

O QUE

- **Somos produtores de cafés especiais.**
- Atualmente, fornecemos nossos cafés para diversas marcas, tanto aqui no Brasil quanto no exterior e queremos **criar nossa própria marca** e, assim, conseguir trabalhar com margens maiores.
- **Orquestra:** grupo de assinantes com direito a receber produtos e conteúdos exclusivos

COMO

- Quais os métodos, materiais, processos?*
- Cuidamos de todas as etapas: cultivo, colheita e torra.
 - Alto padrão de qualidade, do cultivo à torra
 - Unidade de produção climatizada
- Especificações técnicas, ferramentas, recursos.*
- Somos peritos no assunto.
 - Nossos cafés tem alta pontuação
 - Equipamentos de última geração
- Conhecimento, experiência, competência, habilidade.*
- Experiência sensorial junto com a música.
 - **Unidade de cafeteria física onde o cliente pode degustar seu café ao som de uma boa música.**
 - Recomendação de café personalizada.
- É o mais caro do seu mercado? Você diria que sua marca oferece custo-benefício?*
- Nosso produto não é o mais caro, mas também não será o mais barato.

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.

POR QUE

- Quais foram os motivos que o levaram a abrir sua empresa?Qual o propósito da empresa existir?*
- Enxergamos o café como um pretexto para uma pausa relaxante de 15 minutos e renovar as energias.
 - 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, de parar a correria do dia 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**

QUALIDADES

- Diferenciais da marca.O que ela faz de especial?*
1. Não terceirizamos a produção.
 2. Temos controle de todas as etapas.
 3. Vemos o café como um refúgio da rotina pesada do dia a dia.
 4. Proporcionaremos experiências físicas e online.
 5. Seremos uma comunidade de apaixonados por café e arte.

OBJETIVOS

- Qual o objetivo com esse projeto?*
- **Criar uma marca forte no mercado de cafés.**
 - Suporte à expansão para o segmento de cafeteria.
 - Criar identificação com nosso público.
 - Padronizar nossa comunicação.
 - **Comunicar nosso s diferenciais e a alta qualidade oferecida.**

DESAFIOS

- Existe algo nesse projeto projeto que será desafiador?*
- **Não construímos marca, mesmo após anos no ramo.**
 - Café especial ainda é considerado caro.
 - Maioria dos brasileiros não conhecem a diferença entre um café especial e um comum de mercado.

CLIENTE IDEAL

→ CARACTERÍSTICAS:

Atributos da persona. Como ela é? Como se comporta? Qual o perfil? O que ele deseja?

- Apreciadora da música e apaixonada por café.
- Gosta de coisas simples, mas bem preparadas.
- Jovem e moderna, mas com um pé na tradição.
- Sua vestimenta seria algo como uma calça de sarja, camiseta ou camiseta, tênis ou bota.

→ DEMOGRAFIA:

Dados demográficos. Faixa etária, sexo, estado civil, etc.

Sexo: ambos, com leve predominância masculina

Faixa etária: 28 – 50 anos

Orientação sexual, residência atual, Estado civil, nacionalidade: 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

→ DORES:

O que ele teme? O que há de errado com o que já existe no mercado? Por que ele não está satisfeito? Como poderia ser melhor? Quais suas dificuldades? Quais os desafios que ele enfrenta?

- 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.

APLICABILIDADE

IMPRESSO



DIGITAL

1. Embalagens (Acorde, Sustenido, Bemol)
2. Sacola
3. Caixa para envio
4. Cartão boas vindas
5. Aplicação nas xícaras

1. Redes sociais
2. Site
3. Plataforma de assinaturas
- 4.
- 5.

ENTREGA RACIONAL

O que a empresa entrega?

ENTREGA EMOCIONAL

Como o público se sente ao receber aquilo que a empresa entrega?

CONCORRENTES

Orfeu e Baggio

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

MADURA

INTUITIVA

SIGNIFICADOS

O nome tem algum significado? É possível encontrar encontrar algum?

Clave é um sinal gráfico inserido no início de uma partitura que serve como guia para o músico saber as notas escritas na pauta.

SÍMBOLOS

Há algum símbolo existente que pode servir de base para a criação de elementos visuais para a marca? É possível criar um?

CLAVE



OBSERVAÇÕES & INSIGHTS

HISTÓRIA

A história da empresa pode inspirar na criação da identidade visual?

Uma tradição familiar deixado por seu avô que desde a decada de 30 trabalha com café mas que sempre foi apaixonado por musica, passando isso para as proximas gerações de sua família. Então como eles tinham uma paixão pela musica e por café criou a clave com o intuito de mostrar para o mundo a felicidade que existe em uma xícara de café.

OBJETO

Há algum objeto que faz parte do negócio e pode ser usado como inspiração?

Café



CONSIDERAR:

Cores, formas, símbolos e qualquer indício visual que o cliente demonstrou ser um possível caminho visual.

NÃO



DESCONSIDERAR:

Tudo que o cliente mostrou que não deve ser o caminho através do moodboard, do briefing ou da sua análise de concorrentes.

NÃO

IDEIA CENTRAL

A mensagem principal da marca.



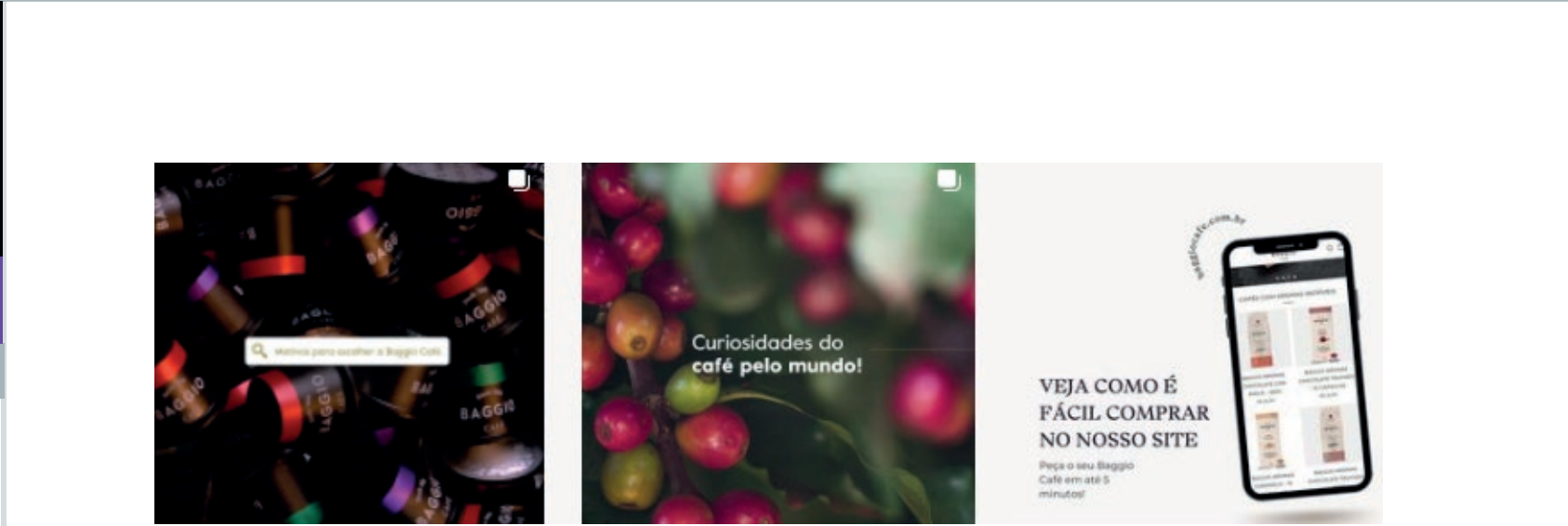


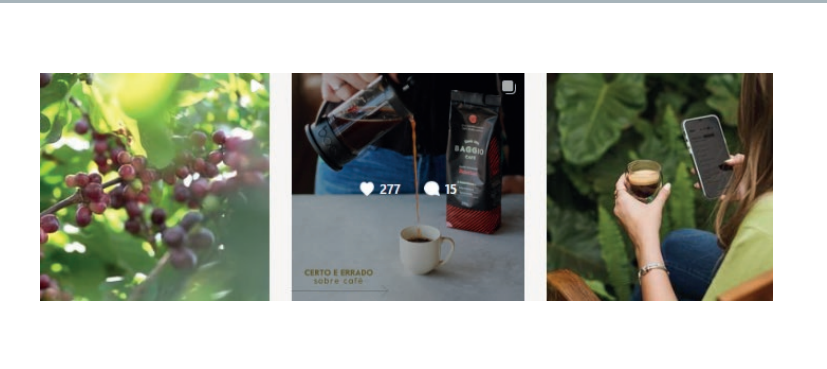
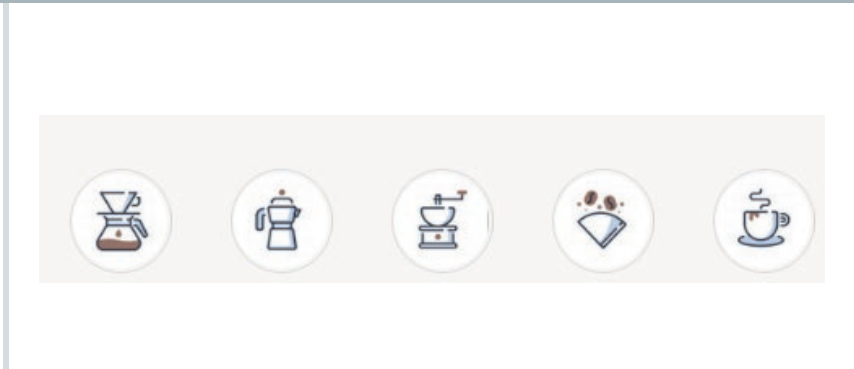

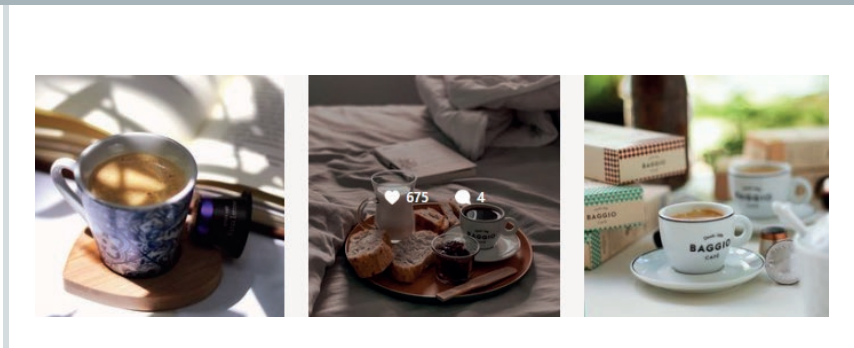
OBSERVAÇÕES

Obsrvações gerais.

ELEMENTOS VISUAIS CONCORRENTES: ORFEU

Logo		Cores		Social					
									
Tipografia		Grafismos							
									
Fotografia		Ícones		Web					
									
Ilustrações		Comportamento							
									
Embalagens									
									

ELEMENTOS VISUAIS CONCORRENTES: BAGGIO

Logo		Cores		Social	
					
Tipografia		Grafismos			
					
Fotografia		Ícones		Web	
					
Ilustrações		Comportamento			
<p>NÃO RELEVANTE</p>					

 <p>Cafés em cápsulas</p>	 <p>Cafés em grãos</p>	 <p>Cafés moídos</p>
--	--	---

EMBALAGENS