

# mello

STUDIO

contato

comercial

+55 21 97232-2548

[www.flaviojmello.com](http://www.flaviojmello.com)

[estudio@flaviojmello.com](mailto:estudio@flaviojmello.com)



**Relatório de branding**  
*estratégia e posicionamento*  
**para profissionais e marcas.**

# \_Introdução

No cenário competitivo atual, marcas que desejam se destacar precisam mais do que um bom produto ou serviço; elas necessitam de uma presença sólida e bem gerida em diversas frentes. **Este relatório aborda estratégias eficazes de branding, marketing e gestão de mídias**, focando em empresas que estão se reposicionando, buscando melhorar sua presença online ou começando suas operações no mercado.

**Nosso objetivo é fornecer uma visão técnica e abrangente, aplicável** tanto para pequenos quanto grandes empreendedores, em diferentes setores.

# Produto e *conexão* de marca

**1.1** Como comunicar o valor com o método **USP**  
(Proposta Única de Venda)

**1.2** Aplicando o **USP** no branding de produtos

# 1.1 O que é o *USP* e como funciona?



De acordo com *Rosser Reeves*, criador do conceito de **USP**, a chave é oferecer algo que seus concorrentes não oferecem, seja em termos de qualidade, benefícios ou preço.

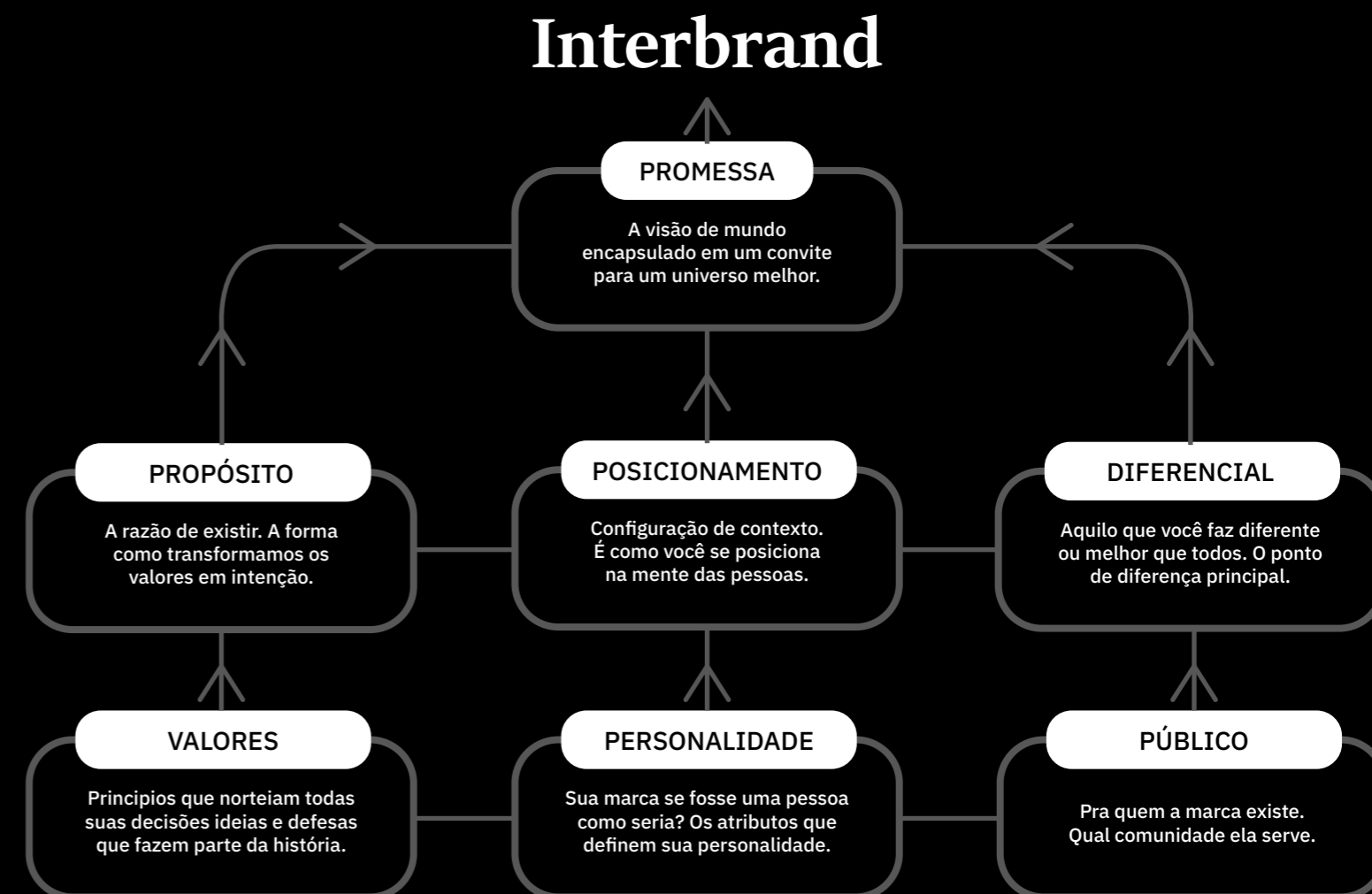
No contexto atual, isso também inclui inovação, sustentabilidade e responsabilidade social, aspectos cada vez mais valorizados pelos consumidores.

## 1.2 Aplicando o *USP* no branding de produtos

A **Unique Selling Proposition (USP)** deve ser mais do que uma simples frase de efeito — ela precisa refletir a essência do produto e ser integrada de maneira estratégica ao branding da empresa. Para comunicar o valor do produto de forma clara, a USP precisa estar presente em todos os pontos de contato com o cliente, desde a identidade visual até a experiência pós-venda.

## 1.2 Aplicando o *USP* no branding de produtos

- 1. Desenvolvimento de marca:** A identidade visual e verbal devem transmitir os valores da USP de maneira clara e direta. Uma marca sustentável, por exemplo, deve refletir isso em suas cores, logo-marca e seu design. **Nos nossos serviços de expressão de marca, desenvolvemos um storytelling visual e verbal** que reforça essa proposta, alinhando a identidade com os valores centrais da marca.
- 2. Comunicação consistente:** A USP precisa ser o fio condutor de todas as comunicações da marca. Isso inclui desde o marketing digital até as embalagens do produto. **Nós garantimos essa coerência criando sistemas verbais e visuais que consolidam a mensagem da USP**, e chamamos esses sistemas verbais de **Plataforma de marca e Interbrand**.



Modelo de Interbrand | Parte do documento de Plataforma de Marca.



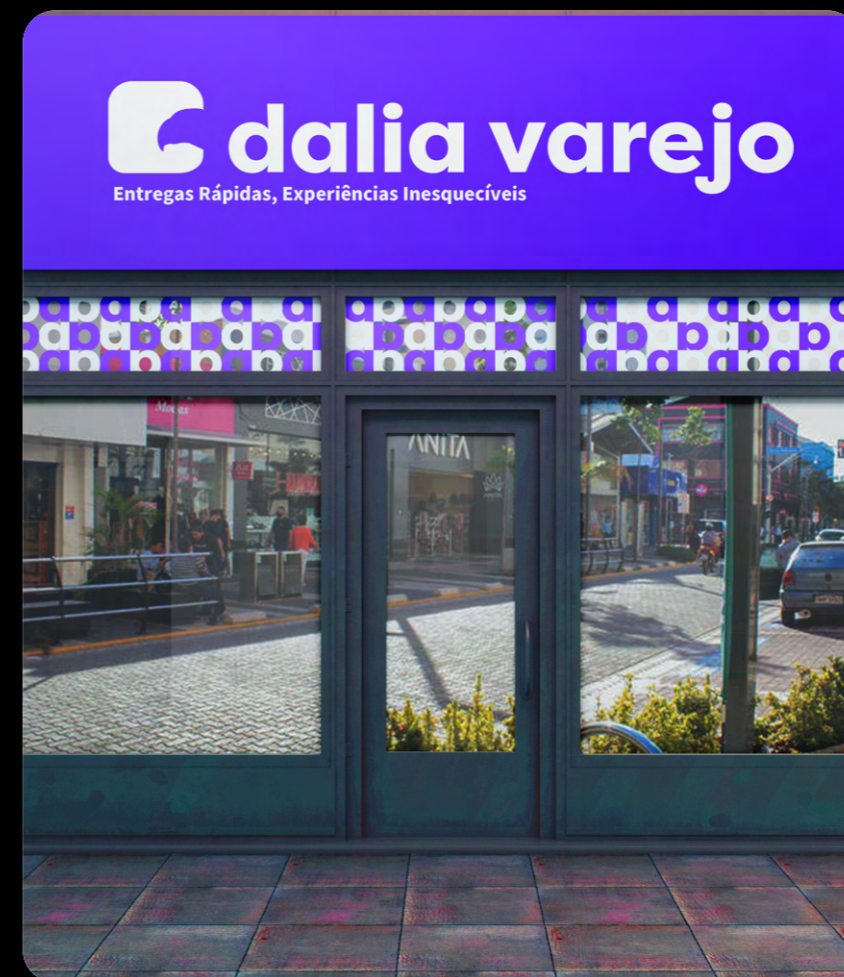
## 1.2 Aplicando o *USP* no branding de produtos

**3. Criação de narrativas envolventes:** O *storytelling* é uma ferramenta poderosa para reforçar a USP. Ao criar uma narrativa envolvente que humanize a marca, o consumidor se conecta emocionalmente. Dentro dos nossos serviços de branding, desenvolvemos narrativas autênticas que expressam a essência da marca e destacam a proposta de valor de maneira cativante.

### *O Storytelling da Dalia Varejo | e-commerce*

Quando foi proposto para nós o desafio de recriar a identidade verbal e visual para a Dalia Varejo, um e-commerce focado em entregas rápidas, desenvolvemos uma estratégia de comunicação que transmitisse agilidade e proximidade com o cliente.

**Cada elemento foi pensado para reforçar o espírito amigável e eficiente da marca,** destacando a confiança nas entregas ágeis e o compromisso com a experiência do consumidor. A primeira imagem ilustra essa agilidade, enquanto a segunda foca no relacionamento próximo e amigável que Dalia constrói com seus clientes.



Verbalização da agilidade na comunicação | Dalia



Verbalização do suporte na jornada do cliente | Dalia

# *Comunicação* Tráfego pago e orgânico

**2.1 Tráfego Pago e Campanhas personalizadas**

**2.2 Tráfego Orgânico: SEO e conteúdo de valor**

**2.3 Medindo o ROI**

## 2.1 *Tráfego Pago* e Campanhas personalizadas

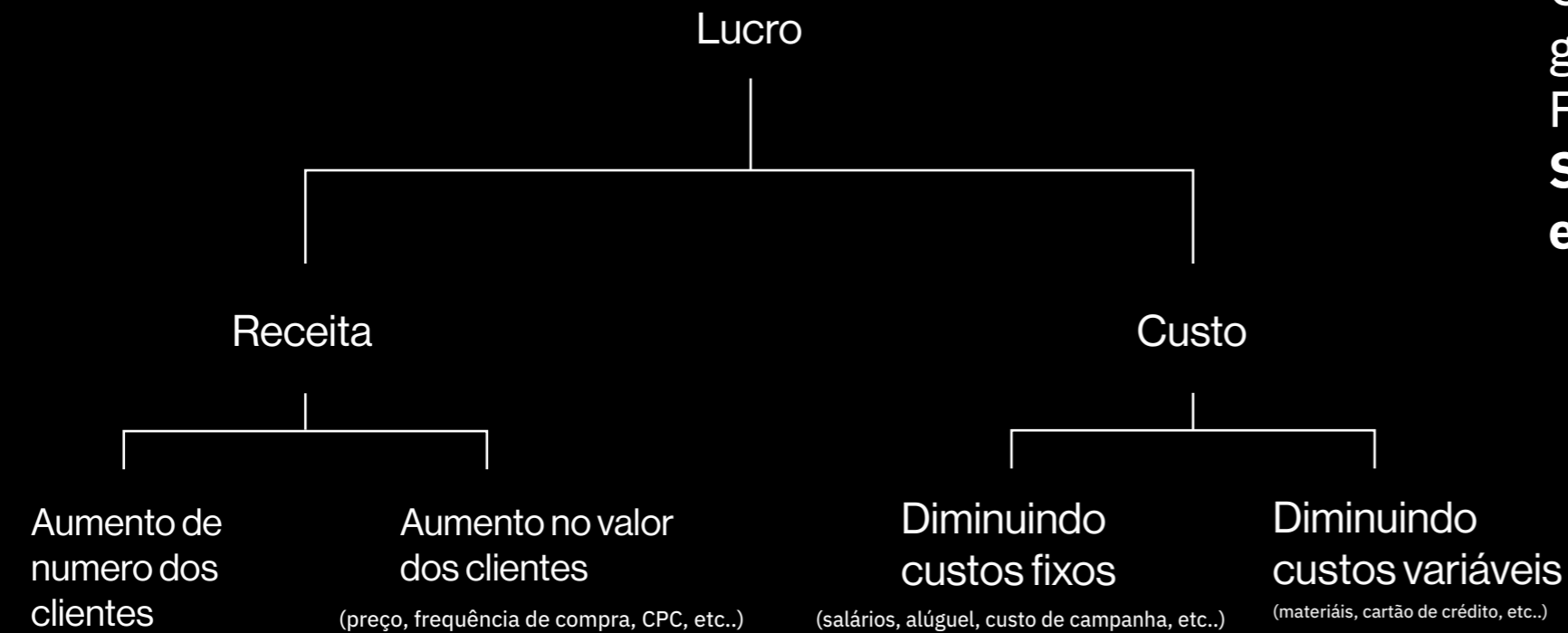
O tráfego pago permite atingir rapidamente o público-alvo certo. **Campanhas personalizadas no Google Ads, redes sociais e outras plataformas digitais podem gerar resultados de curto prazo**, mas a personalização é o diferencial.

Uma *pesquisa* da HubSpot indica que **74% dos consumidores se sentem frustrados quando o conteúdo do site não é personalizado** de acordo com seus interesses.

## 2.2 *Tráfego Orgânico* **SEO e Conteúdo de valor**

O tráfego orgânico, por sua vez, é construído a longo prazo, através da otimização de mecanismos de busca (SEO) e conteúdo de valor. A criação de blogs, vídeos, podcasts e outros materiais educacionais que agreguem valor ao público é fundamental para atrair tráfego sem custos diretos. **Segundo a Moz, as empresas que investem em SEO alcançam uma taxa de retorno maior a longo prazo.**

## 2.3 O que é *ROI* e como medi-lo



O retorno sobre investimento (ROI) em ambas as estratégias é essencial para determinar a eficácia da comunicação. Ferramentas como o **Google Analytics** e **Meta Business Suite** podem auxiliar no monitoramento do desempenho e no ajuste contínuo das campanhas.

# Gestão de mídias e *Estratégias integradas*

**3.1 Planejamento e Gerenciamento de Mídias sociais**

**3.2 4 Etapas da visibilidade de marca**

## 3.1 Planejamento e *Gerenciamento de Mídias*

A gestão eficiente das mídias sociais é essencial para manter a presença e relevância da marca. **Um plano de mídias bem estruturado inclui a criação de conteúdo relevante, o gerenciamento de interações com o público e a análise de métricas de desempenho.** Plataformas como **Instagram, LinkedIn e YouTube** são algumas das mais utilizadas para fortalecer a identidade de marca e gerar engajamento.

# 3.2 4 Etapas da visibilidade

Estratégias integradas contidas no serviço de *Branding Leads*



## Gestão de mídias

Gerenciamos suas redes sociais de forma **estratégica**, conectando sua marca com o público certo.

Criamos **conteúdo relevante e engajamos sua audiência**, impulsionando o reconhecimento e a presença digital de forma contínua.



## Análise de marca

Realizamos uma **análise profunda da sua marca**, identificando sua **Proposta Única de Valor (USP)** e mapeando seus pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças (SWOT).

Com isso, traçamos estratégias eficazes para destacar o que sua marca tem de melhor.



## Tráfego pago

Criamos campanhas de mídia paga **altamente segmentadas**, otimizando resultados e aumentando a visibilidade da sua marca.

Nossa abordagem estratégica foca em **maximizar o retorno sobre o investimento (ROI)** e atrair novos clientes.



## Website conversor

Desenvolvemos websites otimizados para **conversão**, com foco em performance, usabilidade e experiência do usuário.

Criamos uma **presença digital que não só atrai visitantes, mas também os transforma em clientes fiéis**.



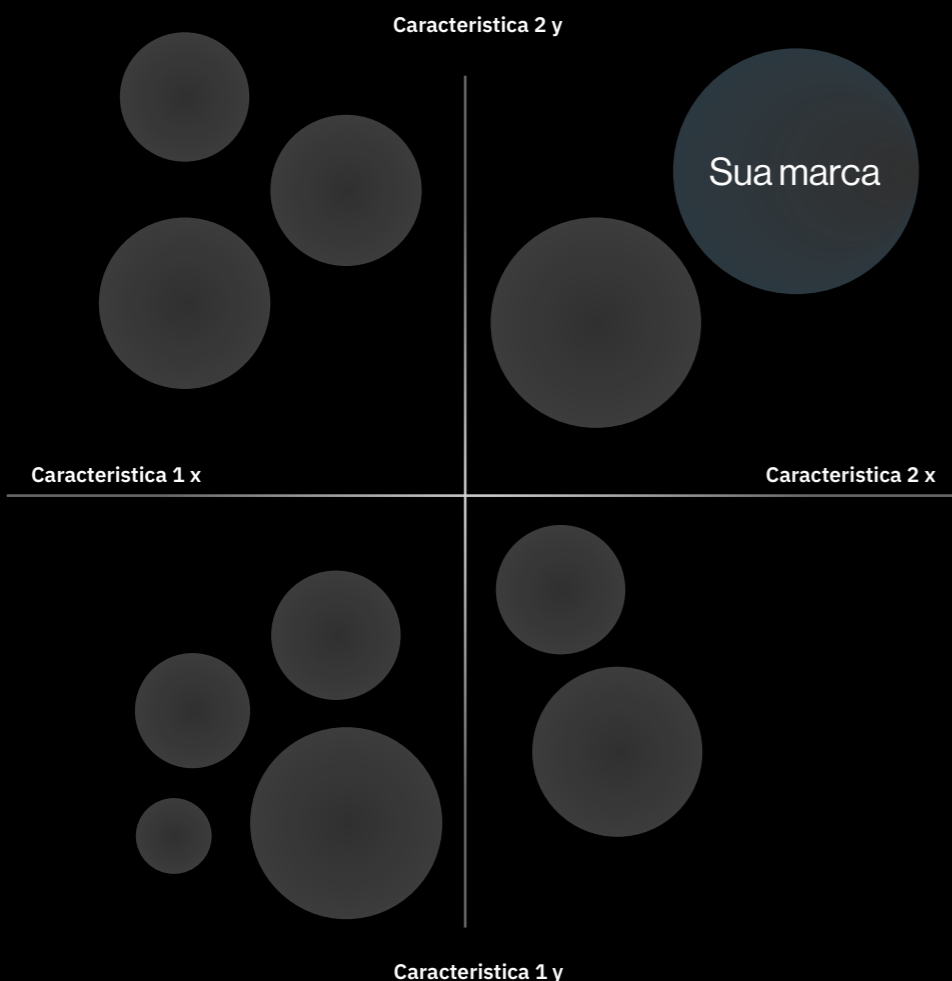
# *Modelo de negócios* e **Estratégia de branding**

**4.1 Análises de Cenários e Identificação de oportunidades**

**4.2 Estratégia de Marca: Estruturas duradouras**

# 4.1 Análise de cenários e Identificação de oportunidades

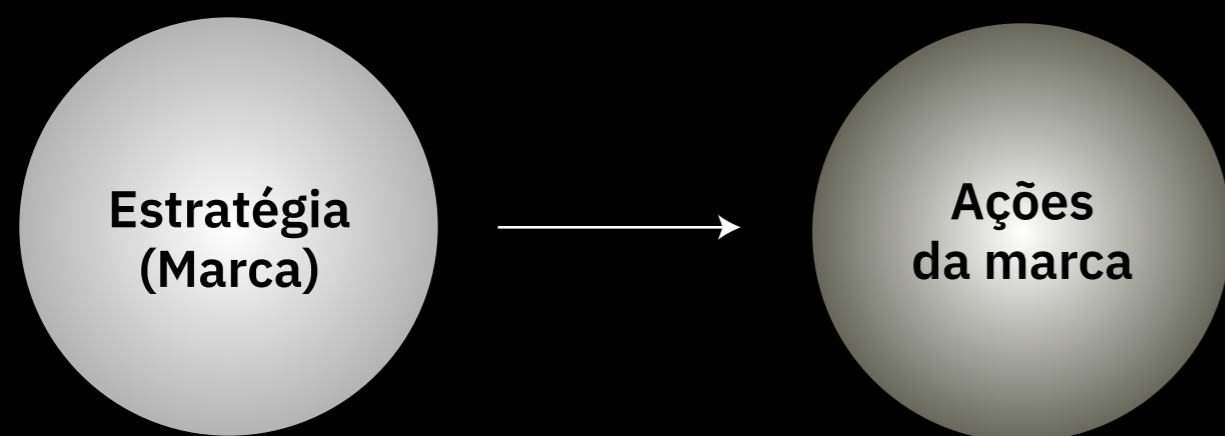
Plano utilizado para definição e comparação com concorrentes | Workshop



Analisar o cenário atual da marca, seu posicionamento e as oportunidades do mercado é o primeiro passo para desenvolver uma estratégia de branding eficaz.

Utilizamos ferramentas como a **análise SWOT (Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças)** para mapear as áreas de atuação da marca e identificar novas possibilidades de crescimento e inovação.

## 4.2 *Estratégia de marca* Estruturas duradouras



**A estratégia de marca deve ser desenvolvida com base em um plano de longo prazo, que alinha a identidade da marca com seus objetivos de crescimento.**

O propósito da marca moverá ela em torno de todas as suas ações de mercado, que incluirá a criação de estruturas de marca consistentes e duradouras, que reforçam a narrativa e os valores centrais da empresa em todas as suas ações.

# *Plano de negócios x* **Estratégia de branding**

**5.1 Os 7 P's do Plano de Negócios**

**5.2 Estratégia de Branding x Plano de Negócios**

**5.3 Cronograma x Execução de campanhas**

## 5.1 Os 7 p's do plano de negócios

**1. Produto** – Refere-se ao que você oferece ao mercado. No caso de uma estratégia de branding, o produto deve ser claramente definido com base na proposta única de valor (USP), oferecendo algo que se destaca da concorrência.

**2. Preço** – A definição do preço do produto ou serviço também deve refletir o posicionamento da marca. Um produto premium, por exemplo, deve ter um preço que comunique valor superior.

**3. Praça** – Onde e como o produto será disponibilizado para os consumidores. Isso envolve escolher os canais de distribuição, sejam eles físicos, digitais ou ambos, que estejam alinhados com a proposta de valor da marca.

**4. Promoção** – Refere-se às atividades de comunicação da marca com o mercado, como campanhas publicitárias, promoções e eventos. A promoção deve reforçar os valores da marca e ser planejada estrategicamente para alcançar o público certo.

**5. Pessoas** – A equipe envolvida na entrega do produto e na gestão de experiências dos clientes deve estar alinhada com os valores e a missão da marca. A humanização da marca começa com as pessoas que interagem com o cliente.

**6. Processos** – Refere-se à eficiência com que a empresa opera para entregar seus produtos ou serviços. Processos bem definidos são essenciais para garantir que a marca entregue o que promete de maneira eficaz e consistente.

**7. Prova física** – A percepção tangível do produto ou serviço pelo cliente, incluindo elementos como a embalagem, layout de lojas, materiais promocionais, entre outros. Todos esses pontos devem ser alinhados à identidade visual e ao storytelling da marca.

## 5.2 *Estratégia de branding* x Plano de negócios

**Uma estratégia de branding sólida complementa o plano de negócios** ao garantir que a marca seja desenvolvida de maneira coesa, com uma visão de longo prazo.

## 5.2 *Estratégia de branding* x Plano de negócios

Aqui estão alguns dos principais componentes de uma **estratégia de marca integrada** com os 7 P's do plano de negócios:

**Análise SWOT** – Realizar uma análise de forças, fraquezas, oportunidades e ameaças da marca ajuda a determinar os pontos a serem explorados e as áreas que precisam de reforço, integrando esse conhecimento aos P's de produto e preço.

**USP (Unique Selling Proposition)** – O USP deve ser o ponto central da criação de produtos e promoções, garantindo que a marca se destaque no mercado. Essa proposição deve estar sempre clara nas campanhas e na comunicação da marca com o público.

**Implementação a longo prazo (Branding)** – O branding é uma estratégia de longo prazo que requer consistência. Um cronograma estratégico deve ser criado para implementar e revisar as ações de branding, com base nos P's de processo, pessoas e prova física.

Isso inclui a execução de campanhas planejadas de maneira meticulosa, com roteiros detalhados, identificando os melhores momentos para lançamentos e promoções, e monitorando continuamente os resultados para ajustes de curto e longo prazo.

## 5.3 *Cronograma x* Estratégia de longo prazo

Para garantir a eficiência da implementação, um cronograma detalhado deve ser estabelecido, organizando todas as etapas da campanha, desde a concepção até a execução. Esse roteiro é essencial para coordenar cada etapa, alinhando o tempo certo para cada uma das ações, e para garantir que os objetivos da marca estejam sendo alcançados.



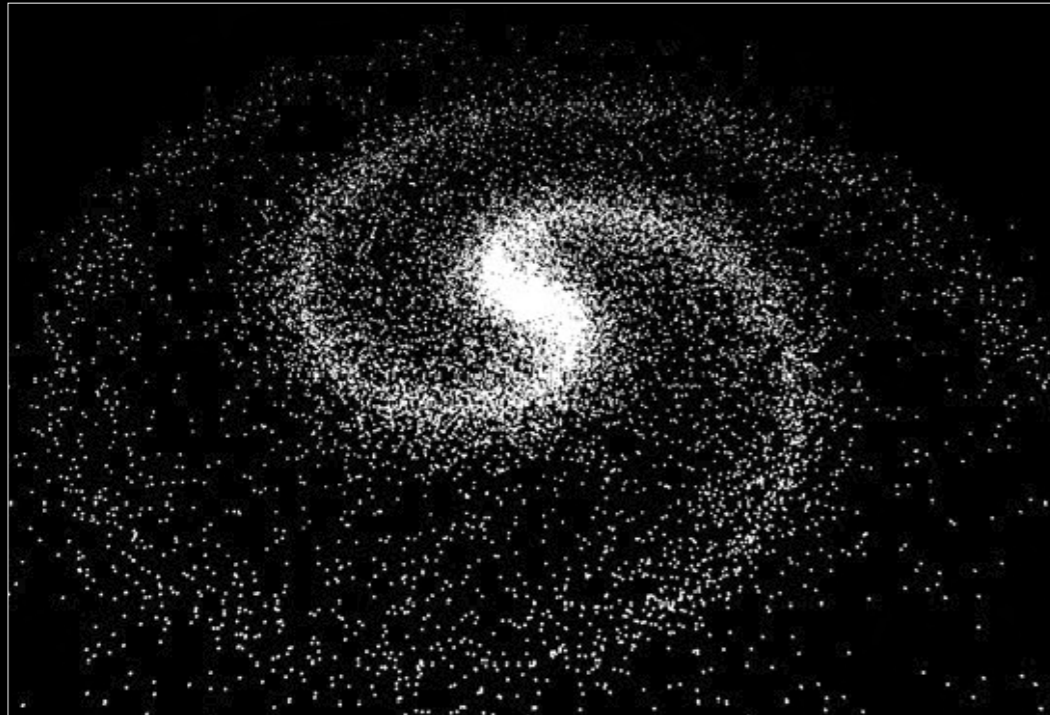
## 5.3 *Cronograma x* Estratégia de longo prazo

**Definição do Roteiro** – O roteiro da campanha deve abordar o desenvolvimento de mensagens claras, impactantes e alinhadas com o USP da marca. Isso envolve a criação de um storytelling autêntico que pode ser usado em mídias sociais, e-mails, blogs e outras plataformas.

**Execução da Campanha** – A execução envolve garantir que cada P do marketing esteja sendo atendido e que todos os aspectos da marca estejam coesos com as expectativas do cliente.

**Cronograma x Estratégia de longo prazo** – Um cronograma bem estruturado não se limita a uma única campanha. Ele deve alinhar todas as ações com a visão de longo prazo da marca. Esse planejamento inclui revisões periódicas para otimizar o que está funcionando e ajustar o que não está.

# Conectamos marcas com pessoas, para criar expressões genuínas.



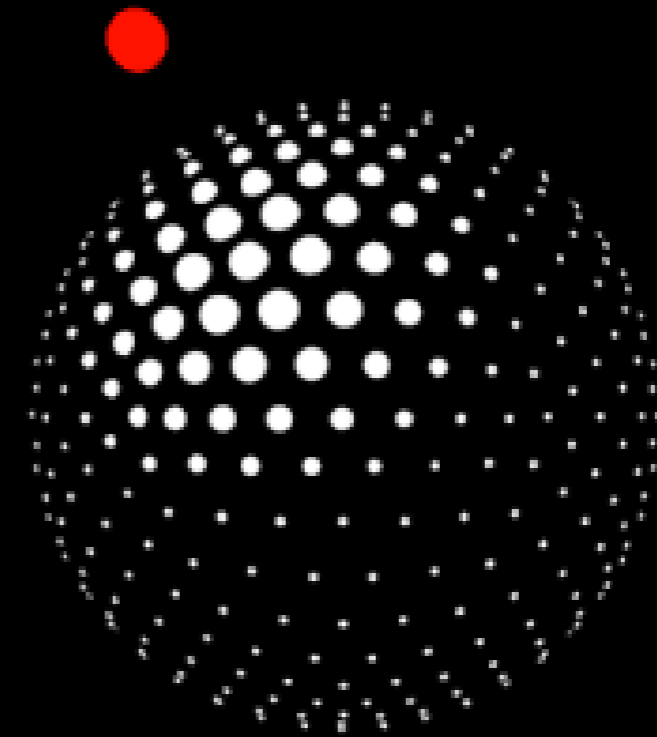
Cada marca possui seu próprio **universo**, feito de histórias, valores e propósitos únicos, nossa missão é criar e nos aprofundar esse **universo**, conectando sua marca ao público de forma autêntica e criativa, construindo experiências que ressoam e geram conexões reais.

[flaviojmello.com/branding-concept](http://flaviojmello.com/branding-concept)

# *Orbitamos a sua marca* com estratégia e criatividade

No nosso processo de **Branding Concept**, vemos sua marca como o centro de um sistema dinâmico.

*Assim como planetas em órbita*, trabalhamos em torno de sua identidade, desenvolvendo conceitos que refletem sua essência e propósito. **Nossas estratégias giram em torno das necessidades do seu público, criando conexões significativas e experiências memoráveis** que mantêm sua marca em movimento e em destaque no mercado.

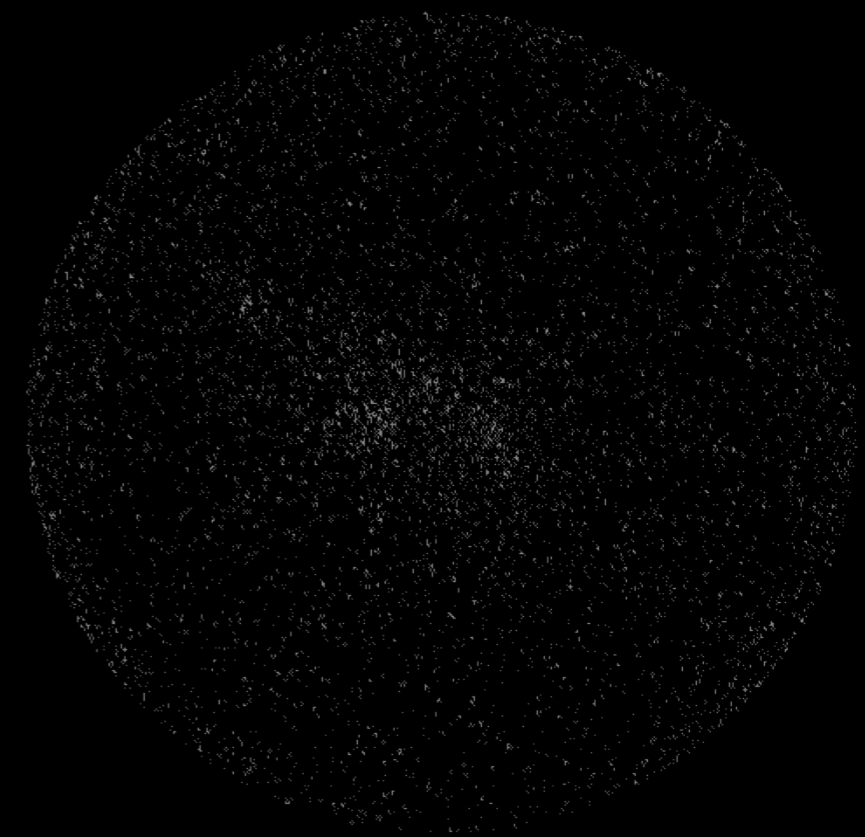


flaviojmello.com/branding-leads

# *Guiamos sua marca* em sua própria jornada cosmica

**No Branding Leads**, posicionamos sua marca como o núcleo de um sistema, onde cada estratégia é como um planeta em órbita, movendo-se harmoniosamente ao redor da sua identidade.

**Assim como as estrelas guiam navegantes, orientamos sua marca através de novas oportunidades**, explorando caminhos inexplorados e atraindo seu público como se fosse a gravidade. **Cada ação estratégica que tomamos expande o universo da sua marca**, levando-a a novos horizontes de crescimento e relevância.



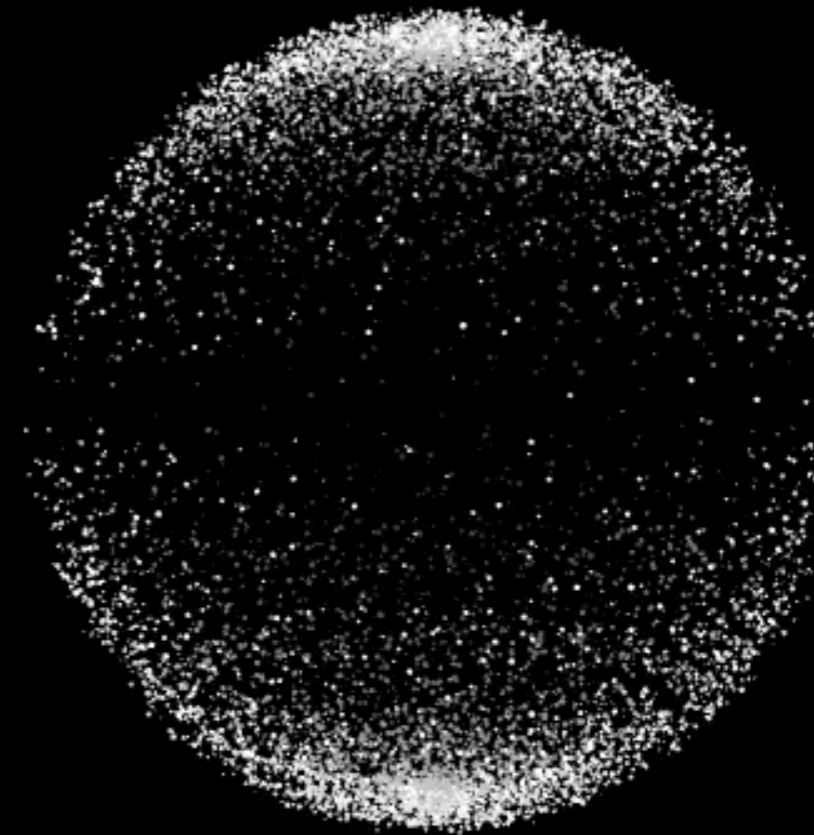
[flaviojmello.com/branding](http://flaviojmello.com/branding)

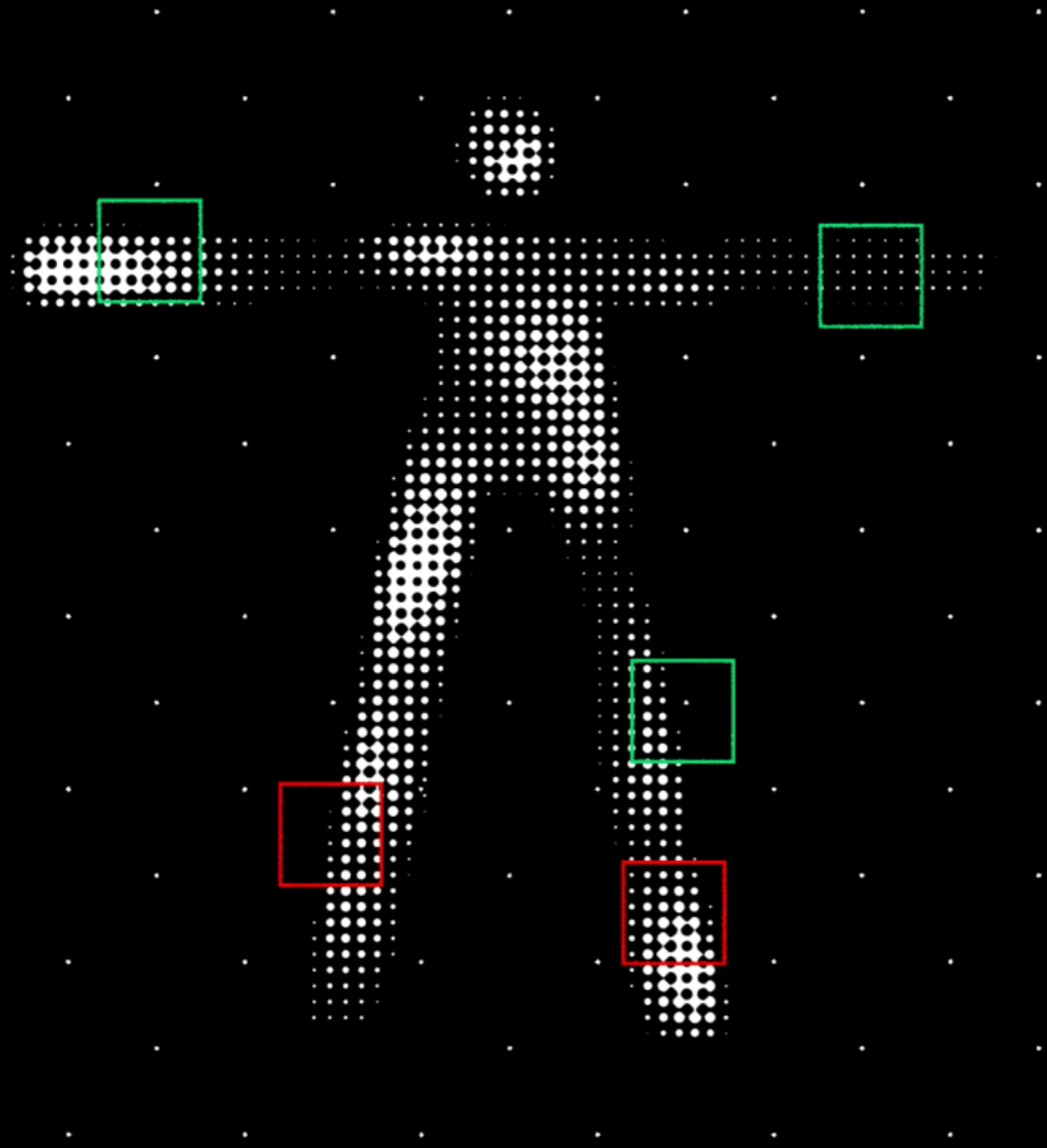
STUDIO MELLO 2024

# *Construimos juntos* o universo da sua marca

No **Branding**, sua marca é o centro de um universo em expansão. Cada elemento, desde o design à comunicação, orbita em perfeita harmonia, formando uma identidade sólida e impactante.

*Assim como planetas se conectam em órbitas gravitacionais,* unimos todos os aspectos da sua marca para criar uma presença coesa, capaz de atrair e envolver seu público. **Nosso objetivo é criar um sistema de identidade que evolui continuamente, mantendo sua marca em constante destaque no mercado.**





Conectamos marcas com pessoas para criar expressões genuínas, traduzindo cada detalhe em uma experiência autêntica. Refletimos nas interações tudo o que sua marca representa, criando conexões reais e significativas que fortalecem sua presença no universo dos consumidores.

# \_Obrigado

contato

comercial

+55 21 97232-2548

[www.flaviojmello.com](http://www.flaviojmello.com)

[estudio@flaviojmello.com](mailto:estudio@flaviojmello.com)