

ÓCIO



BRIEFING
e x e m p l o

VALORES DA MARCA

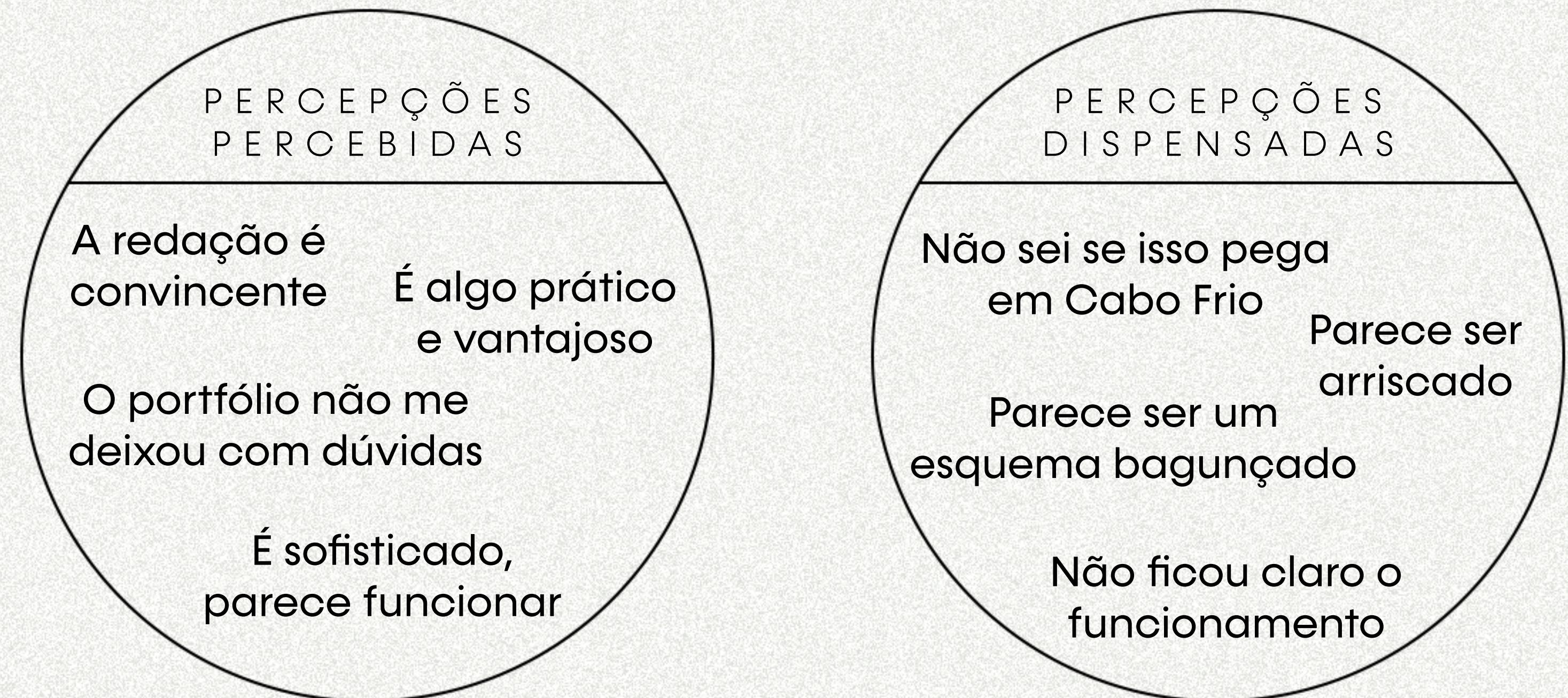
Autoridade • Inovação • Praticidade • Compartilhamento •
 Transparência • Liberdade • Sustentabilidade •
 Humanidade • Ecossistema de saúde

REFERÊNCIAS VISUAIS

Couro
 Madeira
 Vidro
 Amplitude
 Luz natural
 Ar condicionado
 Confortável
 Acessível
 Sofisticado

UNIVERSO DA MARCA

Sóbria
 Democrática
 Adulta
 Moderna
 Descomplicada
 Empática



+

Quero fazer o dinheiro render mais

-

Fica sabendo por boca a boca

Está focado

CONCLUSÃO

O portfólio precisa ser objetivo, esclarecedor e passar a experiência visual de organização, limpeza e uma colaboração harmônica, fazendo-se entender que o conceito já funciona de forma próspera. Posicionar como algo inovador, mas seguro é uma estratégia para gerar gatilhos de tomada de decisão de compra. Deve ser um portfólio com diferenciais e que passe a segurança de um empreendimento tradicional. As cores devem mesclar entre cores business tradicionais, mas com intervenções que inspirem modernidade e inovação, deixando clara a proposta inovadora, mas segura.

DIRECIONAMENTOS PRÉVIOS

- O projeto não será posicionado como um relançamento.
- O portfólio é direcionado ao investidor.
- O portfólio deverá ter foco em uma área maior de prospecção.

SOLUÇÕES ORIENTADAS AO USUÁRIO

- Mostrar vantagem em relação ao tradicional
- Mostrar valor imediato
- Contas para mostrar vantagem
- Redação orientada à objeção
- Contato próximo para dúvidas

TERRITÓRIO DE PALAVRAS

Ressignificar • Novo • Entender o novo • Receber o novo • Se abrir • Segurança • Jeito de investir • Inteligente • Proposta • Colaborativo