



Guia Prático

**Cria a Personalidade
da tua Marca**

em 23 minutos

O que vais encontrar neste guia?



Introdução

- Criar conexões emocionais.
- Como se criam estas ligações emocionais?

O que é a personalidade de uma marca?

- O que é isso significa para o meu negócio?
- Um fator diferenciador que cria clientes fieis à tua marca.

Exercícios

- Brainstorm #1: Valores Internos
- Brainstorm #2: Características da Marca
- Passar à ação: Forja a Personalidade da tua Marca

Introdução

Criar conexões emocionais.

Certamente já conheceste alguém e tiveste uma ligação imediata com essa pessoa, talvez até uma sensação de que se conhecem há muito tempo.

Como é que se criam estas ligações emocionais?

Quando alguém demonstra características que tu gostas e quando tu apresentas características de que a outra pessoa aprecia, as vossas personalidades alinham-se e é criada uma conexão emocional.

O que é a personalidade da tua marca?

e o que ganhas com isso.

A personalidade de uma marca é a componente humana da marca. É o conjunto de valores, características e comportamentos que a definem ao longo do tempo.

○ que é que isto significa para o meu negócio?

○ Permite que a tua audiência e os teus clientes se lembrem de quem és e que criem conexões positivas com a tua marca.

○ Devido a isto, dar vida a uma marca é um dos passos mais importantes do processo de branding.

○ Um fator diferenciador que cria clientes fieis à tua marca.

○ Qualquer marca pode falar sobre as melhores funcionalidades ou ter um preço competitivo, podem até ser conhecidos por isso, mas muitas vezes não criam uma ligação emocional com a audiência.

○ O branding é sobre criar conexões com as pessoas, e se a tua marca criou uma conexão foi porque apresentou uma característica ou um comportamento com o qual a tua audiência se sente atraída ou com a qual se identifica.

“A marca que trazes ao mundo reflete muito mais do que o produto que estás a vender. Ela fala pelo que tu enquanto empresa acreditas, a tua personalidade, a tua estética, a visão que tens para o mercado onde estás, e pela cultura que representas e defendes.”

- Ellen Macy, Estrategista de Marca

Exercícios

Para definir a direção da personalidade da tua marca.

Preparação

Para fazer estes exercícios será útil reunir com todos os tomadores de decisão do seu negócio e até mesmo os representantes de cada secção (vendas, apoio ao cliente, logística, etc.).

Assegurando assim que estão todos alinhados na definição da personalidade da tua marca.

Quais são os Exercícios?

Brainstorm #1. Valores Internos

São a fundação da tua marca, a base que irá suportar o teu crescimento. Servem como indicador de que estás na direção certa e vão guiar o crescimento da marca.

Brainstorm #2. Características

São essenciais para saberes de que forma vais comunicar com a tua audiência, qual o estilo do conteúdo a utilizar e qual a linha gráfica que a tua imagem vai ter.

Brainstorm #1

Valores Internos



Objetivo:

Encontrar os principais valores que vão servir como guia no crescimento da tua marca e nas relações com a tua audiência (clientes, parceiros, fornecedores, etc.)

Duração: 9 minutos

Requisitos:

- Um temporizador para limitar o tempo;
- Uma folha de papel;
- Uma caneta ou um lápis.

Brainstorm #1

Valores Internos



Define o temporizador para **6 minutos**

Isto é importante para garantir o foco no objetivo, ajudando a escolher os valores mais importantes.

Brainstorm!

Cria uma lista de todos os valores com os quais a tua marca se identifica.

Quanto maior esta lista, melhor.

Como exemplo, alguns dos valores que nós na Vanguardly definimos foram: Orientados a resultados, Fiabilidade, Conhecedores, Partilha e Colaboração, Prestáveis, Generosos, Transparentes, Genuínos.

Brainstorm #1

Valores Internos



Define o temporizador para **3 minutos**

Isto é importante para garantir o foco no objetivo, ajudando a escolher os valores mais importantes.

Escolhe os teus valores!

Da lista de valores criada, escolhe os 3 valores que consideras mais importantes.

Dica: Para facilitar, podes começar por escolher 5-6 valores durante o primeiro minuto.

Como exemplo, os valores que nós na Vanguardly escolhemos foram: Orientados a resultados, Fiabilidade e 'Partilha e Colaboração'.

Brainstorm #2

Características



Objetivo:

Encontrar as palavras-chave que vão definir a personalidade da tua marca e vão servir de guia para toda a comunicação futura (incluindo o design e a experiência do cliente).

Duração: 14 minutos

Requisitos:

- Um temporizador para limitar o tempo;
- Uma folha de papel;
- Uma caneta ou um lápis.

Brainstorm #2

Características



Define o temporizador para **9 minutos**

Isto é importante para garantir o foco no objetivo, ajudando a escolher as características mais importantes.

Brainstorm!

Cria uma lista de características, expressões que se relacionem com a personalidade/forma de agir que pretendes para a tua marca.

Escolher apenas palavras positivas.

Quanto maior esta lista, melhor.

Como exemplo, algumas das características que nós na Vanguardly definimos foram: Próximos, Inovação, Transparência, Divertidos, Leais, Colaboradores, Apaixonados, Criativos, Organizados, Conhecimento (...)

Brainstorm #2

Características



Define o temporizador para **3 minutos**

Isto é importante para garantir o foco no objetivo, ajudando a escolher as características mais importantes.

Escolhe as tuas características.

Da lista de características criada, escolhe as 5 que considerares mais relevantes à tua marca.

Brainstorm #2

Características



Define o temporizador para **1 minuto**

Sim, apenas 1 minuto...
Esta é a altura de seres intuitivo.

Reduz ao essencial!

Da lista de características criada, escolhe as 3 que consideras essenciais para a fundação da personalidade da tua marca.

Como exemplo, as características que nós na Vanguardly escolhemos como essenciais foram: Criatividade, Paixão e Conhecimento

Finalizar

Forja a Personalidade da tua Marca



Torna os valores em promessas

Para cada um dos valores escolhidos cria uma frase orientada à ação.

Como exemplo, as frases dos valores da Vanguardly são:

- Ajudamos a conseguir resultados.
- Promovemos uma cultura de partilha e colaboração.
- Os nossos métodos garantem a nossa fiabilidade.

Regista as tuas características

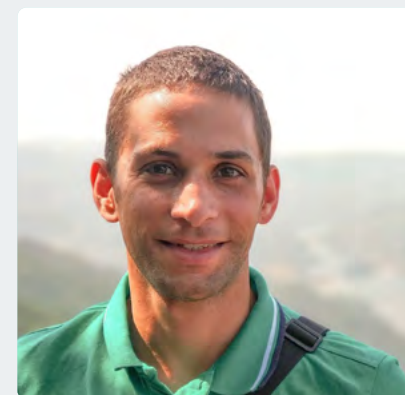
Regista as 3 características essenciais.

Para referência futura pode ser interessante guardar a lista completa.



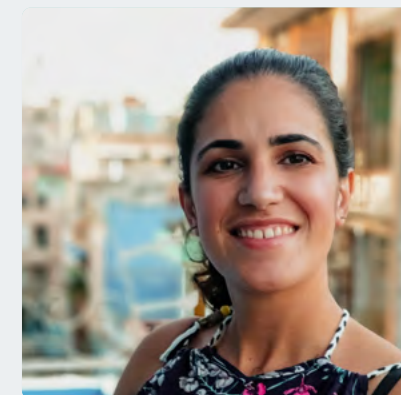
www.vanguardly.com

nós ajudamos a
Conseguir Resultados
conta com a nossa experiência



ANTÓNIO PINTO

Especialista em Estratégia de
Marca, Marketing e Branding.



ANA TOMÁS

Especialista em Marketing,
Gestora de Projetos e Clientes.

Contamos com uma experiência polivalente em diversas áreas, o que nos capacita para gerir os projetos de uma forma dinâmica e inovadora.

Somos apaixonados pelo que fazemos.
Entregamos toda a nossa dedicação ao teu sucesso.

