
ELEMENTOS DE FORÇA DA MARCA

1. PROPRIETÁRIA

Proprietária de um propósito que norteia suas ações.

2. AUTENTICIDADE

Baseada numa verdade interna.
A essência da marca.

3. RELEVÂNCIA

Atende às necessidades ou desejos dos clientes.

4. DIFERENCIAÇÃO

Ter um significado que a torne diferente das outras marcas.

5. CONSISTÊNCIA

Consistência no discurso e aplicação da marca em todos os pontos de contato.

6. PRESENÇA

Estar onde o público está.

PROPÓSITO

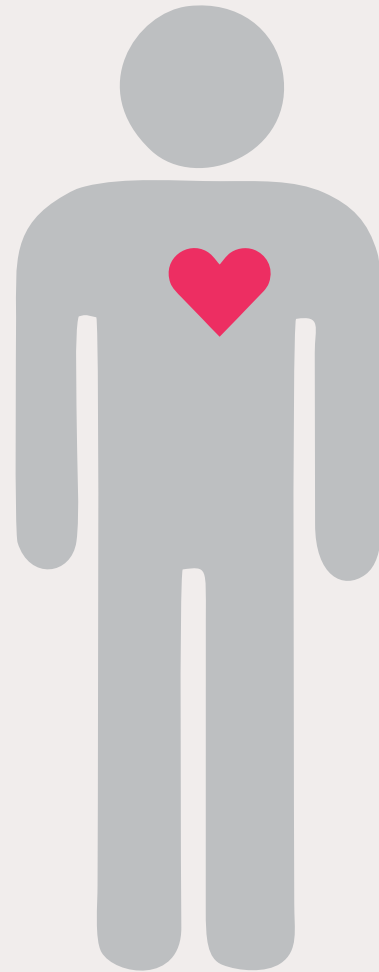
PERSONALIDADE

SIGNIFICADO

PROPOSTA DE VALOR



GOLDEN CIRCLE



COMO GOSTARIA DE SER LEMBRADO?

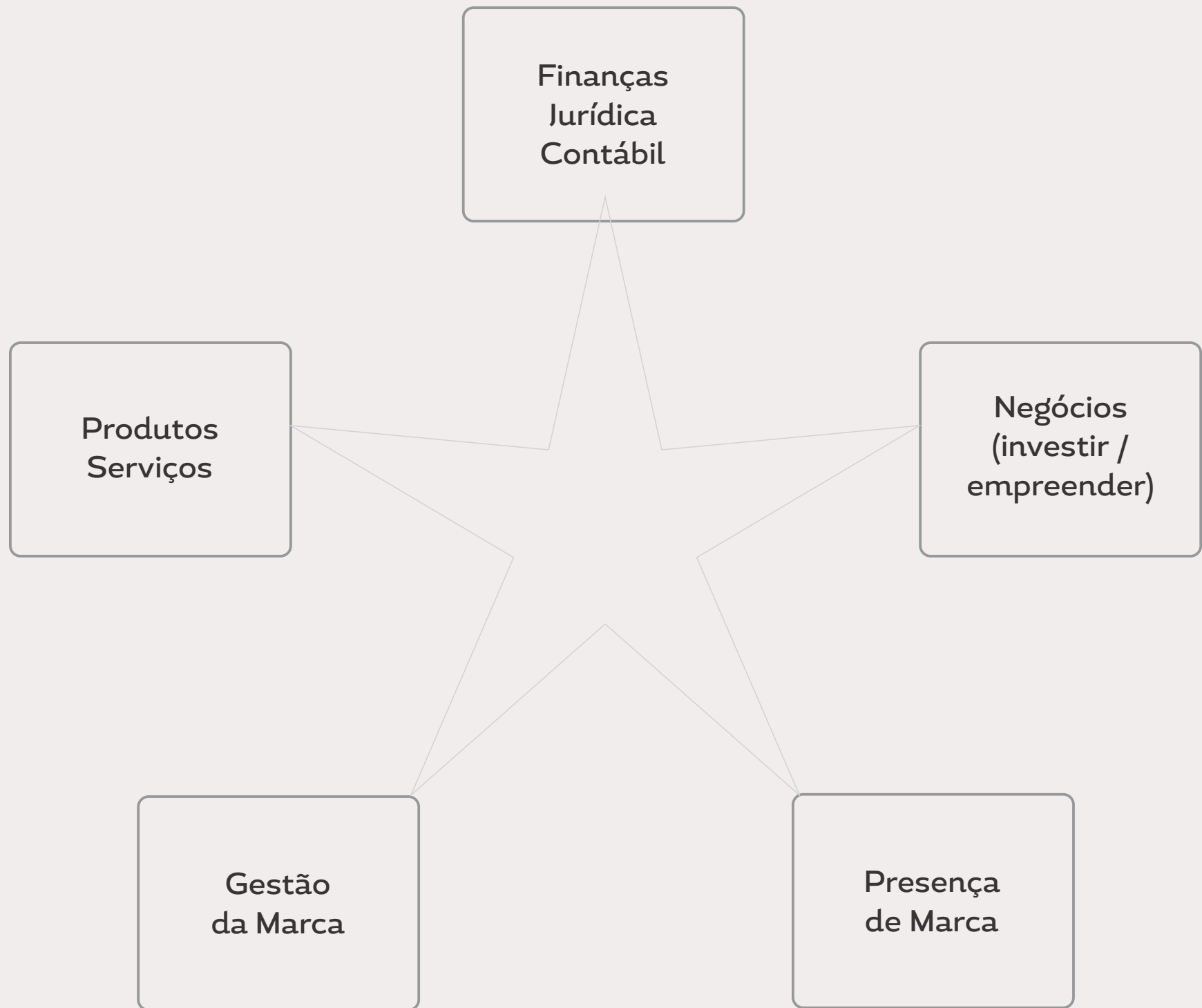
O QUE NÃO É?

QUEM É O MERCADO ALVO?

STAKEHOLDERS?

VANTAGEM COMPETITIVA?

CONCORRENTES? QUEM ADMIRA?



Finanças
Jurídica
Contábil

Déo

Produtos
Serviços

Hugo

Negócios
(investir /
empreender)

Lomeu

Gestão
da Marca

Igor

Presença
de Marca

Lucas

Finanças
Jurídica
Contábil

Déo / Hugo / Lucas

Produtos
Serviços

Hugo / Lomeu / Déo

Negócios
(investir /
empreender)

Lomeu / Déo / Lucas

Igor / Hugo / Lomeu

Gestão
da Marca

Lucas / Igor / Déo

Presença
de Marca