

## Storytelling

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?

## Storytelling

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?

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

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

2. Quem você quer atingir?

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



## Diversão

Empresa: \_\_\_\_\_

Equipe: \_\_\_\_\_

Observações:

---

---

---

---

---

---

---

---

---

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

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

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

**2. Quem você quer atingir?**

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



## **Empatia**

**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.**



## **Empatia**

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.**

## Inesperado

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?

Inesperado

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?**

# Felicidade

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?



## Felicidade

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?**

## 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 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 Panvel, Carteiras Dobra, etc).

## 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?

---

---

---

---

---

---

---

---



## 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?

**Prolongamento  
da Experiência**

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.

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

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

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

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

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

## Sistema-Produto

Empresa: \_\_\_\_\_

Equipe: \_\_\_\_\_

Observações:

---

---

---

---

---

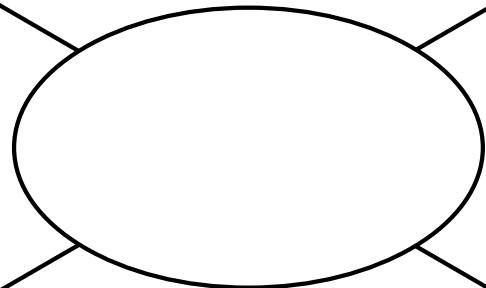
---

---

---

---

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



## Boas memórias

Empresa: \_\_\_\_\_

Equipe: \_\_\_\_\_

Observações:

---

---

---

---

---

---

---

---

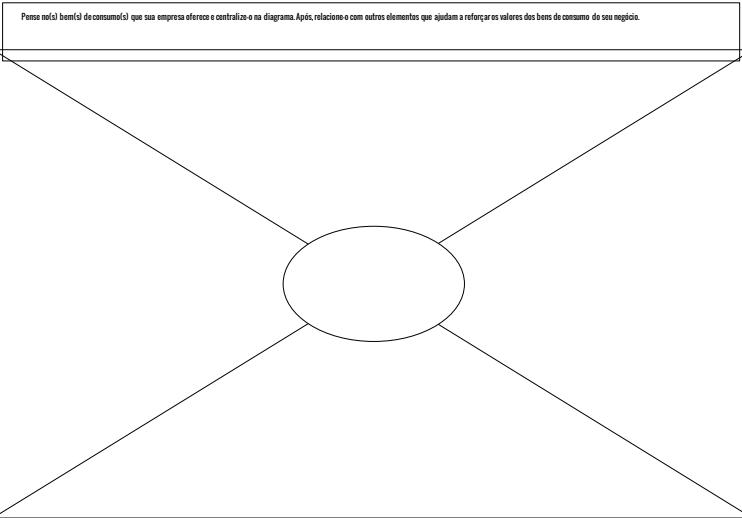
---

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.

 <p><b>Sistema-Produto</b></p> <p>Empresa: _____</p> <p>Equipe: _____</p> <p>Observações:</p> <hr/> <hr/> <hr/>	<p>Pense no(s) bem(s) de consumo(s) que sua empresa oferece e centralize-o no diagrama. Após, relate-o com outros elementos que ajudam a reforçar os valores desse bem de consumo do seu negócio.</p> 
--	--

 <p><b>Storytelling</b></p> <p>Empresa: _____</p> <p>Equipe: _____</p> <p>Observações:</p> <hr/> <hr/> <hr/>	<p>1. Quem é o seu (ou os seus) consumidor(es)?</p>	<p>2. O que faz ele feliz?</p>	<p>3. O que faz ele infeliz?</p>
	<p>4. Qual o conceito de felicidade que você quer comunicar ao seu consumidor?</p>	<p>5. Como e onde este conceito de felicidade pode estar relacionado com a sua marca?</p>	

 <p><b>Facilidade</b></p> <p>Empresa: _____</p> <p>Equipe: _____</p> <p>Observações:</p> <hr/> <hr/> <hr/>	<p>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.</p>	<p>2. <b>COMUNICAÇÃO</b>: Como você pode proporcionar às pessoas formas de comunicação mais rápidas e eficientes?</p>
	<p>3. <b>PONTO DE VENDA FÍSICO</b>: Como você pode organizar melhor os produtos no ponto de venda?</p>	<p>4. <b>E-COMMERCE</b>: Como seu e-commerce pode ser compreendido por todos de forma clara e assertiva?</p>
	<p>5. <b>COMPRA</b>: Como você pode facilitar ainda mais o processo de compra?</p>	<p>6. <b>ENTREGA</b>: Como você pode oportunizar que o consumidor receba seus produtos de forma múltipla?</p>

 <p><b>Experiência</b></p> <p>Empresa: _____</p> <p>Equipe: _____</p> <p>Observações:</p> <hr/> <hr/> <hr/>	<p>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?</p>	<p>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?</p>
	<p>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?</p>	<p>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?</p>
	<p>5. Como e quando sua empresa pode colocar esta ideia em prática?</p>	