

CONSTRUÇÃO DE MARCA ENSEADA VALLEY

PLATAFORMA DA MARCA

BRAND FLOOR

NOSSO PROPÓSITO

Tornar o empreendedorismo o motor da economia capixaba.

QUEM SOMOS

Somos a junção / união / somatório dos que acreditam no empreendedorismo no E.S.

O QUE QUEREMOS

Influenciar estrategicamente o ecossistema capixaba movimentando as pessoas certas para promover o empreendedorismo de impacto.

ONDE VAMOS CHEGAR

Ser a voz que representa o empreendedorismo de impacto capixaba.

NO QUE ACREDITAMOS

Que se nos unirmos conseguiremos. Tem muita gente boa trabalhando isolada.

BRAND PROMISE

ENTREGÁVEL DA MARCA

Conseguir falar com grandes players: Governo, Empresas, Associações e outros.

Promover eventos que impulsionem o ecossistema empreendedor.

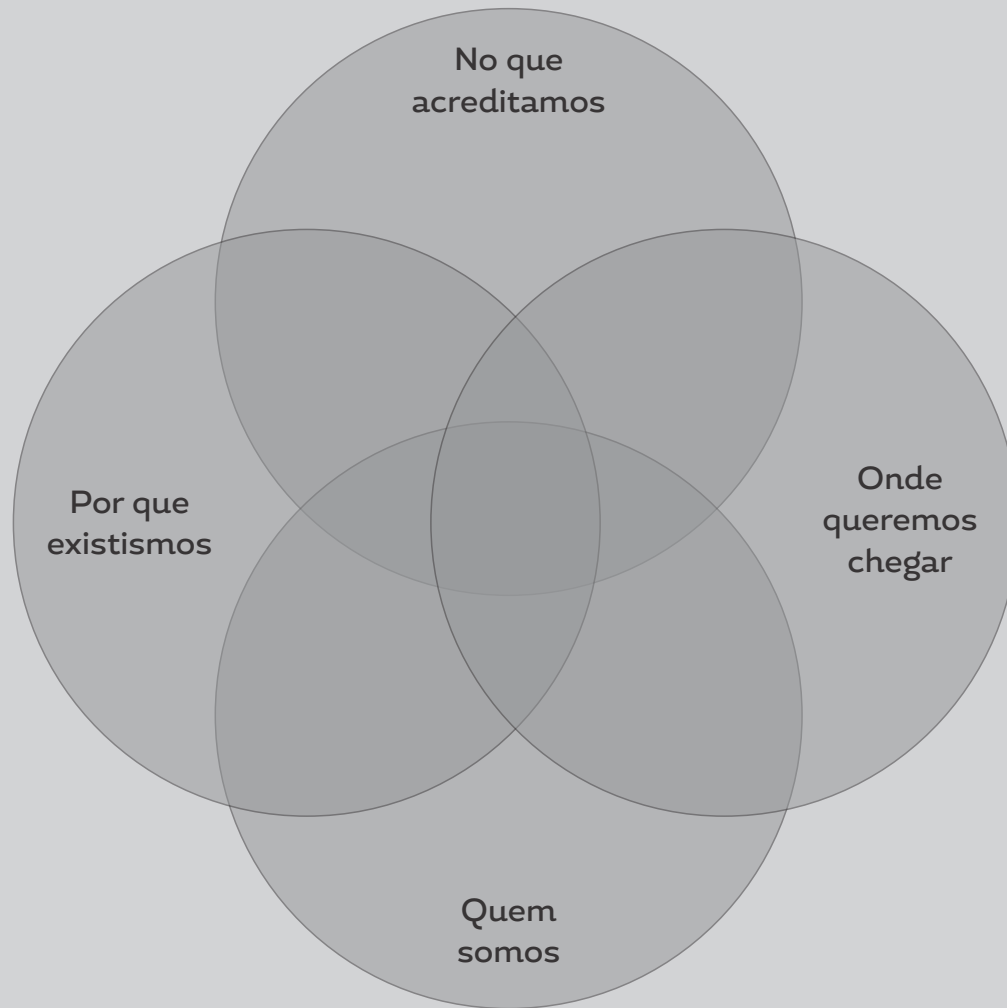
Fomentar negócios para os empreendedores capixabas.

BRAND POSITIONING

COMO NOS POSICIONAMOS

Como a única iniciativa livre, que consegue ter voz com os grandes players, movimentando ações que impulsionem o empreendedorismo no E.S., num momento onde os empreendedores estão isolados e sem força.

BRAND IDEA



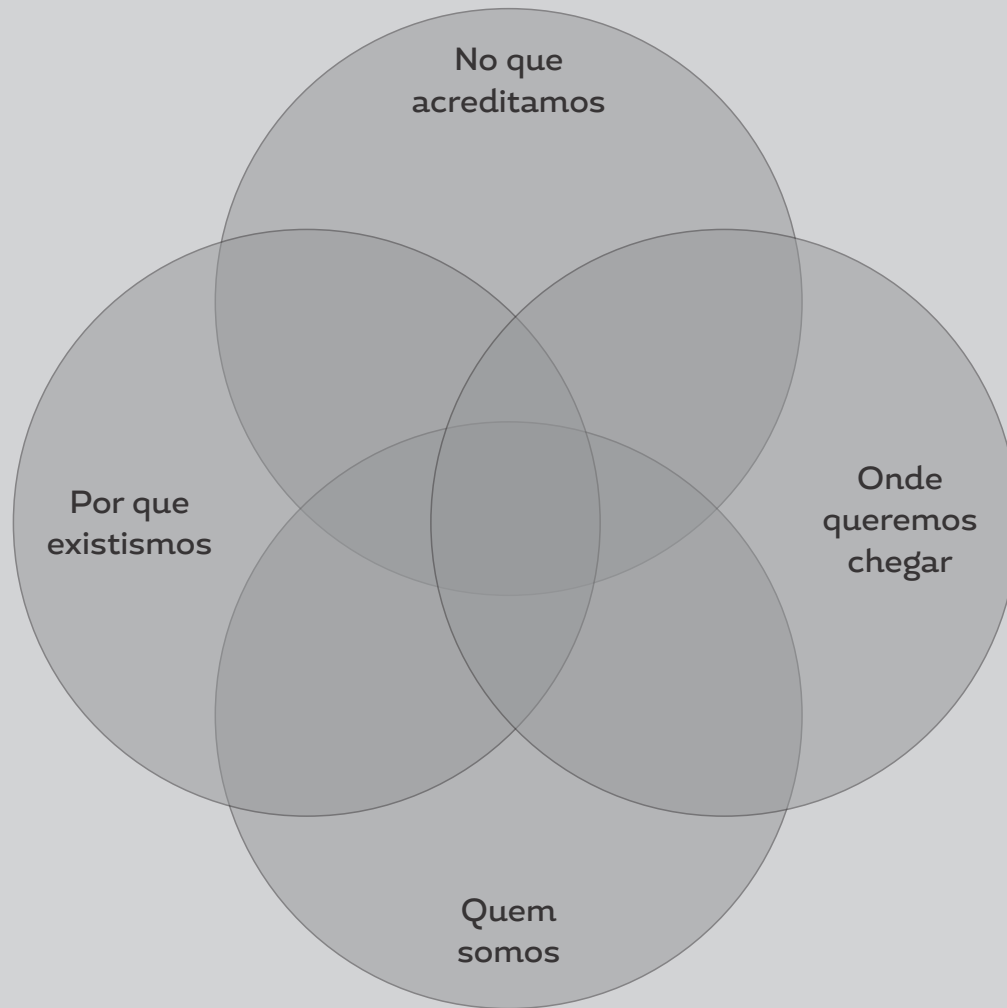
O QUE NOS TORNA ESPECIAIS

Nossa capacidade de conversar com todos os players para juntar forças.

SIGNIFICADO DA MARCA

Conectar empreendedores com quem tem experiência.

BRAND IDEA



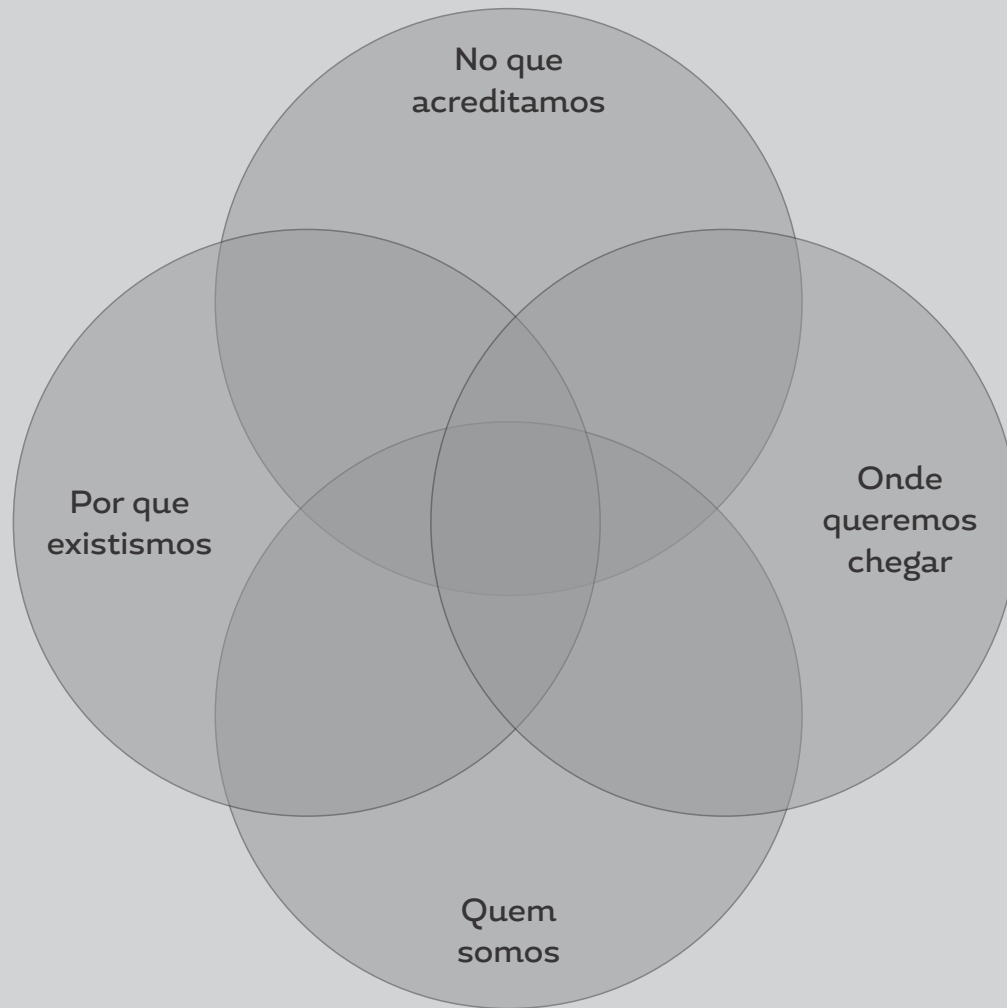
O QUE NOS TORNA ESPECIAIS

Nossa capacidade de conversar com todos os players para juntar forças.

SIGNIFICADO DA MARCA

Conectar empreendedores com quem tem experiência.
Conectar quem não tem influência com quem tem.

BRAND IDEA



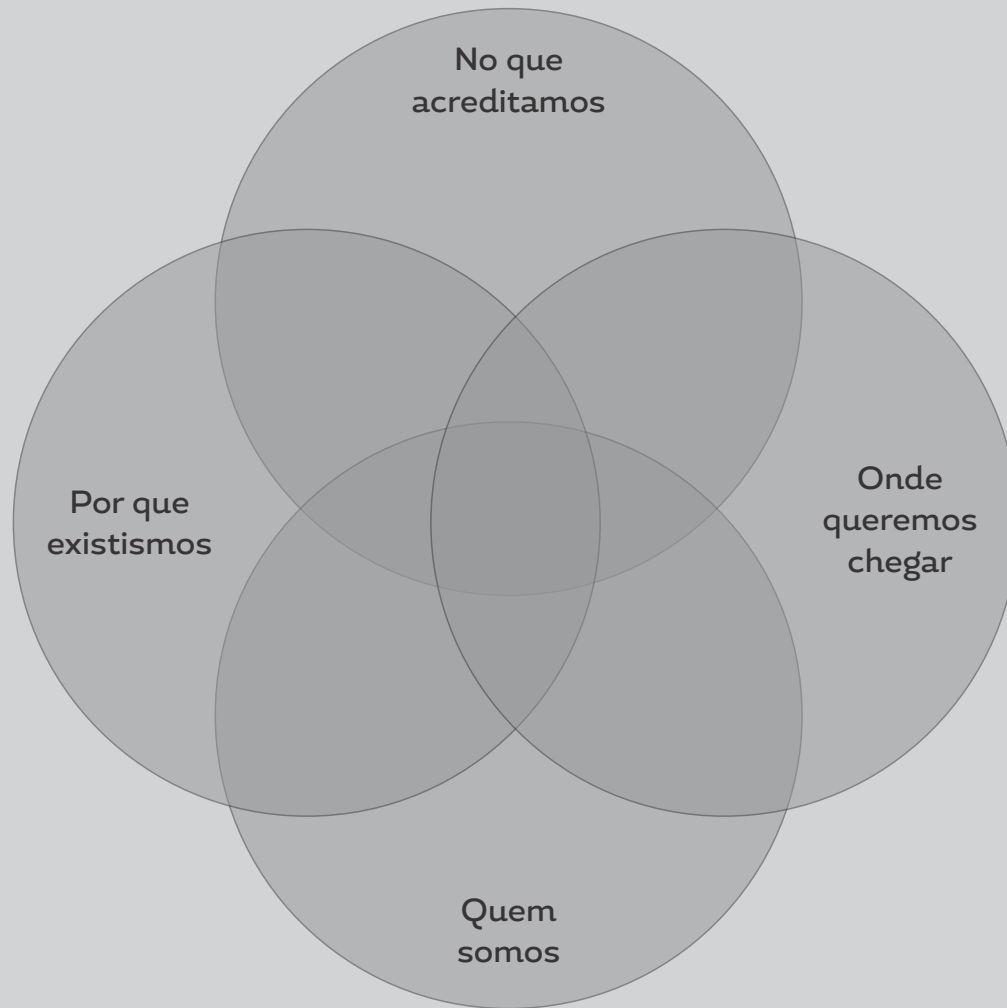
O QUE NOS TORNA ESPECIAIS

Nossa capacidade de conversar com todos os players para juntar forças.

SIGNIFICADO DA MARCA

Conectar empreendedores com quem tem experiência.
Conectar quem não tem influência com quem tem.
Conectar quem precisa de estrutura com quem tem.

BRAND IDEA



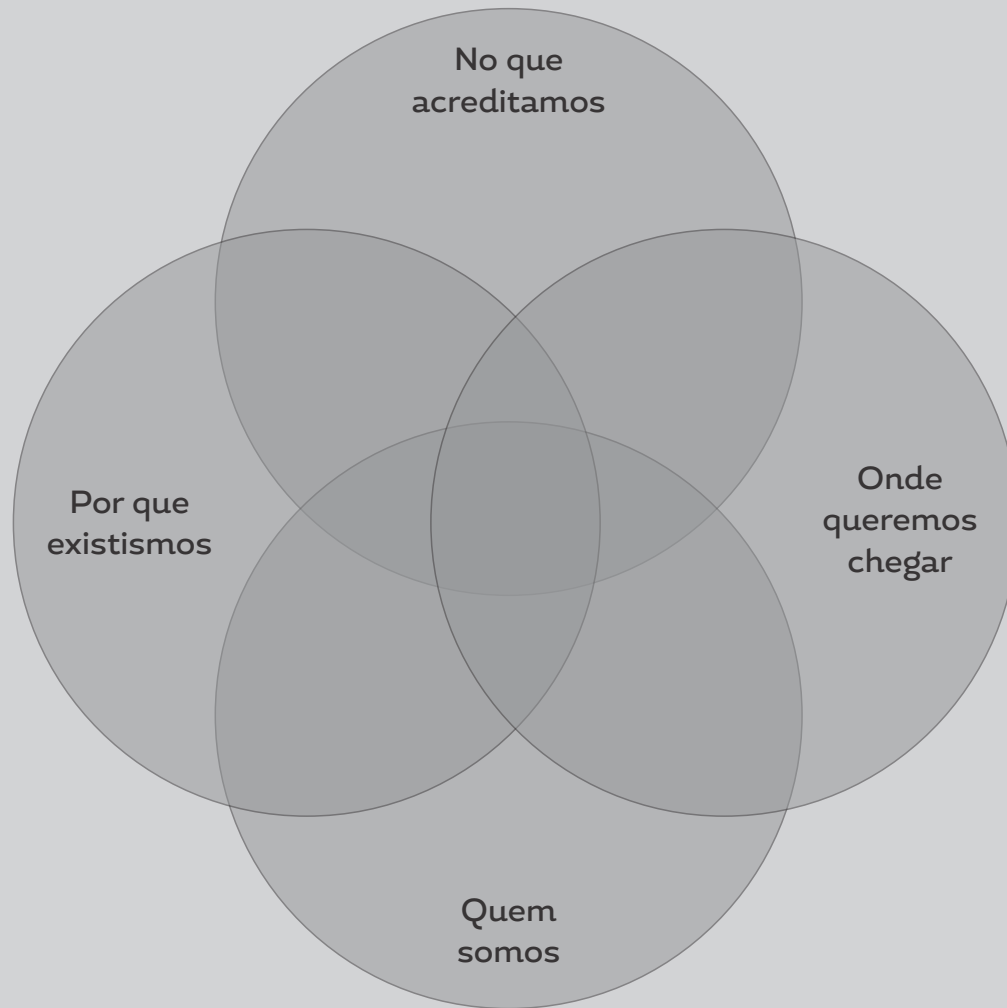
O QUE NOS TORNA ESPECIAIS

Nossa capacidade de conversar com todos os players para juntar forças.

SIGNIFICADO DA MARCA

Conectar empreendedores com quem tem experiência.
Conectar quem não tem influência com quem tem.
Conectar quem precisa de estrutura com quem tem.
Conectar quem quer fazer com quem quer ajudar.

BRAND IDEA



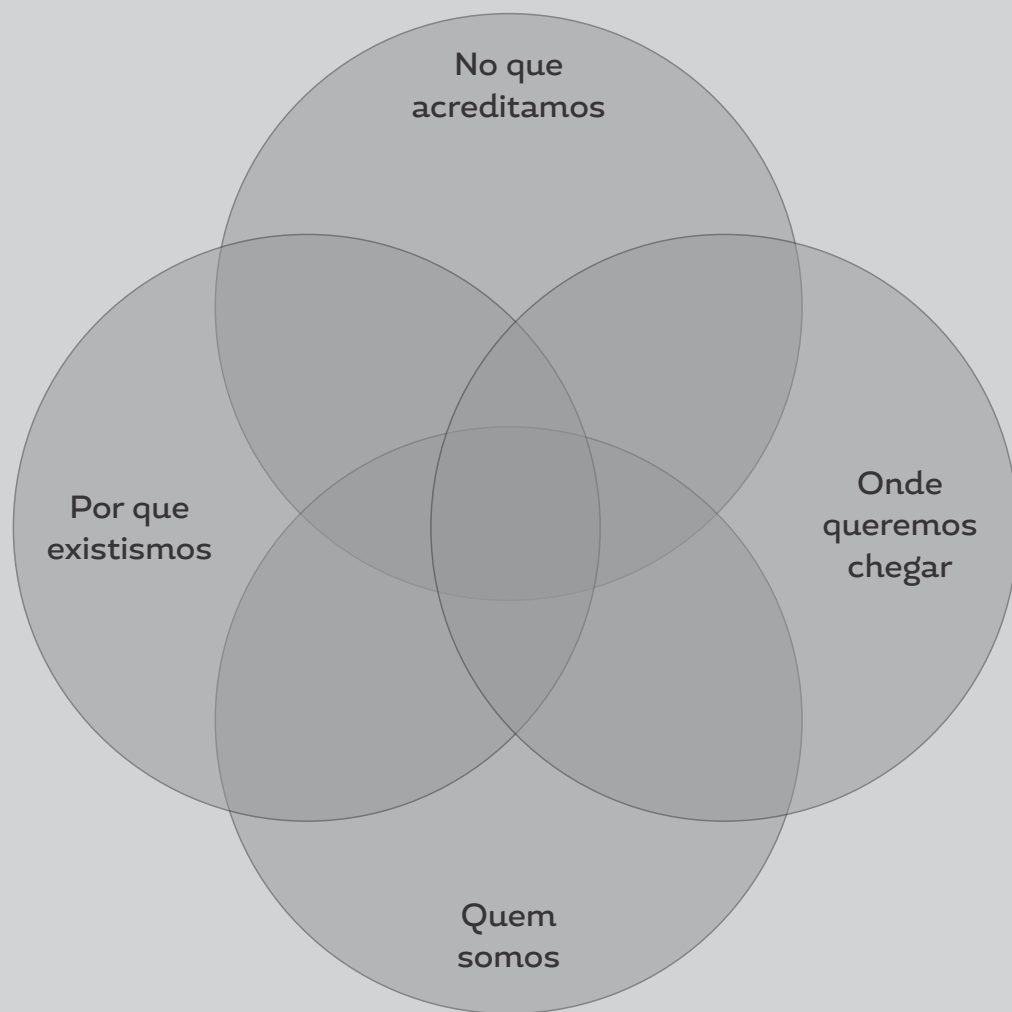
O QUE NOS TORNA ESPECIAIS

Nossa capacidade de conversar com todos os players para juntar forças.

SIGNIFICADO DA MARCA

Conectar empreendedores com quem tem experiência.
Conectar quem não tem influência com quem tem.
Conectar quem precisa de estrutura com quem tem.
Conectar quem quer fazer com quem quer ajudar.
Conectar quem tem capital com quem precisa.

BRAND IDEA

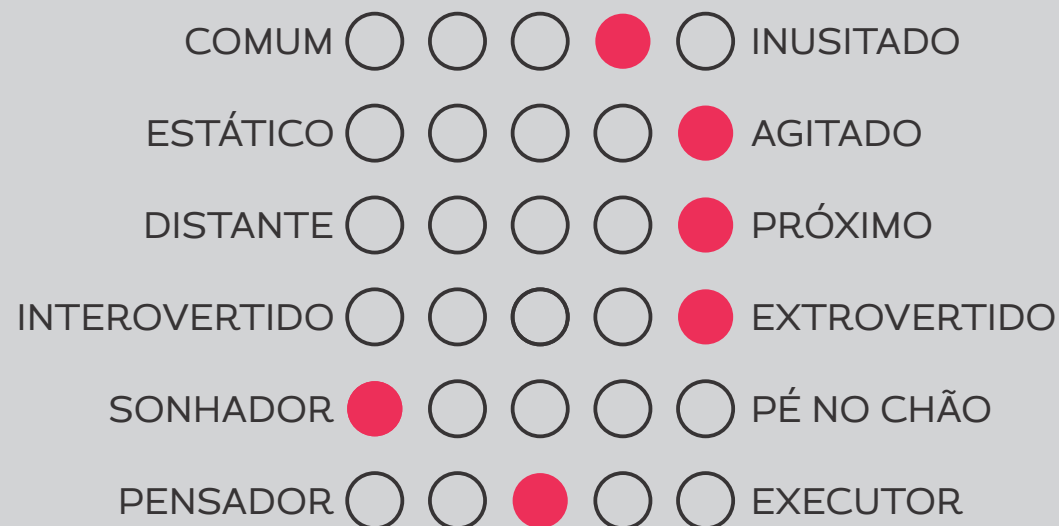


O QUE NOS TORNA ESPECIAIS

Nossa capacidade de conversar com todos os players para juntar forças.

SIGNIFICADO DA MARCA CONECTAR

BRAND PERSONALITY



ATITUDE DA MARCA

Descolados - sem marra.

Articuladores - a gente sabe fazer acontecer.

Agregadores - conseguimos conversar e juntar todo mundo.

O QUE NÃO É

Engomadinha, cheia de mimimi, marrenta, frágil, acanhada, piegas e medrosa.

TOM DE VOZ

Informal, auto confiante e muito otimista.

RESUMINDO

(MANIFESTO DA MARCA)

Nosso propósito é tornar o empreendedorismo o motor da economia do Espírito Santo. Somos uma união de pessoas que acreditam que nosso Estado pode mais.

Somos comunicativos, agregadores, muito confiantes e pró ativos, em resumo: **descolados e cheios de energia.**

Naturalmente questionamos as coisas e **somos articulados para saber como fazer acontecer. Queremos influenciar esse ecossistema** conectando pessoas que são incríveis e que nunca se conheceram. Articulando eventos que impulsionem a construção de um cenário empreendedor. Fomentando geração de negócios e principalmente sendo uma voz que seja ouvida, respeitada e procurada pelos principais atores capixabas, nacionais e até mesmo internacionais. Em outras palavras, **a gente mete a mão na massa movimentando estrategicamente as pessoas certas para impulsionar nosso ecossistema.**

Tem muita gente sensacional trabalhando no ES, mas de forma isolada. Se você acredita em nosso propósito junte-se a nós, tem muito trabalho pra ser feito.

PRÓXIMOS
PASSOS

1 - MAPEAR NOSSO ECOSSISTEMA, PARA DEFINIR A RELAÇÃO COM CADA STAKEHOLDER.

2 - DEFINIR COMO SERÁ NOSSO MODELO DE ARRECADAÇÃO.

3 - DIVIDIR NOSSO TIME NAS 3 ÁREAS DOS ENTREGÁVEIS DA MARCA, E CRIAR UMA AGENDA PRA 2015:

