



Empresa: _____

Equipe: _____

Observações:

1. Pense na mensagem que você quer transmitir.

2. Transforme a mensagem numa frase.

3. Elabore o enredo da frase.

4. Insira esta história em algum lugar?



Empresa: _____

Equipe: _____

Observações:

**1. Pense na mensagem que
você quer transmitir.**

**2. Transforme a mensagem
numa frase.**

3. Elabore o enredo da frase.

**4. Insira esta história em
algum lugar?**



Diversão

Empresa: _____

Equipe: _____

Observações:

1. Qual o valor que a sua empresa quer passar ?

2. Quem você quer atingir?

3. Como este valor pode ser comunicado de forma alegre?

4. Como este valor será comunicado para o público pretendido?

5. Estructure um plano e um cronograma para colocar suas ideias em prática.



Diversão

Empresa: _____

Equipe: _____

Observações:

1. Qual o valor que a sua empresa quer passar ?

2. Quem você quer atingir?

3. Como este valor pode ser comunicado de forma alegre?

4. Como este valor será comunicado para o público pretendido?

5. Estructure um plano e um cronograma para colocar suas ideias em prática.



Empresa: _____

Equipe: _____

Observações:

Dicas para construir empatia com seu consumidor:

1. Analise um fato ou circunstância de forma isenta ou racional;
2. Antes de tomar qualquer atitude, se coloque no lugar do seu consumidor;
3. Se relacione com os seus consumidores, como você gostaria que as marcas se relacionassem com você;
4. Peça feedbacks para aqueles que pensam ou são diferentes de você;
5. Tente viver uma situação do seu consumidor por um dia ou em algum momento/situação;
6. Preste atenção no seu consumidor, seja num ponto de venda, numa rede social, etc.



Empresa: _____

Equipe: _____

Observações:

Dicas para construir empatia com seu consumidor:

- 1. Analise um fato ou circunstância de forma isenta ou racional;**
- 2. Antes de tomar qualquer atitude, se coloque no lugar do seu consumidor;**
- 3. Se relacione com os seus consumidores, como você gostaria que as marcas se relacionassem com você;**
- 4. Peça feedbacks para aqueles que pensam ou são diferentes de você;**
- 5. Tente viver uma situação do seu consumidor por um dia ou em algum momento/situação;**
- 6. Preste atenção no seu consumidor, seja num ponto de venda, numa rede social, etc.**



Empresa: _____

Equipe: _____

Observações:

1. Quanto você pode ou quer gastar com esta ação?

2. Qual tipo de surpresa você quer despertar nas pessoas?

3. Como este tipo de surpresa pode ser surpreendente para o seu público?

4. Defina como esta surpresa estará atribuída à sua marca, quando ela vai ser colocada em prática e como o seu consumidor terá contato com ela?



Empresa: _____

Equipe: _____

Observações:

1. Quanto você pode ou quer gastar?

2. Qual tipo de surpresa você quer despertar nas pessoas?

3. Como este tipo de surpresa pode ser surpreendente para o seu público?

4. Defina como esta surpresa estará atribuída à sua marca, quando ela vai ser colocada em prática e como o seu consumidor terá contato com ela?



Empresa: _____

Equipe: _____

Observações:

1. Quem é o seu (ou os seus) consumidor(es)?

2. O que faz ele feliz?

3. O que faz ele infeliz?

4. Qual o conceito de felicidade que você quer comunicar ao seu consumidor?

5. Como e aonde este conceito de felicidade pode estar relacionado com a sua marca?



Empresa: _____

Equipe: _____

Observações:

1. Quem é o seu (ou os seus) consumidor(es)?

2. O que faz ele feliz?

3. O que faz ele infeliz?

4. Qual o conceito de felicidade que você quer comunicar ao seu consumidor?

5. Como e aonde este conceito de felicidade pode estar relacionado com a sua marca?



Propósito

Empresa: _____

Equipe: _____

Observações:

1. Sua empresa já possui um propósito claro? Se sim, qual?

2. Caso não possua, pense como isto poderia ser feito? É com impacto ambiental, social, humano?

3. Como este propósito pode ser colocado em prática (pelo produto, logística, matéria-prima)?

4. A empresa possui recursos disponíveis para fazer isto? Caso não tenha, o que é preciso investir/re-estruturar?

5. Como os seus consumidores ficarão sabendo do propósito da empresa?



Propósito

Empresa: _____

Equipe: _____

Observações:

**1. Sua empresa já possui um propósito claro?
Se sim, qual?**

**2. Caso não possua, pense como isto poderia ser
feito? É com impacto ambiental, social,
humano?**

**3. Como este propósito pode ser colocado em
prática (pelo produto, logística, matéria-
prima)?**

**4. A empresa possui recursos disponíveis para
fazer isto? Caso não tenha, o que é preciso
investir/re-estruturar?**

5. Como os seus consumidores ficarão sabendo do propósito da empresa?



Empresa: _____

Equipe: _____

Observações:

1. Sua empresa já trabalha com a personalização de alguma forma?
Se sim, qual?

2. Como a personalização pode ser potencializada ou criada para
aumentar a relação entre a marca e seus consumidores?

3. Há a possibilidade da empresa personalizar produtos de forma
massificada? (Ex: *case* Melissa, empresas de biquínis, etc).

4. Como a empresa pode personalizar a compra e o atendimento online?

5. Há como a empresa personalizar a entrega do produto de alguma forma? (Ex: *cases* lockers Panvel, Carteiras Dobra, etc).



Personalização

Empresa: _____

Equipe: _____

Observações:

1. Sua empresa já trabalha com a personalização de alguma forma? Se sim, qual?

2. Como a personalização pode ser potencializada ou criada para aumentar a relação entre a marca e seus consumidores?

3. Há a possibilidade da empresa personalizar produtos de forma massificada? (Ex: *case* Melissa, empresas de biquínis, etc).

4. Como a empresa pode personalizar a compra e o atendimento online?

5. Há como a empresa personalizar a entrega do produto de alguma forma? (Ex: *cases* lockers Pannel, Carteiras Dobra, etc).



Empresa: _____

Equipe: _____

Observações:

1. Onde você pode/quer aumentar a experiência de consumo do seu consumidor? No seu produto, no serviço, na entrega, no ponto de venda, etc.?

2. Caso seja no produto... Qual experiência você quer evocar com o produto? E onde ela será estimulada? É por meio da embalagem, no rótulo, na matéria prima, na qualidade dos acabamentos, etc?

3. Caso seja no serviço... Qual experiência você quer evocar com o serviço? E onde ela será estimulada? É por meio da agilidade da prestação, na forma de aquisição, da segurança e das garantias, etc?

4. Caso seja no ponto de venda... Qual experiência você quer evocar no PDV? E onde ela será estimulada? É por meio do atendimento, com a disposição dos produtos ou serviços, com a vivência de surpresas, etc?

5. Como e quando sua empresa pode colocar esta ideia em prática?

Experiência

Empresa: _____

Equipe: _____

Observações:

1. Onde você pode/quer aumentar a experiência de consumo do seu consumidor? No seu produto, no serviço, na entrega, no ponto de venda, etc.?

2. Caso seja no produto... Qual experiência você quer evocar com o produto? E onde ela será estimulada? É por meio da embalagem, no rótulo, na matéria prima, na qualidade dos acabamentos, etc?

3. Caso seja no serviço... Qual experiência você quer evocar com o serviço? E onde ela será estimulada? É por meio da agilidade da prestação, na forma de aquisição, da segurança e das garantias, etc?

4. Caso seja no ponto de venda... Qual experiência você quer evocar no PDV? E onde ela será estimulada? É por meio do atendimento, com a disposição dos produtos ou serviços, com a vivência de surpresas, etc?

5. Como e quando sua empresa pode colocar esta ideia em prática?



Empresa: _____

Equipe: _____

Observações:

1. Onde você quer prolongar a experiência de consumo do seu consumidor? No pré ou pós-venda? Ou em ambos?

2. Caso seja no pré-venda... Como a experiência pré-venda pode ser potencializada? É por meio da experimentação de novos produtos e serviços, por eventos/ações promovidas pela marca, etc?

3. Caso seja no pós-venda... Como a experiência pós-venda pode ser potencializada? É por meio do fácil diálogo com o consumidor em caso de dúvidas e/ou problemas, é com a gamificação do uso do seu produto ou serviço, é por meio de programas de vantagens e benefícios?

4. Como e quando sua empresa pode colocar esta ideia em prática?

5. Quais os recursos necessários para colocar esta ideia em prática? São recursos humanos, tecnológicos, de marketing, etc?



Empresa: _____

Equipe: _____

Observações:

1. Onde você quer prolongar a experiência de consumo do seu consumidor? No pré ou pós-venda? Ou em ambos?

2. Caso seja no pré-venda... Como a experiência pré-venda pode ser potencializada?

3. Caso seja no pós-venda... Como a experiência pós-venda pode ser potencializada?

4. Como e quando sua empresa pode colocar esta ideia em prática?

5. Quais os recursos necessários para colocar esta ideia em prática?



Facilidade

Empresa: _____

Equipe: _____

Observações:

1. O seu negócio facilita a vida das pessoas? Caso você queira refletir sobre como facilitar ainda mais, pense em cada aspecto citado a seguir.

2. **COMUNICAÇÃO:** Como você pode proporcionar às pessoas formas de comunicações mais rápidas e acessíveis?

3. **PONTO DE VENDA FÍSICO.** Como você pode organizar melhor os produtos no ponto de venda?

4. **E-COMMERCE:** Como seu e-commerce pode ser compreendido por todos de forma clara e assertiva?

5. **COMPRA.** Como você pode facilitar ainda mais o processo de compra?

6. **ENTREGA:** Como você pode oportunizar que o consumidor receba seus produtos de forma múltipla?



Facilidade

Empresa: _____

Equipe: _____

Observações:

1. O seu negócio facilita a vida das pessoas?
Caso você queira refletir sobre como facilitar ainda mais, pense em cada aspecto citado a seguir.

2. COMUNICAÇÃO: Como você pode proporcionar às pessoas formas de comunicações mais rápidas e acessíveis?

3. PONTO DE VENDA FÍSICO. Como você pode organizar melhor os produtos no ponto de venda?

4. E-COMMERCE: Como seu e-commerce pode ser compreendido por todos de forma clara e assertiva?

5. COMPRA. Como você pode facilitar ainda mais o processo de compra?

6. ENTREGA: Como você pode oportunizar que o consumidor receba seus produtos de forma múltipla?

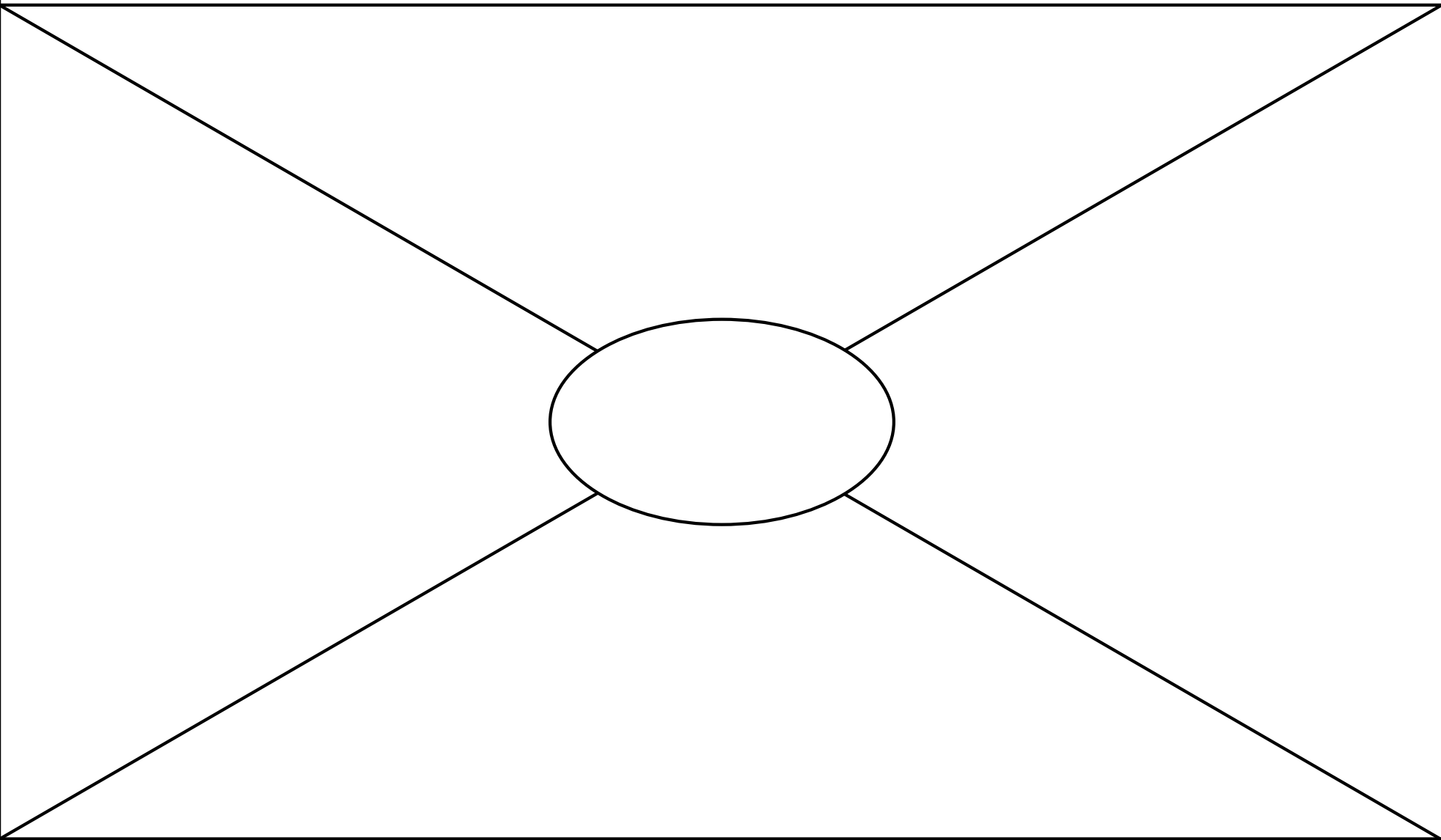


Empresa: _____

Equipe: _____

Observações:

Pense no(s) bem(s) de consumo(s) que sua empresa oferece e centralize-o na diagrama. Após, relacione-o com outros elementos que ajudam a reforçar os valores dos bens de consumo do seu negócio.





Empresa: _____

Equipe: _____

Observações:

1. Qual mensagem você quer eternizar?

3. Como esta memória será eternizada em seu consumidor?

2. Quem é o seu consumidor alvo?

4. Com base em tudo isto, projete o que você oferecerá ao seu cliente como um dispositivo de boa memória e coloque-o em prática.

Sistema-Produto

Empresa: _____
Equipe: _____
Observações: _____

Pense na(s) benefit(s) de consumo(s) que sua empresa oferece e centralize e no diagrama. Após, relacione e com outros elementos que ajudam a reforçar os valores dos bens de consumo de seu negócio.

Storytelling

Empresa: _____
Equipe: _____
Observações: _____

1. Quem é o seu fan ou seu consumidor(esa)?

2. O que faz ele feliz?

3. O que faz ele infeliz?

4. Qual o conceito de felicidade que você quer comunicar ao seu consumidor?

5. Como e onde este conceito de felicidade pode estar relacionado com a sua marca?

Facilidade

Empresa: _____
Equipe: _____
Observações: _____

1. O seu negócio facilita a vida das pessoas? Caso você queira refletir sobre como facilitar ainda mais, pense em cada aspecto citado a seguir.

2. COMUNICAÇÃO: Como você pode proporcionar às pessoas formas de comunicações mais rápidas e acessíveis?

3. PONTO DE VENDA FÍSICO: Como você pode organizar melhor os produtos no ponto de venda?

4. E-COMMERCE: Como seu e-commerce pode ser compreendido por todos da forma clara e assertiva?

5. COMPRA: Como você pode facilitar ainda mais o processo de compra?

6. ENTREGA: Como você pode oportunizar que o consumidor receba seus produtos de forma múltipla?

Experiência

Empresa: _____
Equipe: _____
Observações: _____

1. Onde você pode/quer aumentar a experiência de consumo do seu consumidor? No seu produto, no serviço, na entrega, no ponto de venda, etc.?

2. Caso seja no produto... Qual experiência você quer evocar com o produto? E onde ela será estimulada? É por meio da embalagem, no ritual, na matéria prima, na qualidade dos acabamentos, etc?

3. Caso seja no serviço... Qual experiência você quer evocar com o serviço? E onde ela será estimulada? É por meio da agilidade da prestação, na forma de aquisição, da segurança e das garantias, etc?

4. Caso seja no ponto de venda... Qual experiência você quer evocar no PDV? E onde ela será estimulada? É por meio do atendimento, com a disposição dos produtos ou serviços, com a vivência de surprises, etc?

5. Como e quando sua empresa pode colocar esta ideia em prática?