

Julio Bianchi / Administrador e gerente do projeto

Formado em administração pela PUC de Minas Gerais.

37 anos.

Mora em Varginha / MG onde ficam as terras e plantações da família.

Casado, 2 filhos.

Perito em café.

Apaixonado por música e boa gastronomia.

Se diz eclético, mas tem preferência por Jazz, Bossa Nova e Pop.

Curte cinema, embora não seja nenhum especialista no assunto.

Gosta de cozinhar e tocar violão nas horas vagas.

Curte estar com a família e amigos.

Gosta de conversar sobre filmes, gastronomia, música e, claro, café.

Começou a ajudar seu pai na empresa aos 14 anos.

É o administrador e sucessor de seu pai.

Marcas que admira: Netflix, Nubank, Volvo, Nintendo.

Gosta de tecnologia e estuda marketing de forma autodidata.

A Clave é um projeto dele. Seu pai não terá poder de decisão no projeto.

<div><div>O QUE</div><p>Somos produtores de cafés especiais. Cuidamos de todas as etapas: cultivo, colheita e torra. Atualmente, fornecemos nossos cafés para diversas marcas, tanto aqui no Brasil quanto no exterior. No final do ano passado surgiu essa ideia de criar nossa própria marca e, assim, conseguir trabalhar com margens maiores.</p></div> <div><div>COMO</div><p>Somos peritos no assunto.</p><p>Alto padrão de qualidade, do cultivo à torra</p><p>Nossos cafés tem alta pontuação</p><p>Unidade de produção climatizada</p><p>Equipamentos de última geração</p><p>Recomendação de café personalizada</p><p>Experiência sensorial junto com a música</p><p>Nosso produto não é o mais caro, mas também não será o mais barato</p><p>Unidade de cafeteria física onde o cliente pode degustar seu café ao som de uma boa música</p><p>Orquestra: grupo de assinantes com direito a receber produtos e conteúdos exclusivos</p><p>Enxergamos o café como um pretexto para uma pausa relaxante de 15 minutos e renovar as energias.</p></div> <div><div>OBJETIVOS</div><p>Criar uma marca forte no mercado de cafés.</p><p>Suporte à expansão para o segmento de cafeteria.</p><p>Criar identificação com nosso público.</p><p>Padronizar nossa comunicação.</p><p>Comunicar nossos diferenciais e a alta qualidade oferecida.</p></div>	<div><div>POR QUE</div><p>Meu bisavô Giuseppe Bianchi começou estudar música aos 10 anos. Seu sonho era ser pianista, mas as condições de vida no país acabaram trazendo-o para o Brasil na década de 30 para trabalhar nas lavouras de café. As condições de vida eram precárias, mas ele logo se apaixonou pelo café e começou a manifestar dentro de si o desejo de ter sua própria lavoura. Isso foi acontecer 20 anos depois, na década de 50, quando conseguiu comprar suas primeiras terras. Ele se apaixonou não só pelo café, mas pela nossa cultura e gastronomia. A música nunca deixou de fazer parte de sua vida. Chegou a se apresentar em festivais e conheceu muita gente importante no meio da Bossa Nova. Ele transmitiu para todos nós o amor pela música e pelo café. Meu pai também estudou música e chegou a tocar profissionalmente, assim como eu. Um hábito que temos, e que fazemos praticamente todos os dias, é parar um momento do nosso dia para tomar um café, conversar e ouvir música. É um momento em que fortalecemos os nossos laços. Mesmo hoje, que não moro mais com meu pai, mantenho esse hábito, pois é um momento do meu dia em que eu paro a correria para relaxar e não tenho dúvidas do quanto isso me beneficia em relação a produtividade. Eu queria que todo mundo tivesse esse momento. Queria que mais pessoas conhecessem e conversassem sobre o universo dos cafés especiais. A paixão por café é a maior herança que nosso bisavô nos deixou.</p></div> <div><div>Se a marca fosse uma pessoa, como ela seria?</div><p>Apreciadora da música e apaixonada por café.</p><p>Gosta de coisas simples, mas bem preparadas.</p><p>Jovem e moderna, mas com um pé na tradição.</p><p>Sua vestimenta seria algo como uma calça de sarja, camiseta ou camiseta, tênis ou bota.</p></div>	<div><div>APLICABILIDADE</div><div><div>IMPRESSO</div><div><div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div><div>1. Embalagens de Café</div><div>2. Potes de Café</div><div>3. Manifestos que vão junto com as pedidos de clientes</div><div>4. Caixas das encomendas</div><div>5. Uniformes voltados pra empresa, não cafeteria</div><div>6. Cartão de visita</div><div>7. Adesivos pequenos (formato circular)</div><div>8. Copo (metálico, como brinde ou parte de um pacote)</div><div>9. Carimbo</div></div><div><div>DIGITAL</div><div><div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div><div>1. Site</div><div>2. App</div><div>3. Redes sociais (avatar, destaques e posts)</div><div>4.</div><div>5.</div></div></div><div><div>O que você acredita que faz sua marca ser especial?</div><p>Não terceirizamos a produção. Temos controle de todas as etapas.</p><p>Vemos o café como um refúgio da rotina pesada do dia a dia. Proporcionaremos experiências físicas e online.</p><p>Seremos uma comunidade de apaixonados por café e arte.</p></div></div></div>
---	--	---

ATRIBUTOS VISUAIS

Tradicional

Moderna

Séria

Divertida

Acessível

Exclusiva

Feminina

Masculina

Jovem

Madura

Discreta

Ousada

Técnica

Intuitiva

Rebelde

Disciplinada

Luxuosa

Popular

Artesanal

Industrial

Delicada

Robusta

Corporativa

Descontraída

Exclusiva 1

Madura 2

Intuitiva 3

SIGNIFICADOS

Clave é um sinal gráfico inserido no início de uma partitura que serve como guia para o músico saber as notas escritas na pauta. É uma homenagem à nossa paixão pela música.

HISTÓRIA

Meu bisavô Giuseppe Bianchi começou estudar música aos 10 anos. Seu sonho era ser pianista, mas as condições de vida no país acabaram trazendo-o para o Brasil na década de 30 para trabalhar nas lavouras de café. As condições de vida eram precárias, mas ele logo se apaixonou pelo café e começou a manifestar dentro de si o desejo de ter sua própria lavoura. Isso foi acontecer 20 anos depois, na década de 50, quando conseguiu comprar suas primeiras terras. Ele se apaixonou não só pelo café, mas pela nossa cultura e gastronomia. A música nunca deixou de fazer parte de sua vida. Chegou a se apresentar em festivais e conheceu muita gente importante no meio da Bossa Nova. Ele transmitiu para todos nós o amor pela música e pelo café. Meu pai também estudou música e chegou a tocar profissionalmente, assim como eu. Um hábito que temos, e que fazemos praticamente todos os dias, é parar um momento do nosso dia para tomar um café, conversar e ouvir música. É um momento em que fortalecemos os nossos laços.

Fale um pouco mais sobre esse grupo de assinantes

Pagando um valor fixo por mês – que pode variar a partir de R\$ 89 – o assinante recebe, todos os meses, um kit de cafés em casa. Esse kit é personalizado, com o(s) café(s) e os itens que o assinante deseja receber. O kit contém: café(s) de escolha do cliente + mimo do mês + acesso ao Orquestra + acesso à playlist do mês. A playlist contém, em média, 90 músicas. Essa quantidade é pensada com o propósito de incentivar o assinante a ouvir cerca de 4 músicas por dia, que é o tempo suficiente para o preparo e a degustação do seu café (a depender do modo de preparo, pode levar mais ou menos, com pouca margem de erro). O objetivo é incentivar ele a fazer uma pausa no seu dia, colocar a playlist pra tocar, preparar, relaxar e apreciar toda a intensidade dos nossos cafés. Já o Orquestra é uma comunidade de assinantes que vai funcionar em um grupo exclusivo de WhatsApp. Nesse grupo, os assinantes poderão trocar suas experiências, ideias, recomendar músicas, filmes, livros, quadrinhos, artistas, métodos de preparo e tudo o que envolve o universo das artes e dos cafés. Nosso objetivo é juntar pessoas com gostos em comum. Eles também terão acesso à uma plataforma com conteúdos exclusivos, onde iremos convidar chefes baristas para ensinar técnicas e receitas exclusivas.

Como gostaria que o público descrevesse a sua marca?

Arte em forma de café.
Acolhedora e envolvente.
Trás aconchego e boas lembranças.
Sensorial e aromática.
Promove encontros.
Relaxa e renova as energias.

E como gostaria que eles não descrevessem a sua marca?

Frio e distante
Generalizada
Barata

Quais marcas admira e por quê?

Gostamos muito do trabalho que a Nespresso faz. Eles conseguiram criar toda uma experiência em torno do café.

A Orfeu também faz um bom trabalho de design.

A Oriba é uma marca de roupas que têm feito um trabalho sensacional. Gosto da forma de comunicar deles.

Nordweg é uma marca que tem super a ver com a gente, pois prezam pela qualidade e cuidam muito bem do visual.

Qual a dor do seu público

O dia-a-dia de muitos brasileiros é super corrido e estressante.

Jornada solitária intensificada pela pandemia e home office.

Desejam entender mais sobre café, mas não sabem por onde começar e não têm tempo

Temos um teste que pode ajudá-los a descobrir o café ideal para o seu paladar em menos de 2 minutos.

Temos um projeto de tutoriais em videos curtos falando sobre café e seus preparos.

Teremos uma comunidade exclusiva para assinantes.

Como você descreveria seu público ideal?

Pessoas que não estão satisfeitas com o famoso "café de mercado" e estão descobrindo ou já conhecem o mundo dos cafés especiais. Desejam aprender mais sobre o assunto, mas não têm tempo de estudar sobre. São pessoas que, geralmente, passam horas sentados à uma mesa em frente aos seus computadores: publicitários, programadores, designers, fotógrafos, artistas digitais em geral, produtores musicais, etc. Geralmente, trabalham no mercado criativo. Seus hobbies envolvem áreas da arte, como música, cinema, quadrinhos, etc. Costumam ir a shows, teatro, cinema, barzinhos. Gostam de Jazz, Blues, Bossa Nova, R&B, Samba, Rock, etc. No geral, quem consome cafés especiais também são mais exigentes quando saem para jantar, buscando um ambiente que ofereça uma boa experiência gastronômica. São pessoas que já resolveram bem suas ambições profissionais e estão em busca de rituais que façam bem ao seu espírito. Gostam de estar com pessoas alinhadas com seus gostos e pensamentos.

Dados demográficos:

Sexo: ambos, com leve predominância masculina
Faixa etária: 28 – 50 anos
Orientação sexual: não relevante
Estado civil: não relevante
Nacionalidade ou região: não relevante
Residência atual: não relevante
Grau de alfabetização e outras características educacionais: geralmente, formados e com boa estabilidade financeira
Ocupação e demais informações econômicas: Classe A e B

Quais principais concorrentes você considera atualmente?

Orfeu
Baggio

Quais os maiores players desse mercado?

Talvez o maior, com experiência física e digital, seja o Starbucks

O que te difere dos seus concorrentes?

Experiência que mescla café e arte
Clube de assinantes com conteúdos exclusivos
70 anos de história e conhecimento sobre cafés

APLICABILIDADE

IMPRESSO

☐

☐

☐

☒

☐

☐

☐

DIGITAL

- Embalagens (serão 3 versões inicialmente)

Redes sociais

Sacola

Caixa para envio

Cartão boas vindas

Aplicação nas xícaras
1. Site

2. App

3. Redes sociais (avatar, destaques e posts)

4.

5.

Quais são os cafés?

Acorde
Sustenido
Bemol

Quais locais seu cliente mais irá ver o logotipo?

Embalagens
Redes sociais
Site

A marca possui algum slogan / mensagem?

Por enquanto não

Possui em mente alguma cor de preferência?

Não

E tem alguma cor que você NÃO queira de forma alguma na sua marca?

Não

Existe algum elemento convencional ou específico que não pode ter na identidade visual?

Não

Você já pintou o estabelecimento e/ou já comprou a mobília?

Não

Essa empresa pode ser outra coisa ou atuar em outro nicho no futuro?

Não

O local onde a empresa está localizada interfere na atração de possíveis clientes?

Não. É um local

Quais marcas admira e por quê?

Gostamos muito do trabalho que a Nespresso faz. Eles conseguiram criar toda uma experiência em torno do café.

A Orfeu também faz um bom trabalho de design.

A Oriba é uma marca de roupas que têm feito um trabalho sensacional. Gosto da forma de comunicar deles.

Nordweg é uma marca que tem super a ver com a gente, pois prezam pela qualidade e cuidam muito bem do visual.

Qual a dor do seu público

O dia-a-dia de muitos brasileiros é super corrido e estressante.




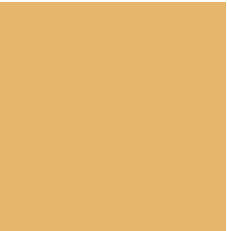













Jornada solitária intensificada pela pandemia e home office.

Desejam entender mais sobre café, mas não sabem por onde começar e não têm tempo

Temos um teste que pode ajudá-los a descobrir o café ideal para o seu paladar em menos de 2 minutos.

Temos um projeto de tutoriais em videos curtos falando sobre café e seus preparos.

Teremos uma comunidade exclusiva para assinantes.

Logo	Cores	Social
	  	  
Tipografia	Grafismos	
		  
Fotografia	Ícones	Web
		
Ilustrações	Comportamento	
		







Nome: Guilherme
Idade: 34 anos
Ocupação: Analista de dados

- solteiro
- sem filhos
- home office
- mora em São Paulo
- apartamento
- dono de pastor australiano
- usuário frequente de e-commerce
- admira os produtos apple, mas prefere android
- posta stories de um ou outro momento do dia, mas sempre do café
- não tira o fone por nada



Nome: Lara
Idade: 31 anos
Ocupação: Fotógrafa

- solteira
- sem filhos
- mora em Belo Horizonte
- apartamento
- dona de gato
- prefere produtos apple
- posta stories sobre a rotina
- toca violino como hobby



Nome: Fernando
Idade: 40 anos
Ocupação: Arquiteto

- casado
- sem filhos
- mora no Rio de Janeiro
- casa
- dono de dois goldens
- usuário frequente de e-commerce
- posta stories sobre a rotina
- sempre vai em shows e eventos culturais
- curte trilhas e aventuras na natureza