



**PROPOSTA PARA DESENVOLVIMENTO
E IMPLEMENTAÇÃO DE
BRANDING**

POR QUE BRANDING?

Branding é um modelo de gestão estratégica da comunicação para construir marcas líderes.

O objetivo do branding é gerar e aumentar o **brand equity** (valor de marca), orientado sob essas quatro dimensões:

- **Conscientização de marca**
- **Qualidade percebida**
- **Associações de marca**
- **Fidelidade à marca**

Desde a prestação de um serviço ou o desenvolvimento de um produto; do atendimento ao cliente e o recrutamento de novos talentos, o Branding auxilia seu negócio a se guiar por valores práticos para que cada meta dentro do planejamento estratégico seja atingida de forma coerente e consciente com os **valores** que a marca deseja **comunicar.**



NA PRÁTICA

ESTRATÉGICO

- **Desenvolver o Manual de Marca e torná-lo documento oficial de comunicação da identidade e ecossistema de valores da marca**
- **Definir segmentação, posicionamento e persona;**
- **Definir Linha Editorial e Calendário Editorial;**
- **Definir Calendário de Eventos anuais fora e dentro da empresa**

NA PRÁTICA

TÁTICO-OPERACIONAL

- **Garantir que toda a comunicação da empresa, interna ou externa, esteja sendo guiada pelo Manual de Marca com o menor desvio possível, inclusive participação em eventos, congressos etc;**
- **Criar rotina de pesquisa e coleta de dados sobre o mercado, concorrentes, parceiros e outros;**
- **Pautar, reunir, alinhar as expectativas, apresentar e aprovar as demandas de material de comunicação com agência de publicidade, sinalização, relações públicas e outros parceiros;**
- **Auxiliar no planejamento, criação e execução de ativações em eventos externos que estejam alinhadas às associações de marca desejadas;**
- **Desenvolver e auxiliar na execução de eventos internos que reforcem a cultura organizacional, a sensação de pertencimento, valorização e recompensa pelo trabalho.**

COMO

DIA-A-DIA

- **Reuniões periódicas com a diretoria, líderes de setores e parceiros estratégicos;**
- **Implementar e gerenciar as rotinas, tarefas e demandas da equipe e parceiros estratégicos do setor;**
- **Definir, acompanhar, analisar e apresentar OKR's e KPI's do setor e de suas ações.**

