

# BRANDING NAS MÍDIAS DIGITAIS E PERSONA LABECOM

**Paul Marcel**

[www.avindi.com.br](http://www.avindi.com.br)

[www.youtube.com/vindimkt](https://www.youtube.com/vindimkt)

[www.instagram.com/vindimkt](https://www.instagram.com/vindimkt)

[www.instagram.com/paulmop](https://www.instagram.com/paulmop)



Licenciado para - Laura Dias Arnaldo - 49092140899 - Protegido por Eduzz.com



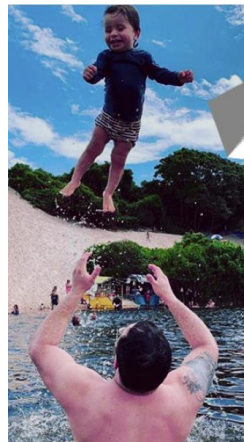
“ O que falta nas empresas é execução, mas principalmente, fazer o que precisa ser feito. Nós precisamos começar a executar”

**Vicente Falconi**

# QUEM IRÁ CONDUZIR?



- Eng. Ambiental e de Segurança do Trabalho;
- MBA em Gestão Empresarial - FGV;
- Esp. em Agenciamento da Inovação
- Sócio da Arena Vindi
- ASSESSORIA DE MARKETING - Vindi;
- Diretor de Marketing do Conjove-ACP;
- Consultor do SEBRAE)
- Profº do Mestrado



- Pai do Theo, bicolor (graças a Deus);
- Faixa Roxa de Jiu-jitsu;
- Churrasqueiro;
- Leitor Voraz;
- Artilheiro e goleador da Arena Vindi;
- Também conhecido como: **POL, POUL, PAULO, POW, POOL, PO E PÔ**

# PREMISSAS MINHAS DESSE MÓDULO

- A teoria embasa a prática;
- Conhecimento teórico só é conhecimento se for posto em prática, senão é ilusão de saber;
- Antes feito, do que perfeito.



# Vamos aquecer os motores?




# Marca?





---

# Marca. Qual é a sua primeira marca?



# Marca. Qual é a sua primeira marca?

LARISSA MACEDO  
MACHADO



Assessoria de gestão em marketing


Licenciado para - Laura Dias Arnaldo - 49092140899 - Protegido por Eduzz.com

# Marca. Qual é a sua primeira marca?

ANNITA







# Marca. Qual é a sua primeira marca?

ECLEIDIRA  
MARIA FONSECA  
PAES



---

# Marca. Qual é a sua primeira marca?

**ECLEIDIRA**  
**MARIA FONSECA**  
**PAES**



# Marca?

Aproximadamente 69.600.000 resultados (0,48 segundos)

## Dicionário

Pesquise uma palavra



marca<sup>1</sup>

*substantivo feminino*

1. ato ou efeito de marcar.
2. traço, sinal, impressão deixada por alguém ou algo.  
"a m. de pneus no asfalto"
3. sinal natural na pele de uma pessoa ou no pelo de um animal.
4. desenho, inscrição, nome, número, selo, símbolo, carimbo etc. que se coloca sobre um artigo para distingui-lo de outros, ou como indicação de propriedade, qualidade, categoria, origem.  
"uma porcelana de m. conhecida"
5. **POR METONÍMIA**  
o instrumento que produz essa marca.  
"pôr a m. em brasa para gravar barris de vinho"
6. empresa que detém essa marca.  
"as grandes m. de champagne"
7. espécie, qualidade, tipo.  
"charutos de boa m."



# Marca?

Aproximadamente 69.600.000 resultados (0,48 segundos)

## Dicionário

Pesquise uma palavra



marca<sup>1</sup>

*substantivo feminino*

1. ato ou efeito de marcar.
2. traço, sinal, impressão deixada por alguém ou algo.  
"a m. de pneus no asfalto"
3. sinal natural na pele de uma pessoa ou no pelo de um animal.
4. desenho, inscrição, nome, número, selo, símbolo, carimbo etc. que se coloca sobre um artigo para distingui-lo de outros, ou como indicação de propriedade, qualidade, categoria, origem.  
"uma porcelana de m. conhecida"
5. **POR METONÍMIA**  
o instrumento que produz essa marca.  
"pôr a m. em brasa para gravar barris de vinho"
6. empresa que detém essa marca.  
"as grandes m. de champagne"
7. espécie, qualidade, tipo.  
"charutos de boa m."



# O que é então uma marca?

“Marca é todo  **sinal distintivo, visualmente perceptível, que identifica e distingue produtos e serviços**, bem como certifica a **conformidade** dos mesmos com determinadas normas ou especificações técnicas”

**INPI**

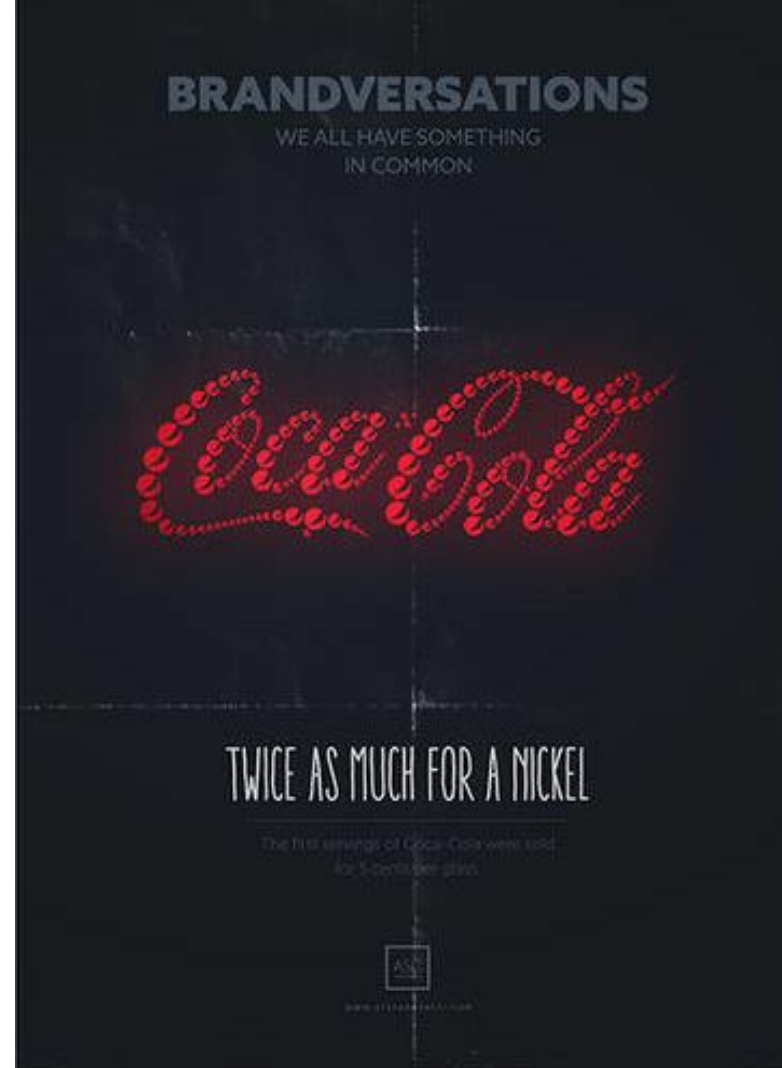


# A importância de uma marca?

PRODUTO → MARCA →

RELACIONAMENTO

**VALOR**





# O que é então uma marca?

“Uma marca é definida como um **nome**, **termo**, **símbolo** (ou combinação de símbolos) que identifica o **vendedor do produto**”

**Kotler**



# O que é então uma marca?

“Um nome, termo, design, símbolo ou qualquer outra característica que diferencie um bem ou serviço de determinado vendedor de outros vendedores. **Uma marca pode identificar um item, um grupo de itens** ou todos os itens de um vendedor.”

**Americana de Marketing (American Marketing Association)**



# Vamos entender o que é Marca um pouco mais?

LOGO

LOGOTIPO

SÍMBOLO

LOGOMARCA?

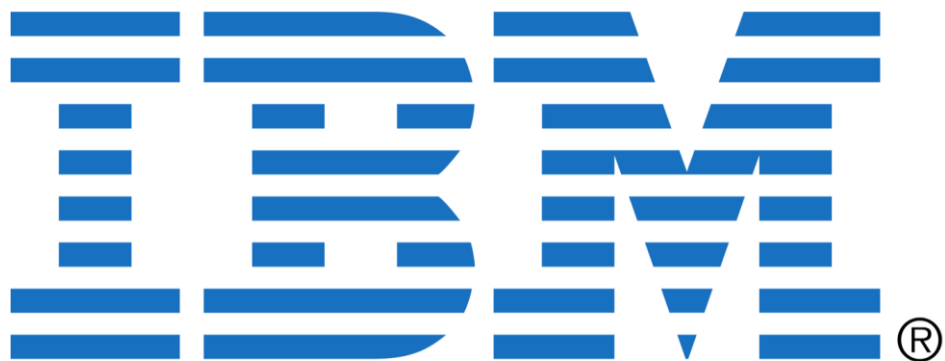
SÍMBOLO MISTO

SINAL DISTINTIVO

PONTO DE CONTATO

IDENTIDADE

**MARCA**



# MARCA NÃO É LOGO!

LOGO É ABREVIACÃO DE LOGOTIPO!

# MARCA NÃO É LOGO!

LOGO É ABREVIACÃO DE LOGOTIPO!

(LOGOTIPO É UM SINAL VISUAL DA MARCA FEITO A  
PARTIR DE UMA PALAVRA COMPOSTA COM  
FONTES PERSONALIZADAS)



# LOGOMARCA?

# Qual o significado das palavras logo, logotipo e logomarca?

Entenda de onde vieram  
as palavras que mais  
geram discussão na co-  
munidade dos designers

## Logo



Do grego “logos” - palavra, significado

“Um elemento do design gráfico reconhecível, geralmente inclui um nome, símbolo ou marca representando uma organização ou produto.”

dictionary.com

## Logotipo



Do grego “logos” - palavra, significado / “typos” - figura

“O arranjo visualmente distinto de letras no qual empresas e organizações são prontamente reconhecidas pelos clientes.”

answers.com

## Logomarca

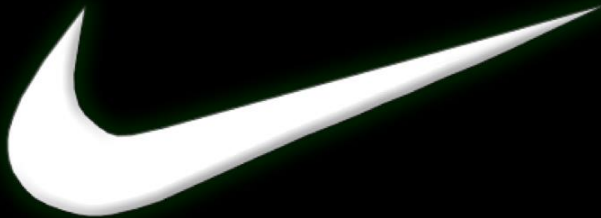


Do grego “logos” - significado / Do germânico “marka” - significado

“Significado do significado? Isto não faz sentido algum. Parem de besteira.”

design.blog.br





**É SIMPLEMENTE  
UM SÍMBOLO DA  
MARCA**



# SÍMBOLO MISTO



“

*“Enquanto as **marcas** falam de modo virtual para a mente e para o coração.*

*A identidade da marca é tangível e apela para os sentidos. A identidade é a expressão visual e verbal de uma marca.”*

– Alina Wheeler









SENHA DO



WiFi

E UM COPO DE



NÃO SE NEGA  
*a ninguém*

Usuário: Vindi

Senha: vindimilhao

Licenciado para - Laura Dias Amalão - 49092140899 - Protegido por Eduzz.com

# Regras de *boa maneiras*

- 1 Sujou, Lavou!**  
Louça suja, alguém tem que lavar.
- 2 WorkStation da Google**  
Se você não consegue organizar seu local de trabalho...
- 3 Lixo no lixo!**  
O lixo é recolhido diariamente as 16h.  
Ajude a manter a limpeza do ambiente.
- 4 Banheiro de Shopping**  
Após o uso do banheiro, certifique-se que tudo está em ordem e limpo.
- 5 Templo do Cliente**  
Preze pela limpeza e organização também na sala de reunião.
- 6 Segurança do Bunker**  
Sempre deixe a porta trancada.
- 7 Dono da Celpa**  
Desligue luzes e ar-condicionado quando for o último a sair.

O não cumprimento das regras implicará em uma multa de 10 mangos.





# **BLUE BOOK**

## OVERVIEW

### VINDI.2020



- **Unique Selling Proposition:**

- Facilitar as vendas e aumentar os lucros de nossos clientes, por meio da gestão de marketing;

- **Emotional Selling Proposition:**

- "O jeito, a personalidade, a identidade de marca "Vindi";
  - Entregar, de forma prática, o estado da arte da ciência do marketing na forma de conhecimento acessível e linkado com os assuntos mais atuais e de tendência, sempre de forma leve e aplicável.



“

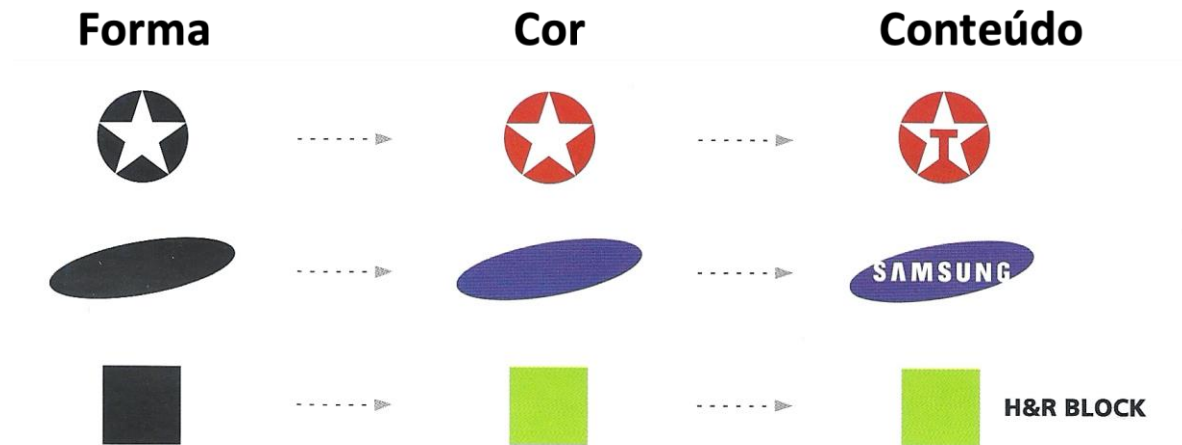


**UMA MARCA NÃO É  
O QUE VOCÊ DIZ QUE ELA É**

**É O QUE OS OUTROS DIZEM  
QUE ELA É**

# **E OS ELEMENTOS DA MARCA?**

São os elementos que compõem e as diferenciam:





SIGNIFICANTE?  
COCA-COLA

SIGNIFICADO?  
BEBIDA DE COLA

SIGNO?  
MARCA/EMBALAGEM  
ELEMENTOS GRÁFICOS



**Nome**  
**Logo**  
**Símbolos**  
**Personagens**  
**Slogan**  
**Tipografia**  
**Paleta de cores**  
**Embalagem**  
**Elementos gráficos.**

**Memorável**  
**Significativa**  
**Desejável**  
**Adaptável**  
**Protegível**

# IDENTIDADE VISUAL!

---

# E o Branding?



# E o Branding?

“É o **conjunto de ações** alinhadas ao **posicionamento, propósito e valores** da marca. ”





[VINDI BEER] #EP023 - RD SUMMIT - MARKETING, INOVAÇÃO E O QUE ESPERAMOS PARA 2017

## Vindi Beer

Vindi - 1 / 32



[VINDI BEER] #EP023 - RD SUMMIT - MARKETING, INOVAÇÃO E O QUE ESPERAMOS PARA 2017

Vindi

2



[VINDI BEER] #EP026 - Semana da Mulher: Os desafios de...

Vindi

3



[VINDI BEER] #EP025 - O início do seu negócio: Quais os...

Vindi

4



[VINDI BEER] #EP024 - Cheyda Belfor: de recepcionista à don...

Vindi

5



[VINDI BEER] #EP023 - Trump, empreendedorismo e o que...

Vindi



[VINDI BEER] #EP022 -



 <p><b>COMO A CHILLI BEANS TORNOU-SE GIGANTE</b></p> <p>21:13</p>	 <p><b>Funções das Embalagens</b></p> <p>2:04</p>	 <p><b>EP04 DA ESTRATÉGIA AO SEU CLIENTE</b></p> <p>18:18</p>	 <p><b>MANUAL DA MARCA?</b></p> <p>2:03</p>	 <p><b>EP01 DRE PLANO DE CONTAS</b></p> <p>17:42</p>
<p>Descubra como a Chilli Beans se tornou uma gigant...</p> <p>14 mil visualizações • 4 meses atrás</p>	<p>Dicas de Design #05 - Funções das Embalagens</p> <p>11 mil visualizações • 3 anos atrás</p>	<p>EP4 - Descubra como criar uma estratégia para atende...</p> <p>10 mil visualizações • 9 meses atrás</p>	<p>Dicas de Design #12 A sua marca tem manual?...</p> <p>6,9 mil visualizações • 3 anos atrás</p>	<p>EP1 - Como fazer um plano de contas e uma DRE para...</p> <p>6,3 mil visualizações • 10 meses atrás</p>
 <p><b>EPISÓDIO ESPECIAL</b></p> <p>5:42</p>	 <p><b>VOCÊ SABIA?</b></p> <p>3:59</p>	 <p><b>2 FORMAS DE ENTENDER SUAS VENDAS!</b></p> <p>6:43</p>	 <p><b>Dicas de DESIGN</b></p> <p>02 - Marca, Logotipo ou Logomarca?</p> <p>1:42</p>	 <p><b>Dicas de DESIGN</b></p> <p>01 - Embalagem Primária ou Secundária?</p> <p>1:38</p>
<p>Episódio Especial - Sua Loja com o Dobro de Lucros</p> <p>4,7 mil visualizações • 7 meses atrás</p>	<p>[VINDI] Você Sabia #01 - 5 passos para lançar um...</p> <p>4,1 mil visualizações • 4 anos atrás</p>	<p>Entenda a técnica e venda mais</p> <p>4 mil visualizações • 4 meses atrás</p>	<p>Dicas de Design #02 - Marca, Logotipo ou Logomarca?</p> <p>3,9 mil visualizações • 3 anos atrás</p>	<p>Dicas de Design #01 - Embalagem Primária ou...</p> <p>3,5 mil visualizações • 3 anos atrás</p>

# E o Branding?

Objetivo é despertar **sensações** e criar conexões **conscientes** e **inconscientes**, que serão cruciais para que o cliente **escolha a sua marca** no momento de decisão de compra do produto ou serviço.





# Heineken.



# Marca e Branding

“Uma **marca** é um conjunto de **expectativas, memórias, histórias e relacionamentos** que, juntos, são responsáveis por fazer o consumidor **escolher** um produto ou serviço em vez de outro.”

(Seth Godin)





# Marca e Branding

Todos os **movimentos** que a marca faz (logotipo, fonte, tom de voz, valores, jingles etc) ajudam a **construir** a **personalidade** da **marca** na mente do consumidor através de sensações e percepções.



# Branding e clientes

**67% dos entrevistados** disseram estar muito dispostos a comprar um produto de uma marca que **se conecte com eles a partir de um propósito comum** e se dispõem a pagar mais por isso, já que enxergam valor real nessa aquisição

**Ana Couto Branding**



# Como fazer branding nas mídias digitais?



# Como fazer branding nas mídias digitais?

**Escolha!**





# Como fazer branding nas mídias digitais?

**Redes Sociais** são **estruturas formadas dentro ou fora** da internet com o objetivo de **conectar pessoas** ou **empresas** que tenham interesses em comum.



# Como fazer branding nas mídias digitais?

Mídia social é o uso de **tecnologias** para **tornar interativo** o **diálogo** entre pessoas

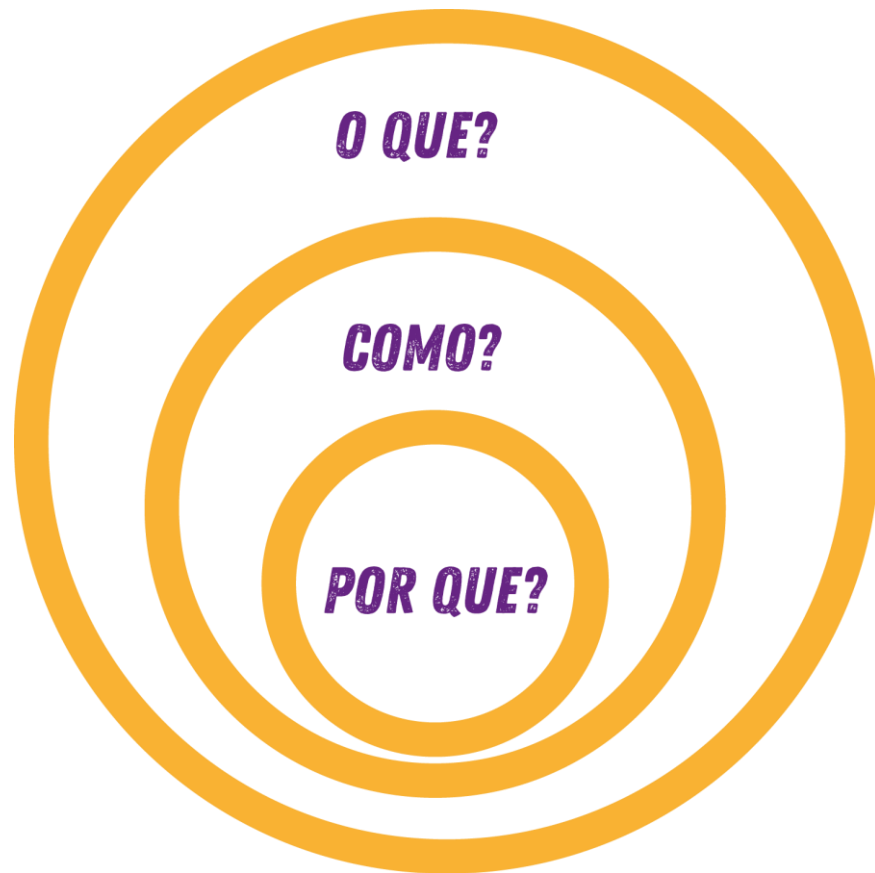
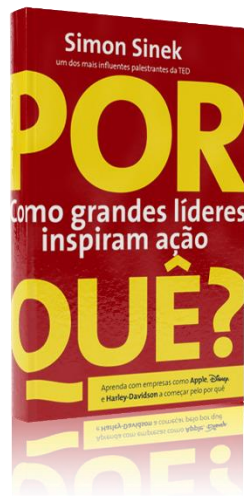


# Como fazer branding nas mídias digitais?

1. **Persona**
2. **Sua identidade Visual**
3. **Estratégia**
  - **Personalidade**
  - **Tom de Voz**
  - **Canais**
  - **Conteúdo**



# Circulo Dourado!





# Circulo Dourado

- Em empresas bem sucedidas, todos os colaboradores sabem **POR QUE** fazem o que fazem!
- Nas demais empresas, os colaboradores apenas sabem **O QUE** fazem!(raramente sabem o **como** e o **por que**!)
- **Empresas devem se comunicar de dentro pra fora!**

**Inspiração → Confiança → Admiração**



# hello consumidor



Aproveite essa oferta antecipada  
da semana do consumidor.

De R\$ 2.799

por

R\$ **2.199**

Confira



8% de Cashback  
com AME

Em até  
**12x** Sem  
Juros



## NAVEGUE POR CATEGORIA



Bateria



Câmera



Preço



Tela



Memória



Jogar



[Mac](#)[iPad](#)[iPhone](#)[Watch](#)[TV](#)[Music](#)[Suporte](#)

# iPhone 12

Rápido que é uma beleza.

[Saiba mais >](#) [Comprar >](#)



## iPhone 12 Pro

Um salto radical.

Licenciado para - Laura Dias Arnaldo - 49092140899 - Protegido por Easuzz.com

# Circulo Dourado

- Quem se vende de **dentro pra fora**? E de **fora pra dentro**?
- **Qual chama mais atenção?**



# Circulo Dourado!

## 1. Por que?

1. Por que o seu negócio **existe**?
2. Qual é o **propósito**?
3. Qual é a **causa**?



# Circulo Dourado!

## 1. Por que?

1. Por que o seu negócio **existe**?
2. Qual é o **propósito**?
3. Qual é a **causa**?

## 2. COMO?

1. Como você faz (grande **diferencial**)?



# Circulo Dourado!

## 1. Por que?

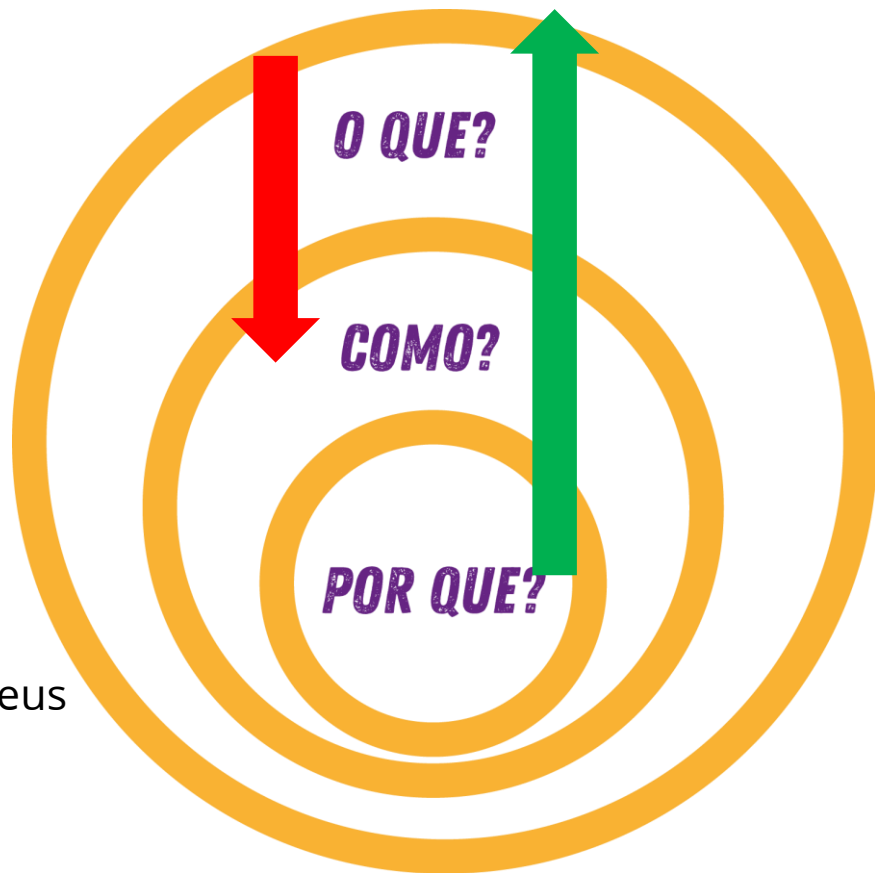
1. Por que o seu negócio **existe**?
2. Qual é o **propósito**?
3. Qual é a **causa**?

## 2. COMO?

1. Como você faz (grande **diferencial**)?

## 3. O que?

- O que você faz, quais são seus **produtos e serviços**?





“Tudo o que fazemos, nós **acreditamos** em desafiar o status quo. Nós **acreditamos** em pensar de forma diferente. Nós desafiamos o status quo através de um **design elegante, de utilização fácil e intuitiva**. Por acaso fazemos **excelentes smartphones**.

Deseja comprar um?”



# Circulo Dourado: como nós fazemos!



# A VINDI

Acreditamos que ajudando negócios a se tornarem melhores, fazemos uma sociedade mais justa!



POR QUÊ?

# A VINDI

Acreditamos que ajudando negócios a se tornarem melhores, fazemos uma sociedade mais justa!

Somos um time de sábios, constantemente aprendizes.  
somos humanos. somos curiosos. somos bem humorados.  
somos integrados aos nossos clientes.

**SOMOS VENI, VIDI, VICI. SOMOS VINDI.**



# A VINDI

Acreditamos que ajudando negócios a se tornarem melhores, fazemos uma sociedade mais justa!

Somos um time de sábios, constantemente aprendizes.  
somos humanos. somos curiosos. somos bem humorados.

Somos integrados aos nossos clientes.

**SOMOS VENI, VIDI, VICI. SOMOS VINDI.**



MARKETING PACK



XEQUE-MATE

CEOINSIGHTS



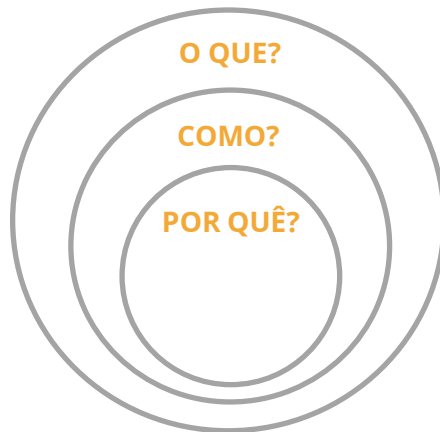
CAMPANHAS DIGITAIS



TAPA DE DESIGN



ASSESSORIA DE GESTÃO  
EM MARKETING



Assessoria de gestão em marketing

Licenciado para - Laura Dias Arnaldo - 49092140899 - Protegido por Eduzz.com



2 meses atras

3 meses atrás

3 meses atrás

3 meses atrás



## 5 coisas que todo varejista pode aprender com a Zara

14 visualizações •  
3 meses atrás



🚩 CEO INSIGHTS 21: Como vender produtos regionais n...

14 visualizações •  
3 meses atrás



## O que é IGTV e como usar esse recurso

32 visualizações •  
3 meses atrás



🚩 CEO INSIGHTS 20: A HUMANIZAÇÃO DA VENDA...

5 visualizações • 3 meses atrás



## 07 - Égua do Marketing: Mulheres na Comunicação

7 visualizações • 3 meses atrás



## Tudo que você precisa saber sobre vídeo marketing

28 visualizações •  
4 meses atrás



**🚩 CEO INSIGHTS 19: COMO NEGOCIAR MELHOR!**

20 visualizações •  
4 meses atrás



## 06 - Égua do Marketing: Estratégia e gestão

19 visualizações •  
4 meses atrás



O que o Tylenol pode ensinar a Belorizontina? Entenda o...

1,4 mil visualizações •  
4 meses atrás



Qual a diferença entre Publicidade e Marketing?

69 visualizações •  
4 meses atrás



CEO INSIGHTS 16: OS DESAFIOS DE INOVAR

13 visualizações •  
4 meses atrás

↔ Não listado



EP17 - Conseguimos triplicar os lucros

2,5 mil visualizações •  
4 meses atrás



03 - Égua do Marketing: Criatividade e tecnicidades...

43 visualizações •  
4 meses atrás



Métricas para o varejo

31 visualizações •  
4 meses atrás



Branding e gestão de marca

62 visualizações •  
4 meses atrás



CEO INSIGHTS 15: O QUE VOCÊ PRECISA APRENDER...

96 visualizações •  
4 meses atrás

↔ Não listado



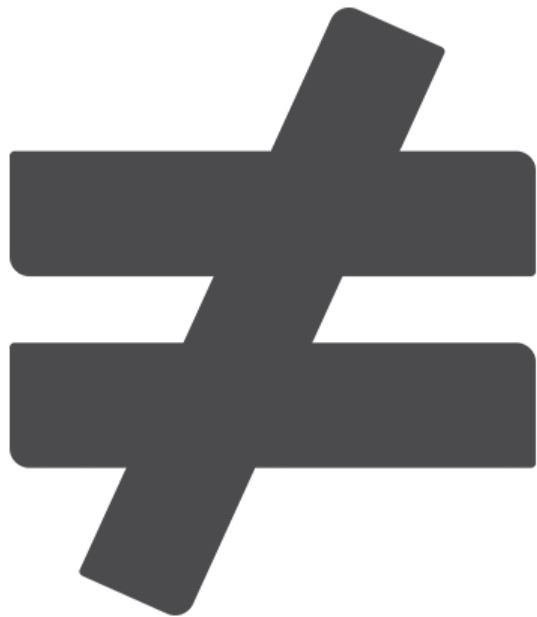
# E A PERSONA?



**“Persona é um personagem típico fictício retirado do seu público-alvo, que representa o seu cliente ideal, ou seja, é a convergência de características reais do seu público alvo em um só personagem e que representa em sua essência todas essas características.”**



**“Público-alvo é o recorte demográfico, socioeconômico e comportamental de grupo de consumidores que a empresa deseja atingir com os seus produtos e serviços”**



# **QUAIS AS PRINCIPAIS DIFERENÇAS PERSONA E PÚBLICO ALVO?**

# Público alvo

- Normalmente é baseado no conhecimento tácito do gestor;
- Mais genérico;
- Pouco preciso;
- Falta empatia;



# Persona

- **Mais empatia;**
- **Mais tangível;**
- **É a convergência de características reais do seu público alvo em um só personagem;**



**Mulheres solteiras,  
graduadas, residentes no  
Estado do RJ, de 25 a 30  
anos, frequentadora de  
academia, com renda  
entre R\$ 10.000,00 e  
R\$ 20.000,00.**



Marina, **solteira, 30 anos**, residente no **RJ**, renda de **R\$ 12K/mês**, fruto do seu trabalho como **funcionária pública federal**. **Curte** praticar diversos esportes individuais. Seu **hobby** é participar de competições de triathlon e seguir uma alimentação rígida e saudável. Suas amigas a consideram **as vezes chata** demais por seguir uma rotina diária de abdições por causa dos treinos e da alimentação saudável, causando uma frequente **falta em eventos sociais** que concorrem com a sua rotina, o que deixa Marina **triste** às vezes. Marina **deseja** com esses sacrifícios se manter jovem e saudável, bem como ser exemplo para as suas amigas que estão um pouco acima do peso e que é possível sim conciliar sucesso profissional, qualidade de vida e saúde.



Marina, solteira, 30 anos, residente em Belém do Pará, renda de R\$ 12K/mês, fruto do seu trabalho como funcionária pública federal. Curte praticar diversos esportes individuais. Seu hobby é participar de competições de triathlon e seguir uma alimentação rígida e saudável. Suas amigas a consideram as vezes chata demais por seguir uma rotina diária de abdições por causa dos treinos e da alimentação saudável, causando uma frequente falta em eventos sociais que concorrem com a sua rotina, o que deixa Marina triste às vezes. Marina deseja com esses sacrifícios se manter jovem e saudável, bem como ser exemplo para as suas amigas que estão um pouco acima do peso e que é possível sim conciliar sucesso profissional, qualidade de vida e saúde.





**Versão:**

Eduzz.com



# Valeu pessoal!



**VINDI**

CNPJ: 15.458.161/0001-09

(91) 3015-4085

Licenciado para - Laura Dias Arnaldo - 49092140899 - Protegido por Eduzz.com

[youtube.com/vindimkt](https://youtube.com/vindimkt)

[facebook.com/vindimkt](https://facebook.com/vindimkt)

[instagram.com/vindi](https://instagram.com/vindi)

[www.avindi.com.br](https://www.avindi.com.br)

R. Municipalidade, nº 985

Mirai Offices - Sala 1306

Belém-PA