**Qual seu nome?**

Hero: Transformação Digital

**Qual seu melhor e-mail?**

administrativo@herocorp.com.br

**Qual é a história e a missão da empresa?**

A história da HERO foi construída a partir da união de uma equipe de desenvolvimento que valoriza a confiança, a resiliência e a superação de desafios. A Hero Corp nasceu com o espírito de trabalho em equipe, aprendizado contínuo e busca de soluções inovadoras que superem as expectativas de seus clientes. Essa abordagem permanece viva na cultura da empresa, que celebra a interação como sua principal ferramenta, o que cria um ambiente colaborativo e apaixonado por tecnologia, onde cada missão é encarada como uma oportunidade para evoluir – **"Sua Jornada, Nossa Missão"** é um dos lemas que reforça esse compromisso.

A missão da HERO é clara: aplicar metodologia, tecnologia e capacitação para aumentar a produtividade das empresas. Para isso, a empresa foca em otimizar processos, automatizar tarefas e integrar sistemas, além de transformar dados em inteligência para que os gestores possam tomar decisões mais rápidas e assertivas.

Em resumo, a trajetória da HERO e sua missão se alinham em oferecer soluções de TI que vão além da simples implementação tecnológica – elas buscam transformar a experiência dos clientes por meio de um compromisso contínuo com a qualidade, a aprendizagem e a superação de desafios. Entregamos resultados e “ainda embrulhamos para presente”!

**O que a empresa vende?**

A Hero vende serviços especializados em Transformação Digital, com foco em inovação, modernidade e progresso tecnológico para empresas e indivíduos. As soluções que a Hero oferece estão especialmente alinhadas a:

1. Otimização e Automação de Processos: Soluções tecnológicas que buscam mapear, otimizar e automatizar fluxos de trabalho e tarefas repetitivas.

2. Integração entre Sistemas Corporativos: Tecnologias e ferramentas que integram diferentes sistemas dentro das organizações, eliminando a necessidade de inserções manuais de dados e garantindo eficiência operacional.

3. Engenharia de Dados e Inteligência do Negócio: Estruturação e análise de dados para oferecer insights estratégicos que auxiliam na tomada de decisões empresariais.

4. Aprendizagem de Máquina e Análises Preditivas: Aplicação de técnicas de Machine Learning para regressão, predição e geração de insights capazes de prever comportamentos e resultados futuros, permitindo às organizações adaptarem-se rapidamente às mudanças do mercado.

O posicionamento estratégico da Hero é centrado na ideia de Transformação Digital, buscando criar uma conexão emocional profunda com seus clientes e diferenciá-la no mercado como uma empresa inovadora e confiável, os melhores no setor.​

**O que a empresa vende, de intangível?**

Confiança

A Hero se posiciona como uma parceira confiável, oferecendo segurança durante o processo de transformação digital. O compromisso em guiar os clientes em jornadas complexas cria um sentimento de segurança emocional, fundamental para empresas em momentos de transição tecnológica​.

**“Sua Jornada, Nossa Missão”** – enfatiza o papel da HERO como parceira dedicada na jornada de transformação do cliente.

**Para quem são os produtos ou serviços?**

As empresas que contratam os serviços da HERO são, em geral, organizações de médio porte que atuam em diversos setores – indústria, logística, varejo, comunicação e financeiro – e que estão em plena transformação digital. Essas empresas costumam ter operações complexas e demandam soluções que permitam a integração entre sistemas legados e tecnologias modernas. Elas buscam melhorar processos internos, reduzir a dependência de tarefas manuais e aumentar a eficiência operacional para enfrentar mercados cada vez mais competitivos.

**Um pouco mais sobre esse público.**

No que diz respeito aos gestores e tomadores de decisão, o perfil se caracteriza da seguinte forma:

• Cargos e responsabilidades:  
 Geralmente ocupam posições de Diretor, Gerente, Coordenador ou Líder em áreas essenciais como Tecnologia da Informação, Recursos Humanos, Jurídico, Administrativo, Compras e Projetos. São os responsáveis por alinhar a estratégia da área com os objetivos globais da empresa, garantir a eficiência operacional e promover a inovação.

• Perfil profissional e educacional:  
 Normalmente têm entre 30 e 55 anos, com formação superior em áreas como TI, Administração, Engenharia, Direito ou Ciências Sociais, frequentemente complementada por pós-graduação ou MBA. Estão familiarizados com metodologias de gestão moderna (como Agile, Lean, Six Sigma) e utilizam diariamente ferramentas digitais para comunicação, gestão de projetos e análise de dados.

• Principais desafios e necessidades:  
 Esses gestores enfrentam a pressão constante para reduzir custos, melhorar a produtividade e lidar com processos burocráticos e fragmentados. São responsáveis por “apagar incêndios” no dia a dia operacional, mas também precisam de soluções que liberem suas equipes para atividades mais estratégicas. Entre seus desafios estão a integração de sistemas, a automatização de processos repetitivos e a utilização inteligente dos dados para tomada de decisões.

• Tomadores de decisão:  
 Normalmente, os próprios gestores destas áreas são os principais tomadores de decisão. Eles têm autonomia para definir e implementar mudanças que impactem diretamente a operação de suas áreas e, por consequência, o desempenho global da empresa.

Valorizam parcerias que ofereçam uma abordagem consultiva, soluções personalizadas e entregas de resultados rápidos e mensuráveis – aspectos fundamentais para enfrentar a dinâmica acelerada do mercado digital.

**Como seu negócio seria definido com apenas uma frase e em poucas palavras, como seria?**

HERO: Transformação Digital

A parceira que salva empresas que precisam transformar seus processos, conectar sistemas e usar dados como vantagem competitiva.

**E se fosse apenas uma palavra, qual seria?**

Solução

**Quais são os principais objetivos de longo prazo da empresa? Onde ela quer chegar?**

Em 5 anos, referência em transformação digital no Espírito Santo. Em 10 anos, nós queremos estar posicionados como empresa de tecnologia com alta competência técnica, cases de sucesso em diversas frentes e associados a empresa que resolve problemas complexos. “Chame a Hero, ela resolve”. Nosso modelo de negócios tem como base o skill de fábrica de software, hoje estamos vendendo Transformação Digital, mas pode não ser o carro chefe em 10 anos.

**Quais são os desafios e problemas que a empresa enfrenta atualmente?**

Comunicar a proposta de valor da HERO de maneira clara e eficaz para diferentes segmentos e públicos é um desafio. Essa dificuldade se manifesta por diversas razões, que vão desde a complexidade intrínseca da transformação digital até as variações nas necessidades e expectativas dos distintos decisores e setores no mercado.

Cada segmento – seja uma empresa de médio porte ou até mesmo áreas específicas como TI, RH ou Jurídico – enfrenta desafios únicos. Por exemplo, enquanto gestores de área podem estar preocupados com a integração de sistemas, automação e a eficiência operacional, outras áreas podem demandar uma compreensão mais aprofundada dos benefícios estratégicos da transformação digital.

A transformação digital é um conceito abrangente que envolve não só a adoção de novas tecnologias, mas também uma mudança de mentalidade, cultura e processos internos. Essa amplitude pode causar ambiguidade na comunicação se não for desmembrada em mensagens que sejam ao mesmo tempo inspiradoras e concretas. A proposta de posicionamento da HERO, que se apoia na ideia de “Transformação Digital” para reforçar inovação, experiência e conexão emocional, precisa ser traduzida em benefícios tangíveis para cada público específico, sem que a mensagem se torne genérica.

Diferentes públicos respondem a estilos de comunicação variados. Enquanto alguns segmentos podem valorizar uma linguagem técnica e assertiva que ressalte a expertise e a capacidade inovadora da HERO, outros podem se sentir mais atraídos por um tom mais humanizado e consultivo. Esse desafio reside em desenvolver uma comunicação versátil que mantenha uma identidade consistente, sem sacrificar a relevância para cada segmento.

Ao mesmo tempo que é necessário simplificar os benefícios oferecidos para fácil compreensão, a HERO precisa transmitir uma imagem moderna e diferenciada, alinhada aos atributos da marca. Por isso, elementos visuais, tipografia e cores – que compõem a identidade da marca – devem dialogar de forma harmoniosa com a mensagem verbal. Esse alinhamento é crucial para evitar que a comunicação pareça desconexa ou excessivamente técnica, afastando possíveis clientes que buscam clareza.

Em síntese, as dificuldades de comunicação decorrem do equilíbrio necessário entre clareza, personalização e inovação. A HERO precisa traduzir um conceito amplo – a transformação digital – em benefícios diretos e claros para cada segmento, sem diluir a identidade robusta e confiante da marca

**Qual é o objetivo de negócios a ser alcançado com esse projeto criativo?**

O principal objetivo deste projeto é traduzir e comunicar a essência e os valores da marca de forma clara e memorável. Em outras palavras, trata-se de criar um sistema visual coeso e consistente que:

• Transmita a personalidade, os valores e a missão da empresa, permitindo uma conexão emocional com o público-alvo.

• Funcione de maneira versátil, adaptando-se a diferentes plataformas e aplicações, garantindo legibilidade e escalabilidade.

• Reforce a proposta e o posicionamento estratégico da marca, tornando-a facilmente reconhecida e diferenciada no mercado.

Quando pensamos na marca, queremos transmitir confiança, expertise e a ideia de “quem resolve”. Embora o design deva manter a seriedade, a linguagem verbal pode incorporar um toque mais bem-humorado. Por outro lado, não queremos que a marca tenha elementos infantis ou que seja associada ao conceito de super-heróis dos quadrinhos.

**Qual é a personalidade e a tonalidade que a marca deve transmitir?**

A personalidade da marca HERO deve ser construída para transmitir confiança, expertise e determinação. A marca precisa se posicionar como “quem resolve” os desafios da transformação digital, sendo percebida como uma parceira confiável e capaz de guiar os clientes rumo à transformação. A comunicação deve combinar seriedade e profissionalismo com uma pitada de leveza, bom humor e proximidade, que facilite a conexão emocional sem perder a credibilidade.

**Quais são os principais concorrentes da empresa?**

No segmento de transformação digital B2B, existem grandes consultorias e empresas de tecnologia que atuam de forma integrada – oferecendo desde automação de processos, integração de sistemas e inteligência de dados até soluções com machine learning. Entre os principais concorrentes identificados, destacam-se:

• Accenture – Consultoria global que atua de ponta a ponta na transformação digital, com soluções em cloud, IA e operações.  
 • IBM Consulting – Divisão de consultoria da IBM, reconhecida pela expertise em integração de sistemas, analytics/IA (IBM Watson) e automação de TI.  
 • Deloitte Digital – Combina consultoria de gestão com tecnologia, enfatizando impacto nos negócios e reengenharia de processos.  
 • Stefanini – Multinacional brasileira com forte atuação em automação, integração de sistemas legados e soluções de IA, destacando um atendimento customizado e abordagem de cocriação.  
 • CI&T – Focada no desenvolvimento ágil de produtos digitais e na modernização de sistemas, com forte ênfase em metodologias ágeis e cases de sucesso globais.  
 • Thoughtworks – Conhecida por sua consultoria em engenharia de software sob medida, modernização de plataformas e métodos ágeis, com um posicionamento voltado para a inovação e colaboração próxima ao cliente.

Entretanto, nós na HERO estamos interessados em trazer soluções customizadas para empresas de médio porte, que valorizem proximidade e personalização das soluções. Algumas destas empresas ainda estão em fase inicial na jornada de transformação digital, dificilmente irão acessar os grandes players. Nossa estratégia é ser o parceiro desde o começo da jornada e ir evoluindo e fortalecendo o relacionamento. Atualmente não temos mapeados concorrentes com a mesma estratégia, entregando como nós “de ponta a ponta”.

**Na sua visão, existe algum significado ou conceito específico que gostaria que fosse refletido na marca?**

**Imagem de Marca Forte e Inspiradora:** A identidade visual deve reforçar valores como força, capacidade, confiança e liderança. A imagem de uma empresa moderna criando uma narrativa que inspira confiança, posicionando a HERO como uma empresa capaz de “salvar o dia” por meio da tecnologia.  
  
 **Expertise e Agilidade na Transformação:** a HERO se diferencia por sua capacidade de integrar sistemas, automatizar processos e transformar dados em insights estratégicos. Essa expertise técnica, associada a um atendimento próximo e personalizado, confere agilidade à transformação digital proposta – resultados rápidos que se evidenciam através dos “quick wins” implementados para os clientes.  
  
 **Conexão Emocional e Engajamento:** um dos pilares da estratégia da HERO é criar uma identificação profunda com o público.

**Diferenciação no Mercado:** o uso do “HERO” confere identidade e singularidade à marca. Esse posicionamento destaca a empresa como referência e líder de pensamento em transformação digital.

**Pensando na marca como indivíduo, como pessoa, com quais características abaixo ela se identifica?**

[ x ] - 1 Uma mãe tradicional: simples honesta, genuína, confiável e sempre presente quando você precisa.

[ ] - 2 Um parente respeitado e querido: simpático, sentimental e orientado à família, ligado ao crescimento.

[ x ] - 3 Uma pessoa que você respeita enquanto professor ou empresário: bem-sucedido, talentoso e competente

[ ] - 4 Um chefe que exerce poder ou um parente rico: pretensioso, abastado e condescendente.

[ x ] - 5 Um amigo interessante, sempre com histórias incríveis e bastante sociável: irreverente, atípico e ousado.

[ ] - 6 Um companheiro para aventuras ao ar livre: uma personalidade atlética, vigorosa e amante da natureza.

[ ] - 7 Um amigo para se divertir no ﬁnal de semana: engraçado, ativo e social.

[ ] - 8 Um mentor inspirador, sábio, motivador e orientado ao crescimento pessoal e proﬁssional.

**Qual o nome/assinatura deverá ser considerado para o logotipo? Há alguma sigla?**

Hero ou HERO, o que ficar melhor.

**Existe algum projeto do meu portfólio (**[jaidermorais.com](https://tally.so/forms/wA86RN/www.jaidermorais.com)**) ou de outras referências que você gostaria de destacar?**

**Tem mais alguma coisa que gostaria de acrescentar ao Brieﬁng?**