolhedor, o que faz toda diferença na construção da nossa relação como um todo, hoje e no futuro.

Como falamos

Criamos bons diálogos

Ao falarmos, sempre damos abertura ao retorno. Ou seja, gostamos de trazer perguntas, pedir opinião, convidar o leitor a nos visitar em diferentes plataformas. Porque mais do que comunicar algo, queremos estabelecer uma conversa próxima e construtiva. Até por isso, nos referimos a

nós mesmos na primeira pessoa do plural (“nós”), em vez de “a Kobana”, sempre que possível.

Construímos relações

Busacmos criar relações de longo prazo, pois acreditamos que os vínculos não se estabelecem apenas na contratação de um serviço, mas na forma como nos conectamos

com os nossos públicos desde o primeiro contato, passando pelo pós-venda até um convite para tornar a usar nossas soluções.

Demonstramos agilidade

Nossa linguagem traz elementos que demonstram nosso compromisso com a eficiência: “`Claro que sim!”, “É pra já”, “Pode

deixar” são algumas expressões de trazem esse espírito de forma amigável, leve e 100% comprometida.

2

Humanamente
acessível

Quando a gente sabe exatamente o que nossos clientes buscam, quando conhecemos suas necessidades e damos ouvidos às suas expectativas, criamos mais do que uma forma de nos comunicar: vemos uma forma de dialogar. Assim, trazemos nosso lado humano, acessível e acolhedor, o que faz toda diferença na construção da nossa relação como um todo, hoje e no futuro.

Como não falamos

Não ficamos de papo

Sabe aquela sensação de perda de tempo ao ligar ou enviar mensagem para uma empresa e ter que passar por mil etapas de interação antes de chegar ao atendente? Na Kobana, nós criamos bons diálogos sem perder a objetividade.

Não invadimos
o espaço alheio

Claro que é ótimo ter uma marca que se preocupe com o que você precisa e mantenha um contato próximo, mas isso não significa bombardear o cliente de mensagens ou lotar a sua caixa de e-mails com interações desnecessárias.

Não somos afobados

Aqui, a informação nunca fica pela metade: damos respostas rápidas e completas, garantindo que nosso cliente ganhe tempo, não mais dúvidas.

2

Humanamente
acessível

Na prática

(SAC E INTERAÇÕES COM OS
CLIENTES EM GERAL

Precisa tirar alguma dúvida?
Então, me conta: você já é nosso cliente
ou essa é a nossa primeira conversa?
Clica aqui que já iremos nos falar!

Tá querendo conhecer nossos planos
sem perder tempo nem informação?
Então, clica aqui que a gente já te
direciona para o nosso atendimento.

Deskomplica

Nosso canal antidúvidas, com alguém
sempre pronto para te atender.

- Kobana, será que eu posso alterar
o meu plano?

- Claro, pode, sim! Dá pra aumentar ou
diminuir seu plano. Funciona assim: se
precisar aumentar, a gente só cobra o
proporcional pelo aumento. E, se for pra
diminuir, é só esperar o próximo ciclo, no ato
da renovação. Ficou claro? Então, escreve
pra nossa equipe de suporte que a gente faz
a alteração: suporte@kobana.com.br,
pelo chat ou no 3003-0386 (sem DDD).

3

Particularmente
amigável

Uma linguagem próxima e descontraída vai além da escolha certa de palavras: ela traz muito do nosso jeito de ser e de fazer como marca, desde o momento em que pensamos as nossas soluções, passando pela entrega e chegando até a relação que iremos construir. Por isso, nossa forma de falar deve ser sempre amigável, leve, transparente, refletindo tudo aquilo que fazemos e mostrando que nada do que oferecemos é da boca pra fora.

Como falamos

Valorizamos a informalidade

Entendemos que a proximidade e a leveza são um convite à interação. Então, vestimos uma roupa confortável, colocamos o corporativos de lado e aplicamos em nosso discurso termos que excluem qualquer formalidade. “Fazer” é melhor que “executar”.

“Resolver” é mais simples que “elucidar”. E “você” é tão possível quanto “o senhor” ou “a senhora”.

Personalizamos a mensagem

Somos abrangentes sem sermos generalistas. Porque cada cliente é único, cada pessoa busca uma solução e cada diálogo é uma

oportunidade para construirmos uma valiosa relação. Assim, sempre que possível, chamamos as pessoas pelo nome.

Tratamos todo mundo de igual pra igual

Seja um grande ou pequeno negócio, com altíssima demanda ou um trabalho pontual, fazemos questão de demonstrar a nossa

postura amigável e próxima. Afinal de contas, somos democráticos e mostramos estar sempre a postos para o que der e vier, não importa o tamanho da exigência.

3

Particularmente
amigável

Uma linguagem próxima e descontraída vai além da escolha certa de palavras: ela traz muito do nosso jeito de ser e de fazer como marca, desde o momento em que pensamos as nossas soluções, passando pela entrega e chegando até a relação que iremos construir. Por isso, nossa forma de falar deve ser sempre amigável, leve, transparente, refletindo tudo aquilo que fazemos e mostrando que nada do que oferecemos é da boca pra fora.

Como não falamos

Não forçamos a
intimidade

Escrever de forma
próxima não significa
tratar nosso leitor com
intimidade exagerada.
Especialmente quando
estamos oferecendo
soluções e resolvendo
problemas, o foco deve
ser tanto na simpatia
quanto na entrega em si.

Não subestimamos
novo leitor

Buscamos sempre
encurtar os caminhos
entre a nossa mensagem
e seu entendimento,
mas sabemos dosar o
que de fato merece ser
explicado mais a fundo,
sem delongas.

Não exageramos na dose

Trazemos leveza para o
texto, mas evitamos o
uso de gírias, expressões
nichadas ou sacadas
exageradamente fun.
Aqui, a gente até perde a
piada, mas não perde a
mensagem.

3

Particularmente
amigável

Na prática

(SITE - FUNCIONALIDADES)

Rapidez, segurança e mais tempo para os seus negócios. A gente pensou tudo isso pra você.

Aqui na Kobana, a gente garante:

Recebimentos mais ágeis: porque, como você não precisa de intermediador, o dinheiro vai direto pra sua conta depois da compensação.

Processos 100% seguros: já que o dinheiro não passa por outras mãos a não ser a sua, além de impedirmos que os boletos sejam adulterados.

Sem perda de tempo: você emite, envia e gerencia boletos de qualquer valor, de forma

descomplicada. E, claro, sem pagar nada a mais por isso.

Ah, e tem mais:

- Integração com mais de 20 plataformas. Em com a nossa API, seu próprio sistema também fica integrado com a Kobana.

- E, se você tem um e-commerce, ele também pode ser integrado, para automatizar a emissão de notas e envio de e-mails para os seus clientes.

3

Particularmente
Amigável

Na prática

O mundo tá mudado, né? A gente também.

Não importa o tamanho da sua empresa,
a gente tem o que ela precisa.
Conheça as novas funcionalidades da
Kobana.

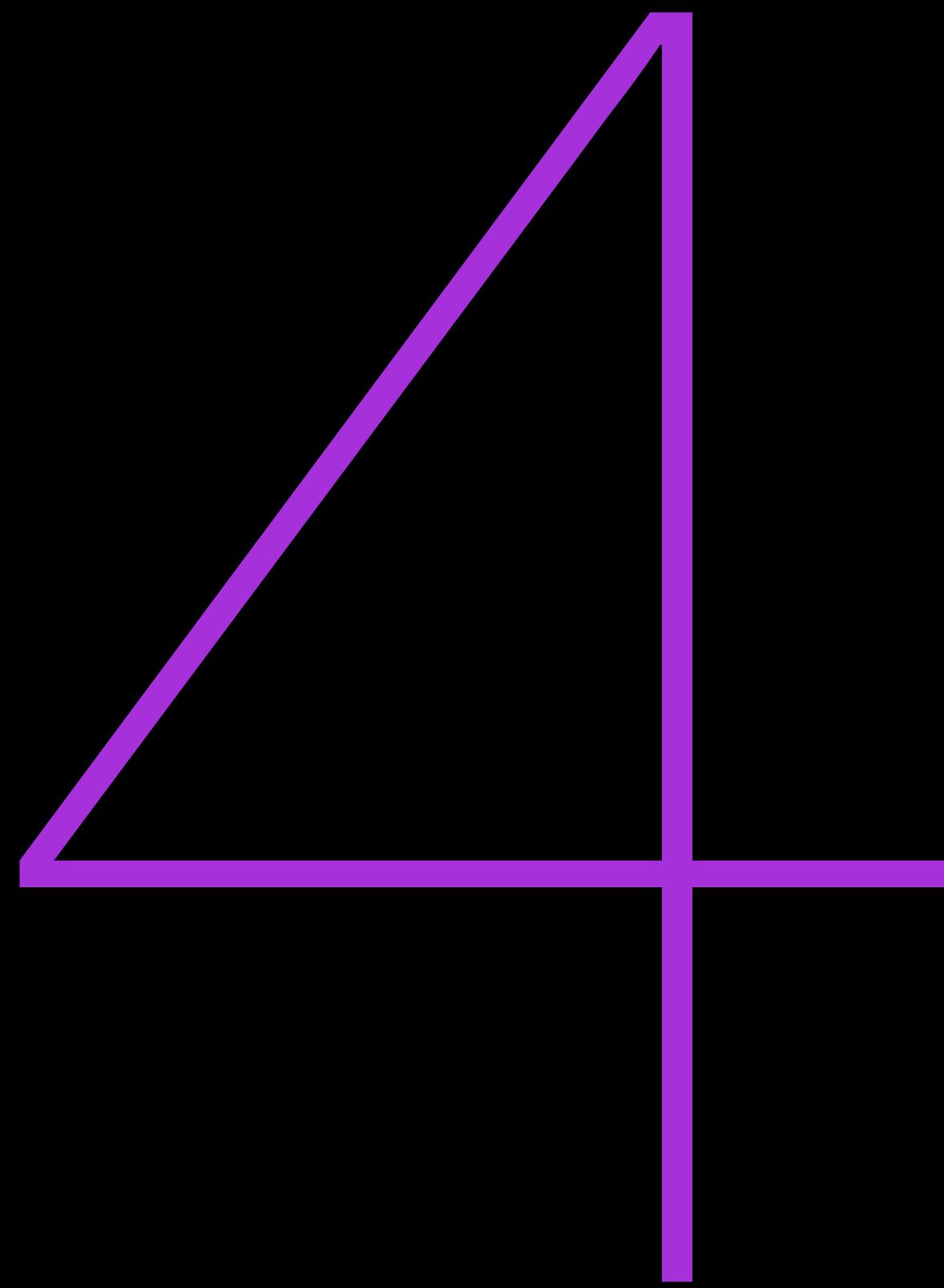
Quer incluir o PIX nos seus boletos? É pra já!

Com o Kobana Charge é só incluir o
QR Code do PIX nos seus boletos atuais.
Quer testar?

Quer um API bem intuitivo? A gente não só tem, como capricha na agilidade dele.

Kobana Banking
O jeito prático de integrar carteiras de
vários bancos e de homologá-las na hora!
Quer testar?

Logotipo





Olá,



**ainda não fomos
apresentados?**



então, vamos lá!



**somos uma
plataforma
open finance**



robusta



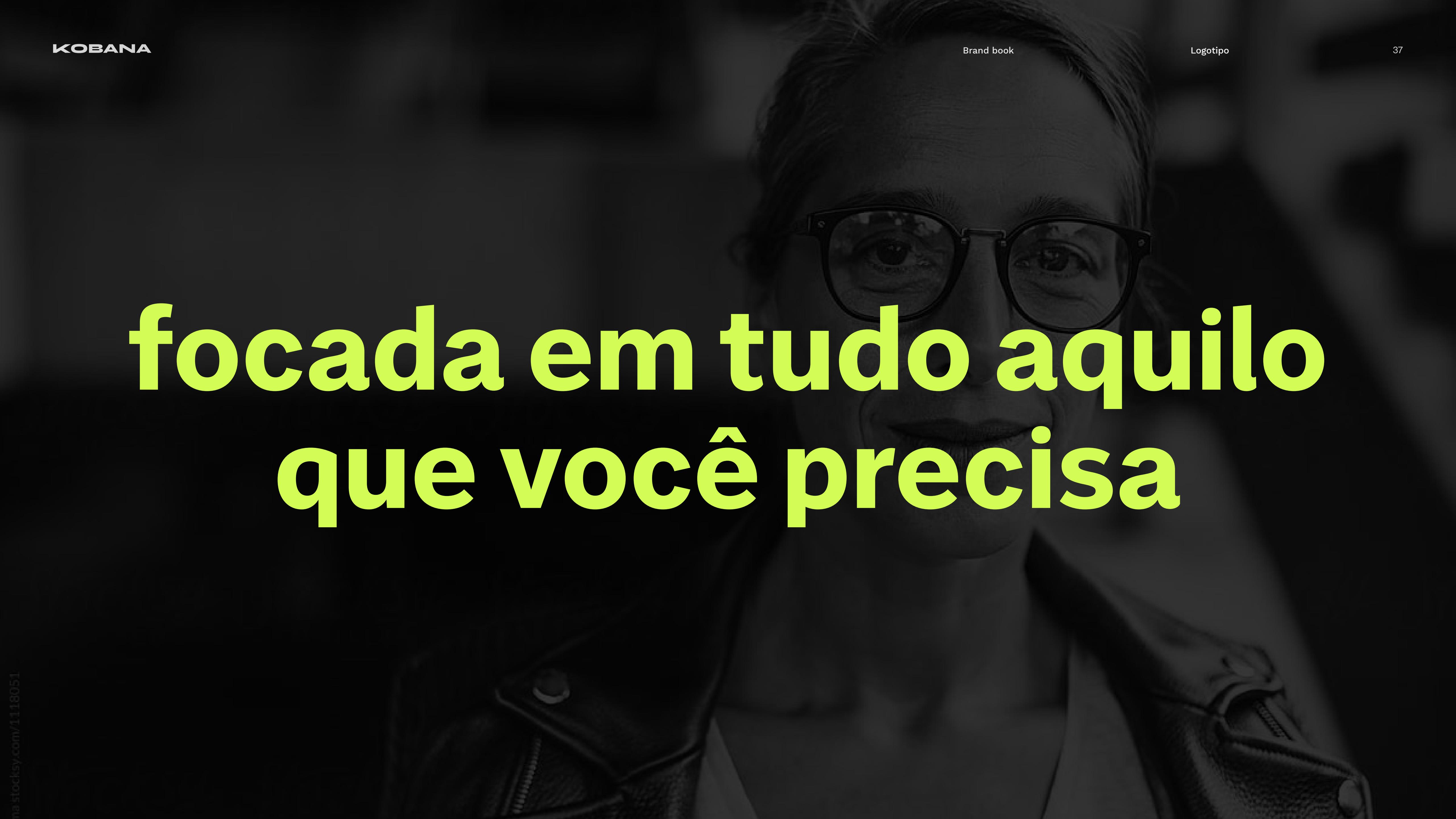
segura



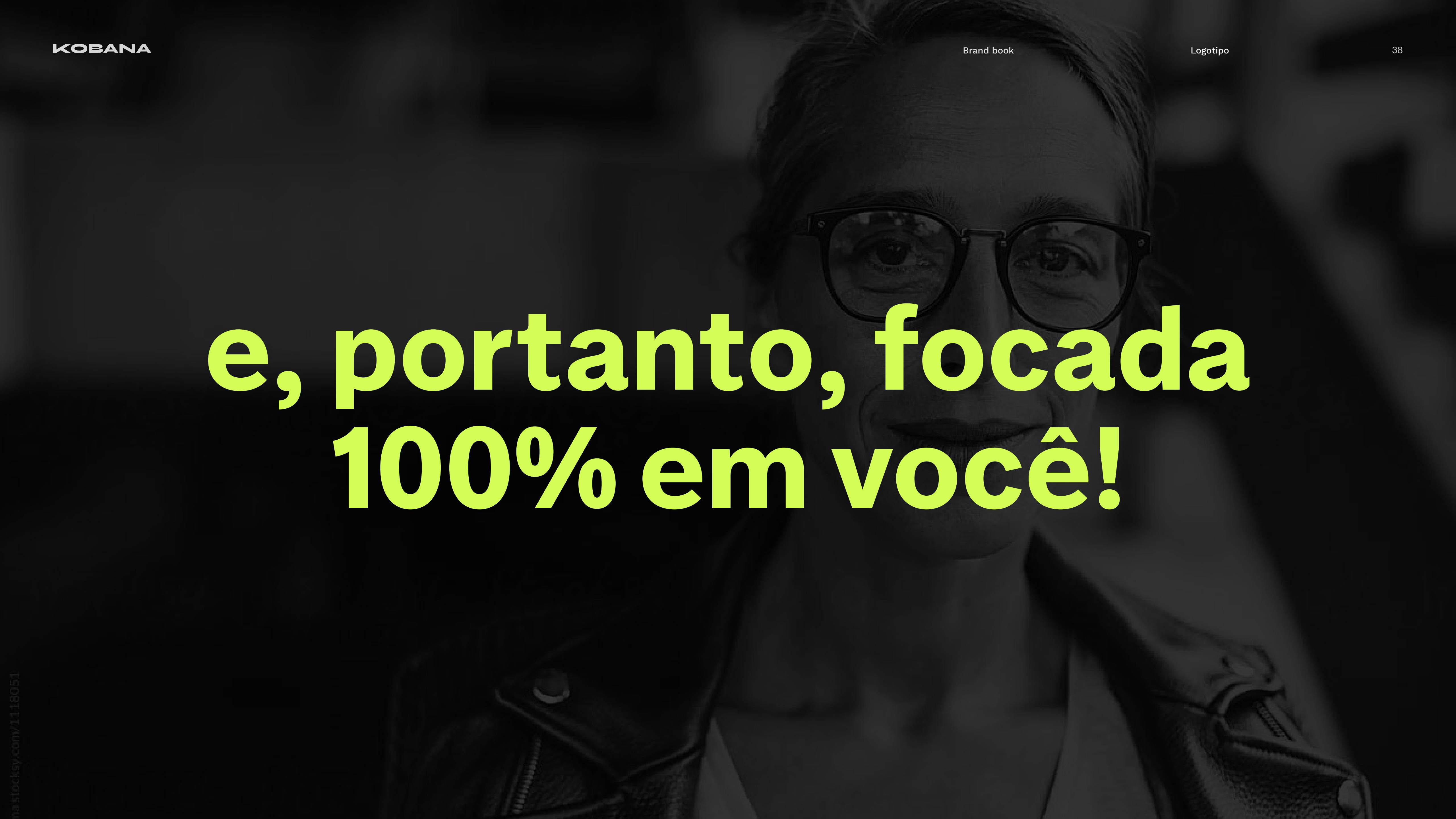
intuitiva



eveloz



focada em tudo aquilo
que você precisa



**e, portanto, focada
100% em você!**



muito prazer

somos a

KOBANA

KOBANA

KOBANA

Kobana parte das formas da tipografia Syne, uma fonte neogrotesca, sans serif, estendida.

Significa que sua estrutura é modular, com bastante contraste e geométrica, muitas das vezes simétrica.

As neogrotescas surgiram no início do século 20 e, assim como Kobana, nasceram com o objetivo de simplificar as formas.



Sua característica bold e estendida reforça a robustez da empresa, mas sem perder a velocidade. Suas letras geométricas e largas projetam a marca, dando a sensação de movimento.

Já a estrutura modular, geométrica, constrói o imaginário do expert, aquele que tem suas bases fundadas na precisão e na tecnologia.

Logotipo

versões

Kobana pode se manifestar em três diferentes versões de logotipo:

Horizontal, versão primária;

Esta é a opção que deverá ser amplamente disseminada no dia a dia da empresa.



Logotipo

versões

Kobana pode se manifestar em três diferentes versões de logotipo:

Horizontal, versão primária;

Esta é a opção que deverá ser amplamente disseminada no dia a dia da empresa.

Vertical, versão secundária;

Esta é uma alternativa para layouts extremamente verticalizados.



Logotipo

versões

Kobana pode se manifestar em três diferentes versões de logotipo:

Horizontal, versão primária;

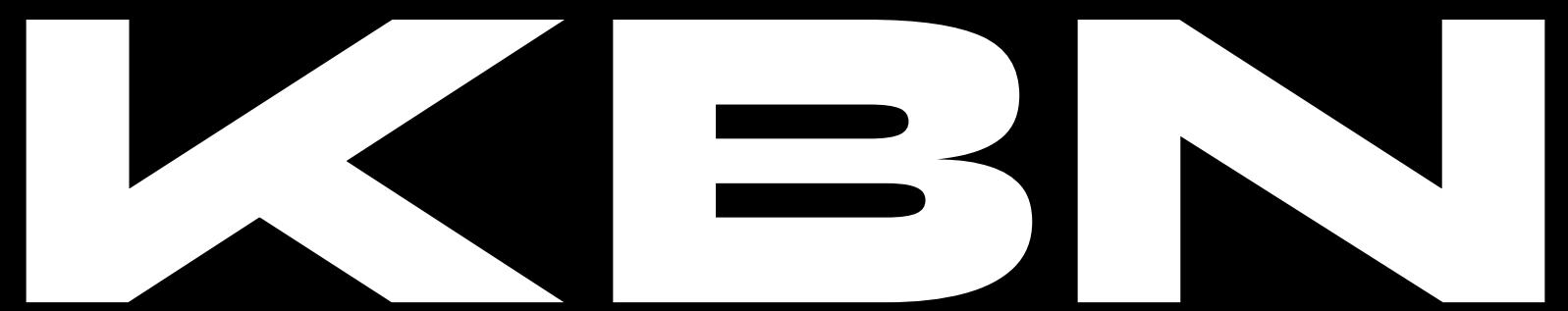
Esta é a opção que deverá ser amplamente disseminada no dia a dia da empresa.

Vertical, versão secundária;

Esta é uma alternativa para layouts extremamente verticalizados.

Versão resumida;

Kobana poderá ser usada na forma resumida, porém devemos ter atenção ao utilizá-la, dando prioridade às versões anteriores.



Logotipo em cores

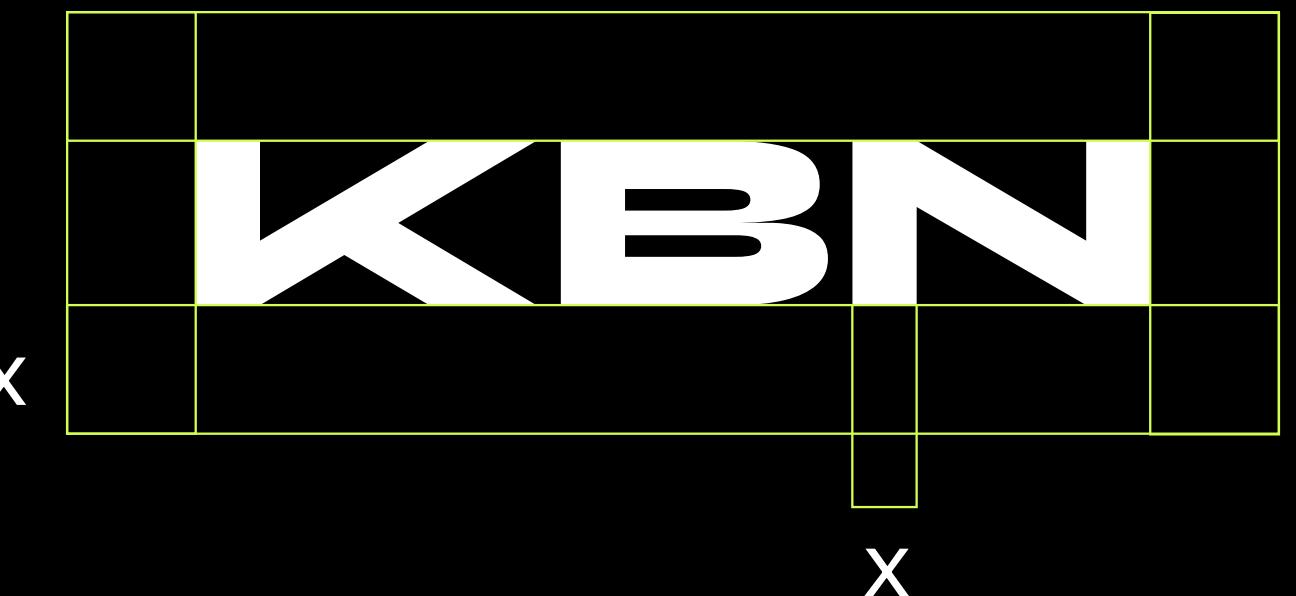
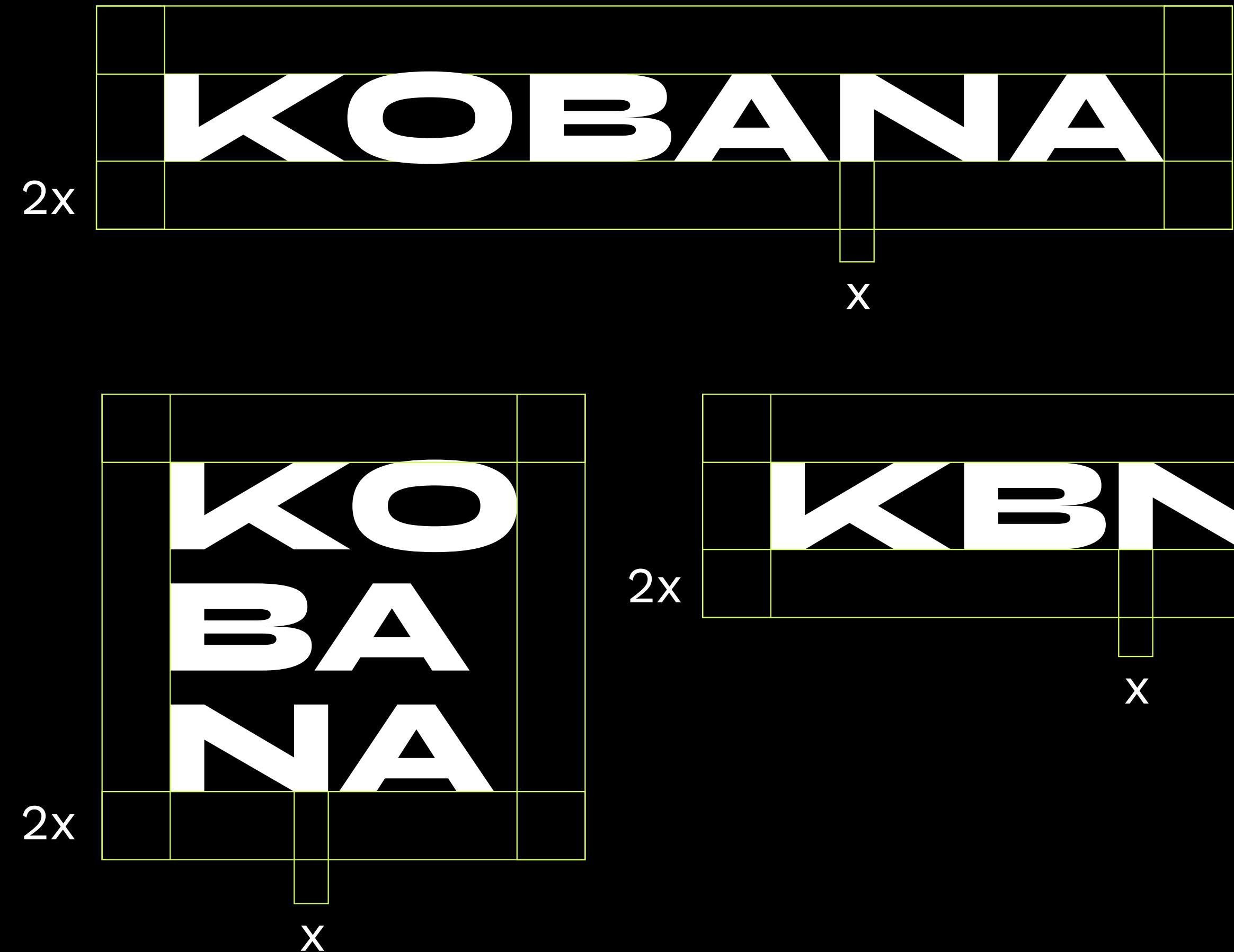
Além das versões em preto-e-branco, o logotipo só deve ser usado no verde-limão.



Logotipo

área de proteção

Os logos devem respeitar as área de segurança, sendo "X" a espessura da letra "N". A área de segurança deve ser duas vezes essa dimensão.



Logotipo reduções

Para melhor legibilidade do logo e do símbolo, a redução máxima deve ser respeitada.

Logotipo Horizontal

15 px (altura) materiais digitais
0,3 cm (altura) materiais impressos

Logotipo Reduzido

15 px (altura) materiais digitais
0,3 cm (altura) materiais impressos

Logotipo Vertical

50 px (altura) materiais digitais
1 cm (altura) materiais impressos

KOBANA | 15 px/ 0,3 cm de altura

KBN | 15 px/ 0,3 cm de altura

KO
BA
NA | 50 px / 1 cm de altura

Logotipo

usos incorretos

O uso correto do logotipo ajuda na pregnância da marca e no reconhecimento.

Por isso, ilustramos ao lado algumas aplicações incorretas do logo e que não devem ser utilizadas em nenhuma ocasião.

The correct Kobana logo, consisting of the word 'KOBANA' in a bold, sans-serif font.

Não deformar o logotipo.

A distorted version of the Kobana logo, where the letters 'K', 'O', 'B', 'A', and 'N' are stacked vertically and slightly tilted to the right.

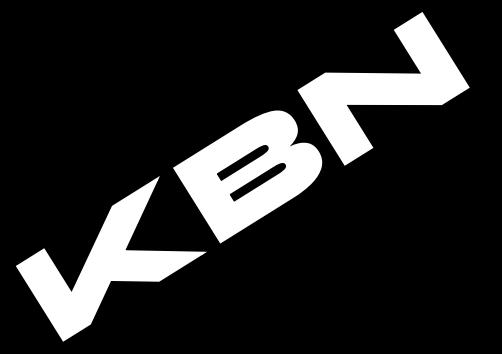
Não mude as proporções.

The correct Kobana logo, consisting of the word 'KOBANA' in a bold, sans-serif font.

Não use o logotipo em outline.

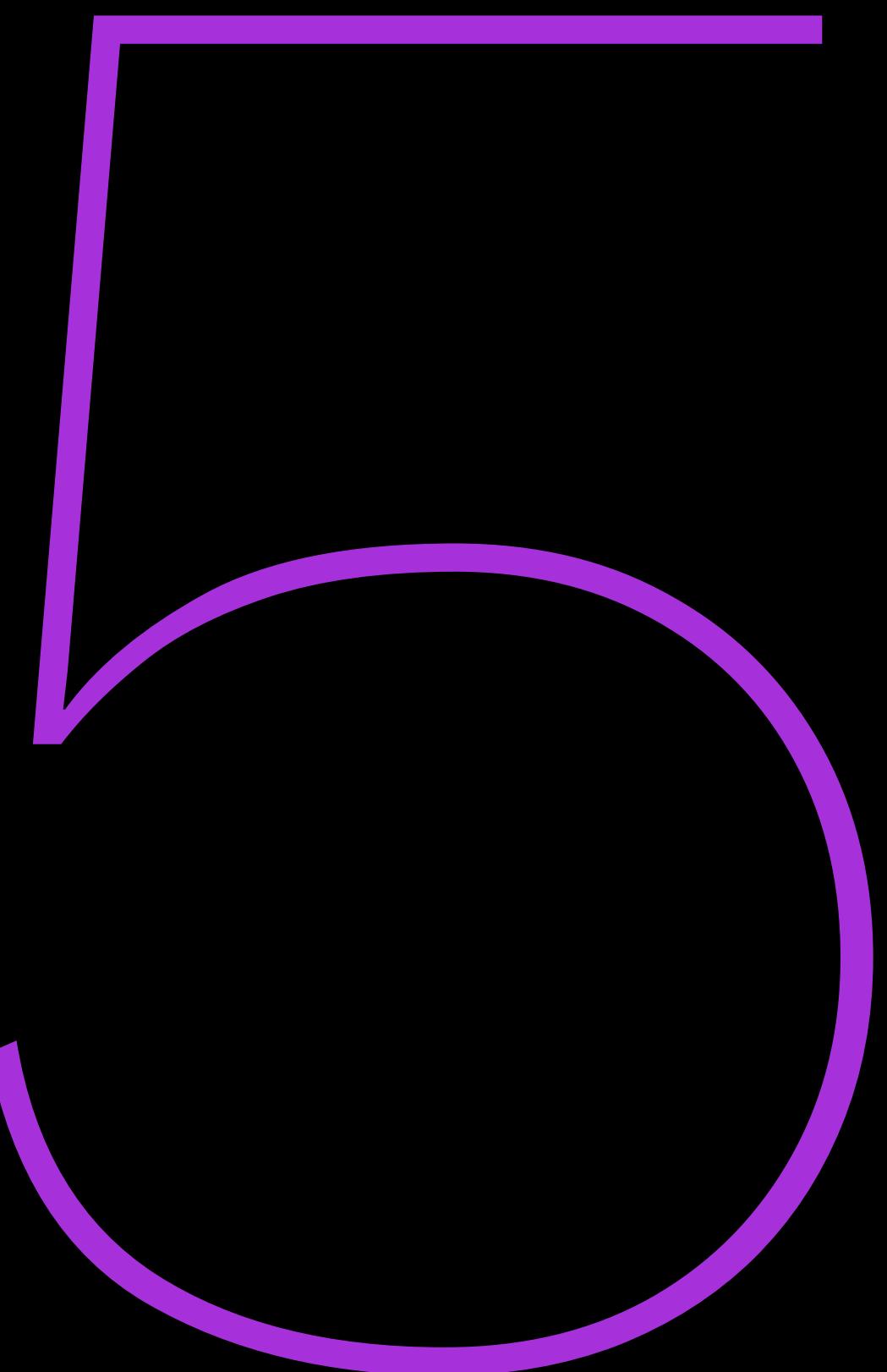
A version of the Kobana logo where the letters are rendered in a thin, black outline, lacking internal fill.

Não reduza o logotipo mais que o permitido.

A very large, slanted version of the Kobana logo, where the letters 'K', 'B', 'N' are elongated horizontally.The Kobana logo in a solid red color, which is not the standard color for the logo.

Não use o logotipo em outras cores.

Linguagem
visual



Tipografia primária

A tipografia Work Sans tem um design simples, dde baixo contraste, que não "rouba" a atenção do conteúdo.

Possui uma família ampla, versátil. Seu objetivo é transmitir com clareza as informações, sem deixar dúvidas visuais. Dessa forma, a fonte poderá ser usada em títulos, textos corridos e nos mais diversos pontos de contato.

Work Sans

Aabc12345

@ \$ % { / K }

Fino *itálico*
Extraleve *itálico*
Leve *itálico*
Normal *itálico*
Médio *itálico*
Seminegrito *itálico*
Negrito *itálico*
Extranegrito *itálico*
Preto *itálico*

Tipografia secundária

A Syne é uma fonte display, de bastante personalidade, que deverá ser usada com responsabilidade. Seu uso excessivo ou em textos longos pode prejudicar a compreensão da mensagem.

Porém, sendo aplicado estrategicamente, como em títulos e números em destaque, a tipografia ganha um protagonismo bem-vindo.

Syne
Aaibc
12345

Cores

As cores de Kobana foram pensadas através do olhar atento para o mercado das Fintechs e também para seus significados, juntas refletem os atributos de design da marca.

As cores principais são o preto e o verde-limão que devem estar em maior proporção. As demais são cores secundárias que podem vir em detalhes.

Dinheiro, crescimento e sustentabilidade

R211 G253 B84
C27 M0 Y80 K0
#D3FD54

Elegância, confiança e inovação

R0 G0 B0
C0 M0 Y0 K100
#000000

Sabedoria, criatividade e paixão

R166 G48 B218
C60 M80 Y0 K0
#A630DA

Tecnologia, profissionalismo e solidez

R103 G103 B103
C56 M45 Y45 K32
#676767

Transparência, possibilidades infinitas e equilíbrio

R253 G253 B251
C0 M0 Y0 K0
#FDFDFB

Cores

universo Kobana

Ao longo dos desdobramentos da linguagem, podemos eleger proporções cromáticas que façam sentido para um assunto ou para um público, como forma de diferenciação. Sendo esse uma forma de diferenciação. Veja os exemplos ao lado:



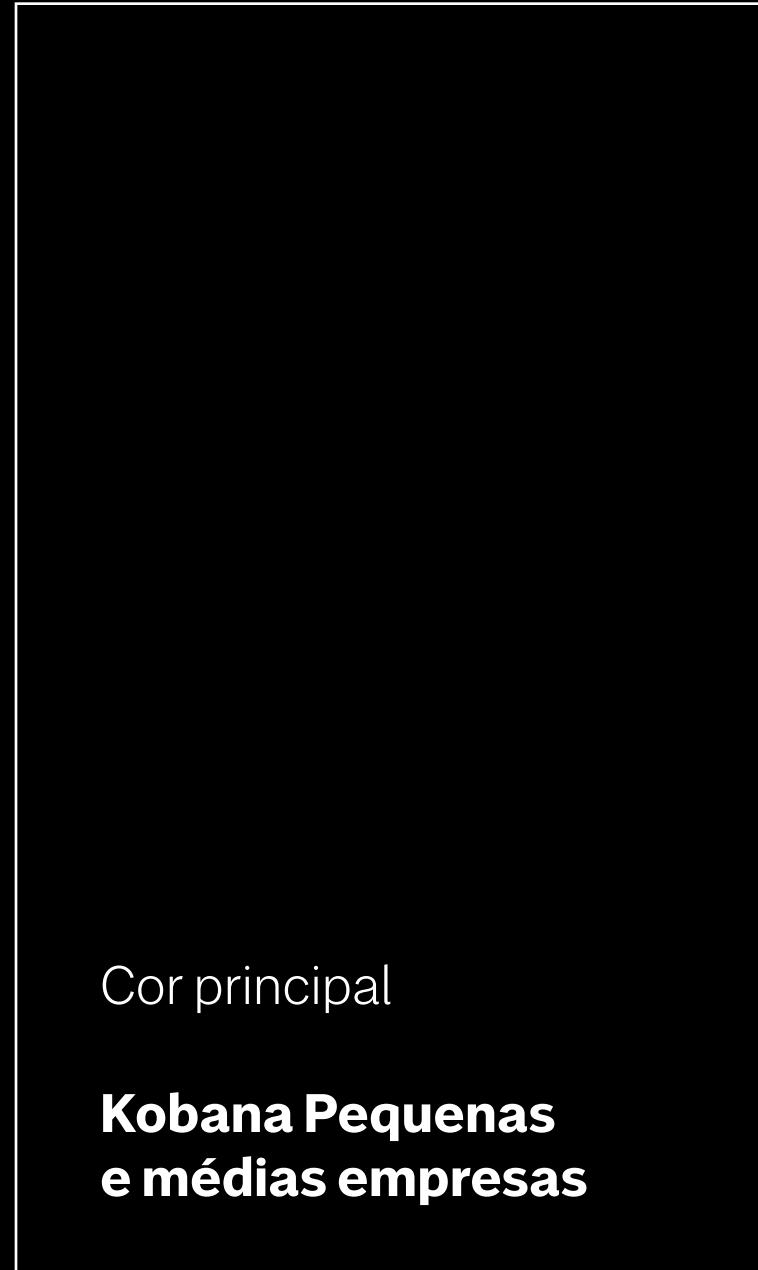
Cor principal

KOBLOG



Cor principal

**Kobana Grande
empresas**



Cor principal

**Kobana Pequenas
e médias empresas**

Fotografia

As fotografias de Kobana devem transmitir proximidade, confiança e expertise de quem entende do assunto. Para isso podemos explorar situações do cotidiano do cliente, do olhar atento dos colaboradores, as parcerias, e os momentos descontraídos, mas também de seriedade.

Imagens P&B ajudam a transmitir a pregnância da marca, e planos fechados dão foco ao assunto que é realmente importante.

É necessário também que todos os públicos se sintam representados, por isso, diversidade é bem-vinda.



Fotografia

tratamento

Para um bom resultado do tratamento da imagem P&B é necessário que: o primeiro passo seja fazer os ajustes para Black and White e, em seguida, equalizar luz e sombra no contraste.

Colorado



Camada de ajuste Black and White



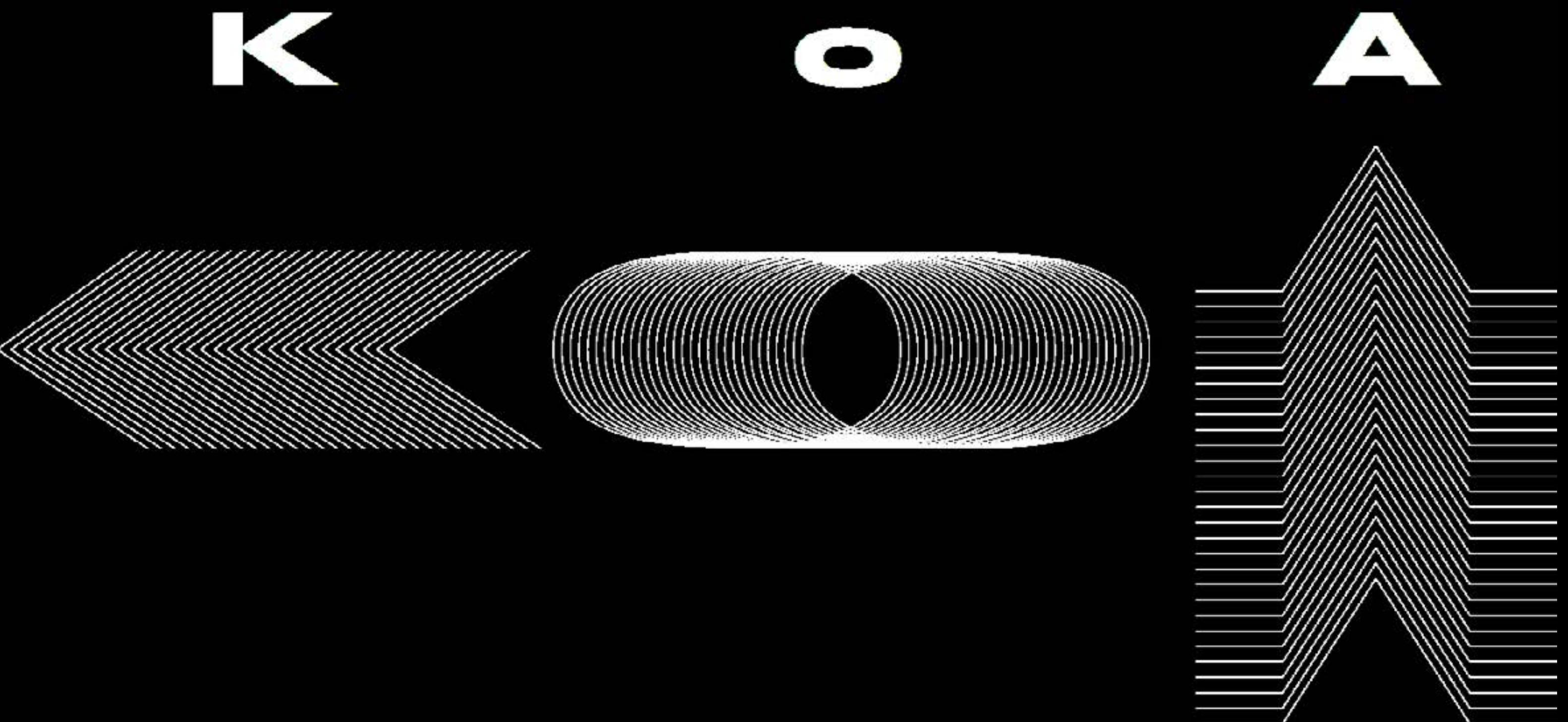
Camada de ajuste de contraste



Grafismo

Através da repetição das linhas que constroem as letras da marca, criamos padrões que constituem os grafismos de Kobana.

Linha: 1 px



ícones

Usaremos uma família iconográfica da streamline que possui grande repertório de interface, ideal para Kobana. Sua linguagem é flat, outline e de entendimento rápido.



intuitivo

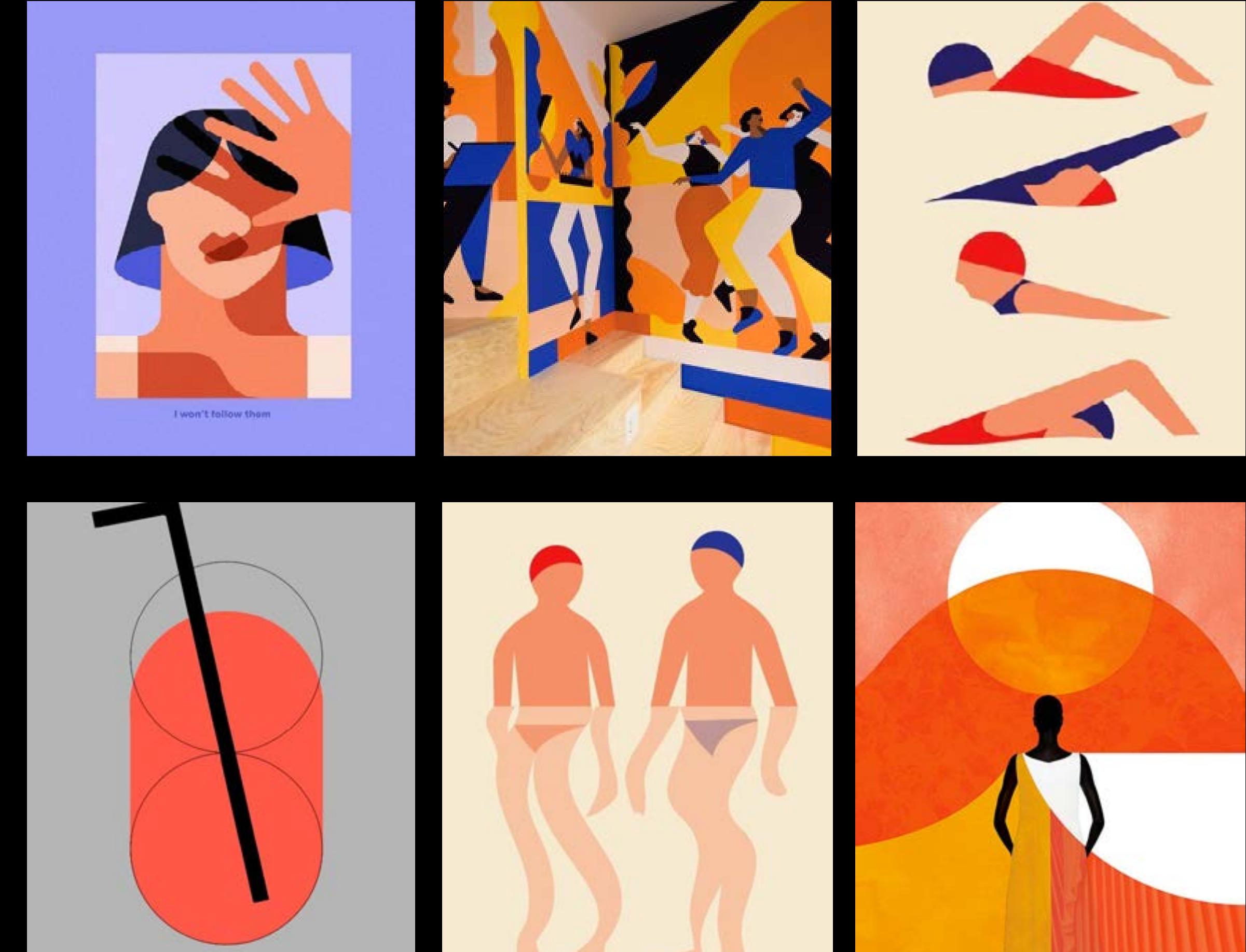


Ilustrações

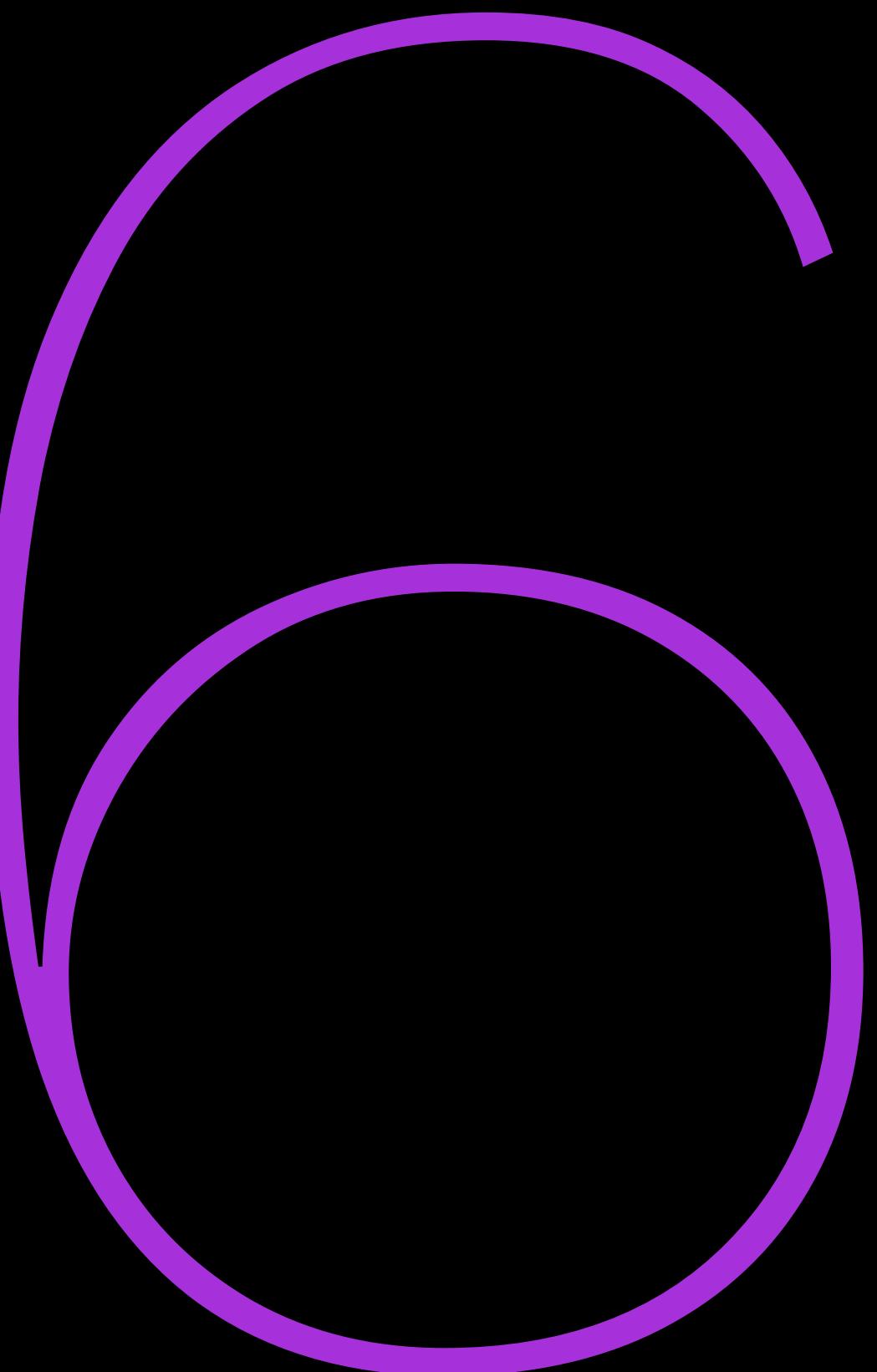
As ilustrações a serem desenvolvidas devem ser geométricas e fluidas: geométricas, para reconhecer a precisão e técnica; e fluida para contrapor o lado humano e flexível da marca.

Elas são também flat, limpas e sem firulas, para comunicar de forma objetividade e democrática.

Veja ao lado algumas referências de estilo de traço:

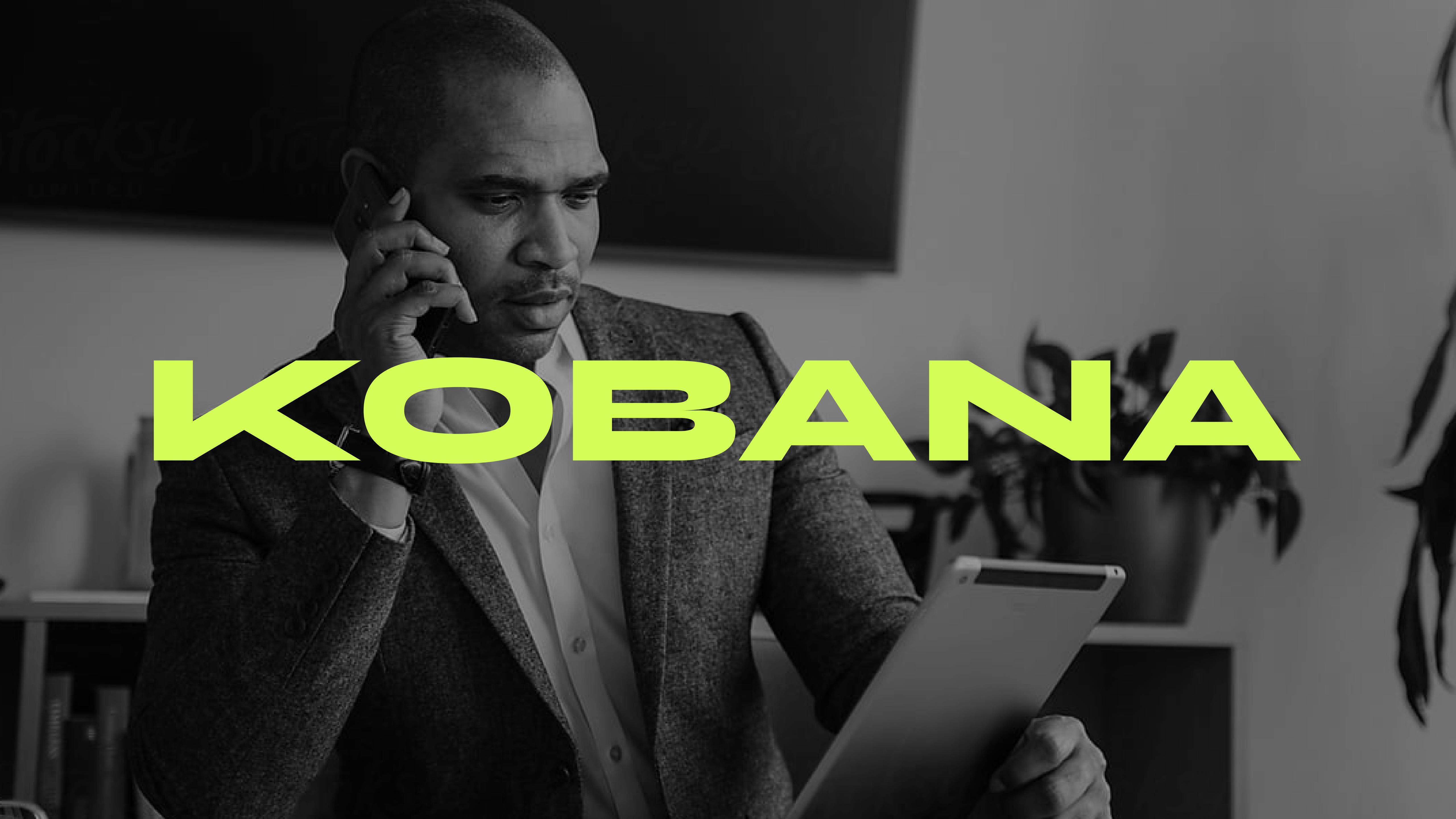


Aplicações



KOBANA





KOBANA

KO
BA
NA



KBN



2021

VOBANA



KOBANA

Kivanio Barbosa
Co Owner Kobana

+55 21 991587 036
kivanio@kobana.com



2021

ainda tem muita coisa boa pela frente

Já passamos da metade de agosto e, mais uma vez, bateu aquele pensamento de que mais um ano voou. Mas a gente sabe que ainda dá para aproveitar muito do que 2021 ainda pode oferecer. Confira nossas dicas de oportunidades financeiras para pequenas ou grandes empresas para os próximos meses do ano.

Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetuer adipiscing elit,

KOBANA





KOBANA

Quer um API bem intuitivo?

A gente não só tem,
como capricha na agilidade dele.

Kobana é o jeito prático de integrar
carteiras de vários bancos e de
homologá-las na hora!

Quer testar?



KOBANA
Banking







intuitivo

2021
ainda tem
muita coisa
boa pela
frente

Viemos para
descomplicar
o seu sistema
financeiro.

PIX

Juliana

lorem ipsum dolor sit
amet, consectetur elit, sed
adipiscing elit, sed
diam nonummy nibh
euismod tincidunt ut
laoreet dolore.

YOBANZA

• Pix
er um
bem
intuitivo?

• Quer
incluir
o PIX
nos seus
boletos?



Obrigado!

KOBANA