1. **Processo de Naming**

**1.1 Descrição do negócio:**

O nome da sua marca  **Imagine Design** possui papel fundamental para o seu posicionamento no mercado, ele é responsável por identificar e diferenciar o seu negócio dos demais existentes. Ter um nome estratégico é essencial para criar um vínculo forte com o seu público e transmitir os valores que compõem sua marca.

**1.2 Brainstorming**

Brainstorming é uma técnica criativa de geração de ideias em grupo, que busca estimular o pensamento livre e espontâneo para solucionar problemas ou desenvolver novos conceitos, sem julgamentos ou críticas iniciais.

Ao realizar esse processo, encontramos os possíveis nomes:

* Art Design
* Artsign
* Design Concept
* Essencial Design
* Arte & Design
* Conceito e Design

**1.3 Filtragem**

Na lista que obtivemos os possíveis nomes, realizamos uma pesquisa levando em conta as seguintes situações:

* Se nome já existe;
* Se está atrelado a alguma empresa;
* Significado em outras línguas;
* Relevância;

Fizemos uma pesquisa, e concluímos que a expressão mais adequada é a “Game in Box”, do qual a palavra “Box”, tem função de unir os jogos de tabuleiro dentro de uma única caixa.

**2. Posicionamento**

2.1. Tom de Voz

Prezamos pela cordialidade, respeito e educação, acreditamos que esses são valores mínimos para qualquer interação e relação humana saudável.

Portanto se faz necessário uma conduta que esteja de acordo com esses valores.

O tom escolhido para o negócio é mediano, porque:

* Atendemos diversos setores do mercado com o design e marketing.

2.2. Linguagem Utilizada

O termos escolhidos para o negócio são:

1. Imaginer´s;
2. ID´s;
3. Designers;

2.3. Canais de Comunicação

Os Canais de Comunicação foram selecionados com base em pesquisa realizada sobre os canais mais utilizados pelo público-alvo da marca, com base nisto, foram elencados:

* Facebook;
* YouTube.

2.4. Tipos de Conteúdo

A partir dos Canais de Comunicação selecionados, foram escolhidos os seguintes formatos e tipos de conteúdo:

Formatos:

* Posts;
* Carrosséis;
* Reels/Shorts;
* Stories;
* Vídeos;
* Links;

Conteúdo:

O conteúdo para estes formatos foca em Marketing de Conteúdo, através de conteúdos educativos e para entreter, mostrando como os jogos de mesa são jogados, e conteúdos promocionais, através da promoção para a venda da caixa, com descontos especiais e edições limitadas.