

## BRANDING

---

### 1. Tema

Design

### 2. Subtema

Design de Comunicação

### 3. Categoria de serviço

Acesso a Serviços de Terceiros

### 4. Tipo de serviço / instrumento

Consultoria tecnológica / Acesso a Serviço Tecnológico

### 5. Modalidade

Presencial, à distância ou ambos

### 6. Público alvo

MEI, ME, EPP, Produtor Rural, Artesão

### 7. Setor indicado

AGRONEGÓCIOS, COMÉRCIO, INDÚSTRIA, SERVIÇOS

### 8. Macrosssegmento

### 9. Descrição

#### ETAPA 1 | Alinhamento da proposta

Briefing com o cliente, para nivelamento do escopo do trabalho, contendo necessidades, requisitos e restrições; e validação do planejamento de execução dos serviços; composto de cronograma resumido com os principais eventos, agendas de reuniões e definição dos responsáveis pelo acompanhamento dos serviços por parte do cliente e da prestadora de serviço

tecnológico. Ferramentas como entrevista com o cliente são importantes como forma de obter informações necessárias para fundamentar a entrega proposta.

**ENTREGA ETAPA 1:** Documento contendo os responsáveis pela prestação do serviço, o escopo do serviço, o plano de ação com o cronograma das atividades e outros aspectos acordados entre as partes, assinado pela Empresa Demandante.

### **ETAPA 2 | Desenvolvimento do projeto**

Desenvolvimento do projeto de branding, observando os seguintes aspectos, quando aplicáveis:

- Reuniões e workshops para acompanhamento, coleta e atualização de informações e estratégias pertinentes ao andamento do desenvolvimento do projeto;
- Auditoria da marca: análise do momento e contexto da marca; avaliação de informações e documentos sobre a marca (história, missão, visão, valores, momento e contexto da marca; avaliação de informações e documentos sobre a marca (história, missão, visão, valores, objetivos, mercados alvo, estratégias de marketing, peças de comunicação);
- Análise do naming (nome fantasia da empresa): percepção do nome pelo público alvo e se transmite os valores da marca;
- Pesquisa de percepção da marca para diferentes públicos realizada com parceiros, colaboradores, vendedores etc;
- Jornada da marca: mapeamento de todos os pontos de contato da marca com os clientes, diagnosticando de como a marca se comunica;
- Determinação do posicionamento da marca: diretrizes estratégicas focadas no mercado e na competição, enfatizando as características que a tornam diferente dos seus concorrentes e relevante ao seu público;
- Arquitetura de marcas: processo de organização do portfólio de marcas da empresa;
- Definição do comportamento da marca: Estratégia de atuação; Desenvolvimento do BrandBook baseado nos princípios do branding.
- Estratégia de implantação: plano de implantação da gestão da marca para o mínimo de 2 anos.

**ENTREGA ETAPA 2:** Manual ou BrandBook impresso e em mídia digital, contendo, quando aplicável, a situação verificada na empresa quanto a: auditoria da marca, análise do naming, pesquisa de percepção, jornada da marca, determinação do posicionamento da marca, arquitetura de marcas e definição do comportamento da marca; e soluções propostas; assinado pela empresa demandante.

## **10. Benefícios e resultados esperados**

1. Criar conexões conscientes e inconscientes, que serão cruciais para que o cliente escolha a sua empresa no momento de decisão de compra do produto ou serviço.
2. Criar e desenvolver conteúdo estratégico para nortear as expressões da marca;
3. Estabelecer o propósito, posicionamento e a plataforma da marca.

## **11. Estrutura e materiais necessários**

## 12. Responsabilidade da empresa demandante

1. Fornecimento, produção ou tratamento de textos, fotos ou vídeos e demais itens a serem utilizados durante o processo;
2. Todos os custos para a confecção dos produtos resultantes da aplicação do projeto de branding;
3. Aprovar a proposta do Sebrae, valores e condições de pagamento;
4. Conhecer e validar a proposta de trabalho, o escopo das etapas e as entregas do prestador de serviço;
5. Disponibilizar agenda prévia para visitas, reuniões e atividades propostas pelo prestador de serviço.
6. Fornecer informações técnicas sobre os processos, produtos ou serviços ao prestador de serviço para o desenvolvimento do trabalho;
7. Acompanhar o prestador de serviço em visita(s) técnica(s) aos espaços físicos, se previsto no escopo do trabalho;
8. Avaliar o serviço prestado.

## 13. Responsabilidade da prestadora de serviço

1. Realizar reunião para alinhamento e apresentação das atividades previstas;
2. Analisar a demanda e as informações fornecidas pela empresa;
3. Elaborar proposta, escopo de trabalho, cronograma das etapas do projeto, agenda de reuniões e atividades, sendo necessário validar com a Empresa Demandante;
4. Fornecer as entregas previstas, validadas pela empresa demandante, ao Sebrae.
5. Cumprir com as obrigações previstas no Regulamento do Sebraetec e Editais Estaduais.
6. Pesquisa prévia no INPI para verificar se o *namings* já é utilizado por outra empresa.

## 14. Perfil desejado da prestadora de serviço

Corpo técnico formado por profissionais com experiência e conhecimento sobre técnicas e ferramentas de **Gestão de Design e Marketing** e sua aplicabilidade.

## 15. Pré-diagnóstico

À critério de cada SEBRAE UF.

## 16. Observações

1. O trabalho de branding pode ou não vir acompanhado do serviço de criação e desenvolvimento da identidade visual;

2. É fundamental que o conjunto de ações da empresa estejam alinhadas ao posicionamento, propósito e valores da marca;
3. Os valores dos honorários apresentados devem incluir todas as despesas com impostos e encargos sociais, conforme legislação tributária em vigor, que possa incidir sobre o objeto da proposta;
4. Despesas adicionais com terceiros (direitos autorais, fotografias, hospedagem, imagens, registro de domínio, revisões, textos, conteúdo dinâmico, entre outros) ficam a cargo exclusivo do cliente e devem ser previamente autorizadas por ele durante a validação da proposta de trabalho;
5. É de responsabilidade do prestador de serviço todo o projeto, da concepção à aprovação do cliente;
6. O prestador de serviço não pode ser responsabilizado por erros de terceiros contratados pelo cliente.

| <b>HISTÓRICO DE ALTERAÇÕES</b> |             |             |                    |
|--------------------------------|-------------|-------------|--------------------|
| <b>Versão</b>                  | <b>Data</b> | <b>Link</b> | <b>Responsável</b> |
|                                |             |             |                    |