

# BRANDING & IDENTIDADE VISUAL

# AGENDA

## ◆ ARQUITETURA DE MARCA

O que é e tipos de arquitetura

## ◆ RISCOS & BOAS PRÁTICAS

O que não fazer e como garantir uma boa arquitetura de marca

## ◆ ARQUITETURA DE PORTFÓLIO

O que é e porque isso importa para IDVV

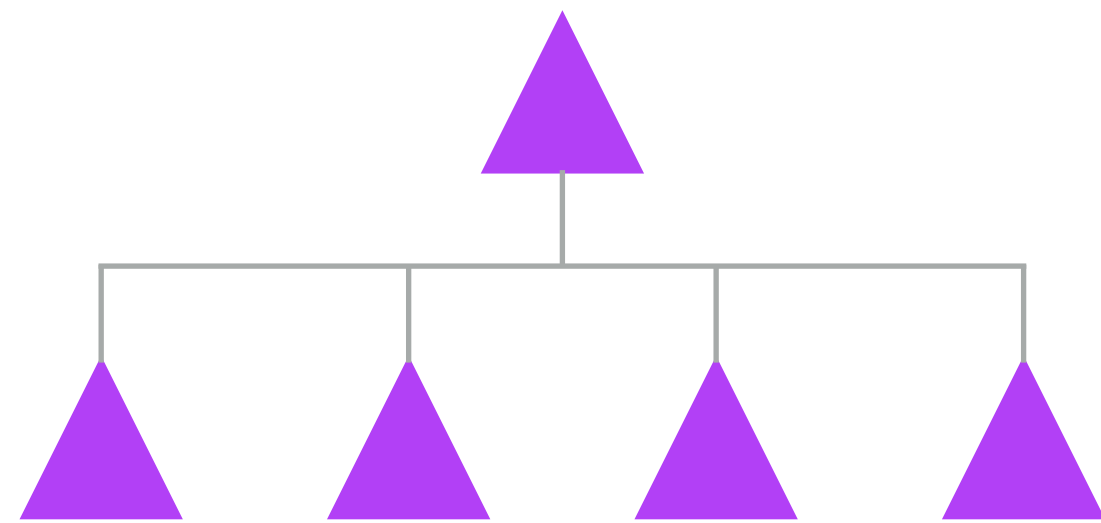
david aaker  
the brands in the  
portfolio have a  
relationship with each  
other. what is the logic  
of that structure?"



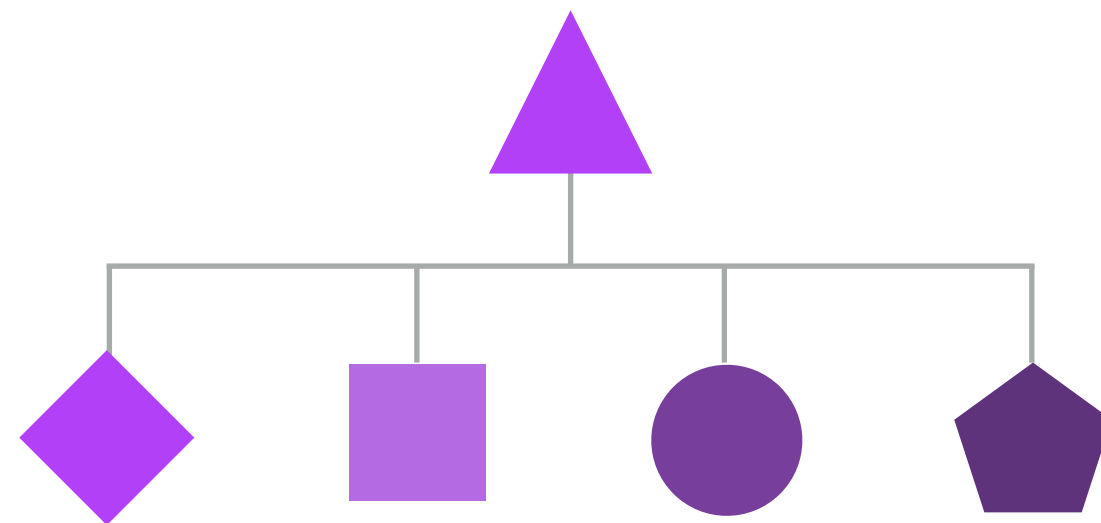
**arquitetura  
de marca**



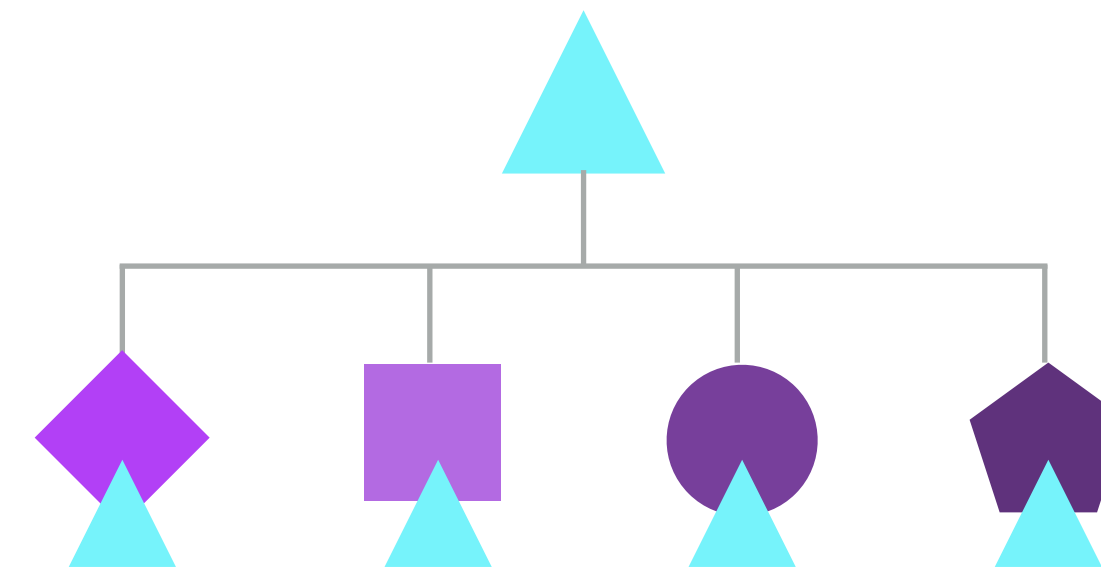
# ABORDAGENS CLÁSSICAS



BRANDED HOUSE

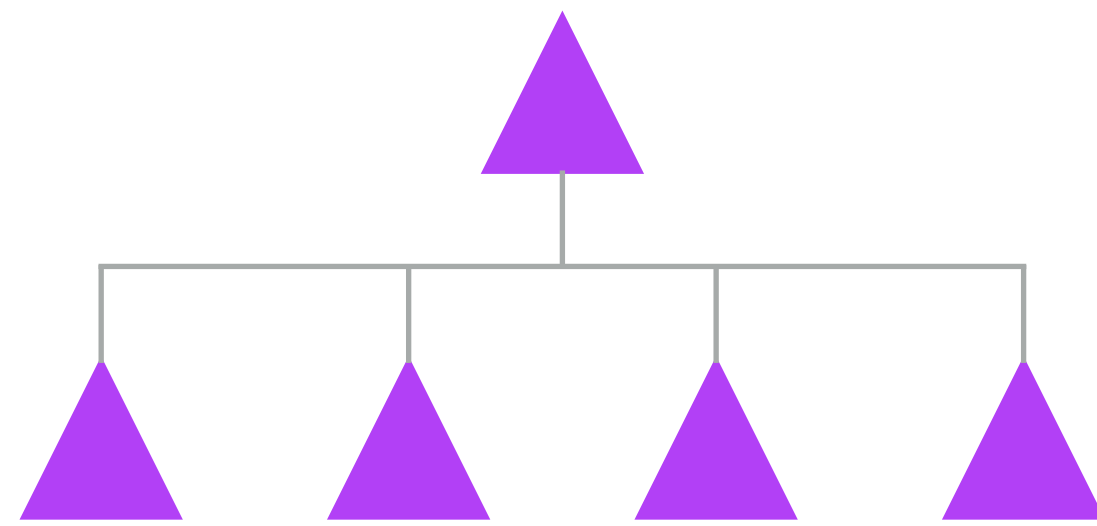


HOUSE OF BRAND



ENDORSED

# ABORDAGENS CLÁSSICAS



BRANDED HOUSE

FedEx

FedEx  
Express

FedEx<sup>®</sup>  
Ground

FedEx<sup>®</sup>  
Custom Critical

FedEx<sup>®</sup>  
Office

FedEx<sup>®</sup>  
Freight

FedEx<sup>®</sup>  
Trade Networks

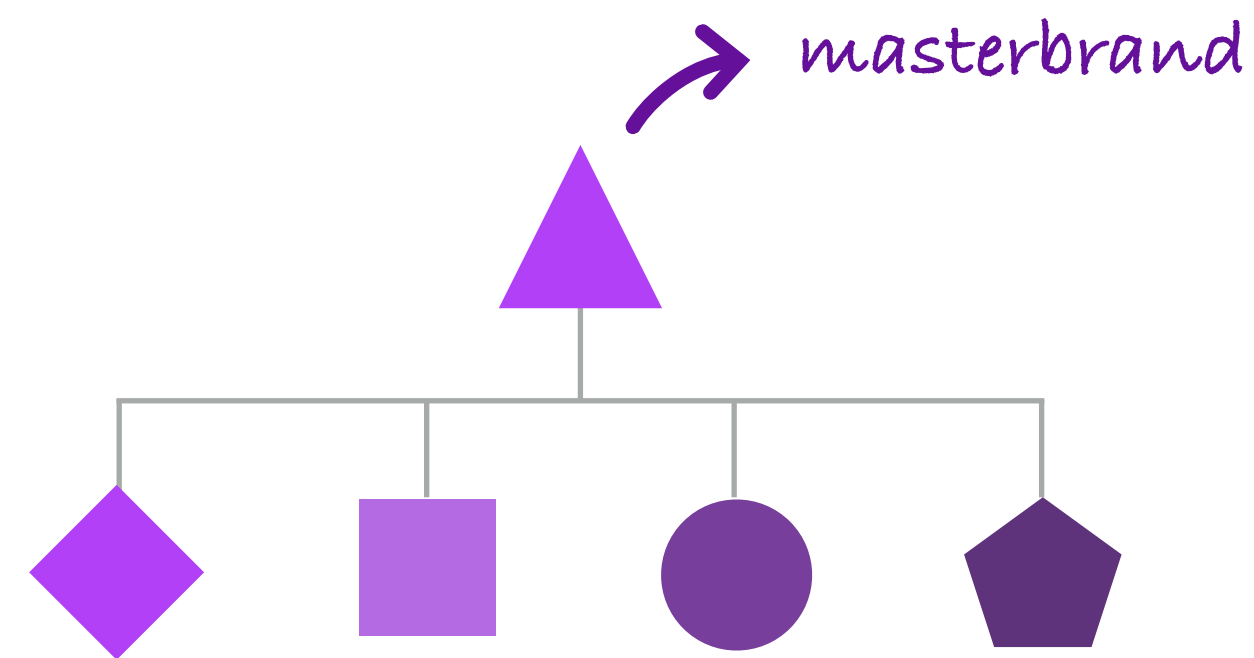
## PRÓS

- Consistência
- Navegação
- Halo Effect

## CONS

- Dependência
- Limitação

# ABORDAGENS CLÁSSICAS



HOUSE OF BRAND

## PRÓS

- Autonomia
- Elasticidade

## CONS

- Investimento
- Falta de reconhecimento



AXE

LUX

HELLMANN'S  
EST. 1913

BEN & JERRY'S



Comfort

Cornetto

OMO

Becel

Dove



Knorr

# ARQUITETURA DE MARCA

Marca

uma arquitetura

## organizada

Pode garantir muitos benefícios estratégicos para as marcas desde que a **relação** entre elas seja **planejada** e construída de forma consistente

# ARQUITETURA DE MARCA

Marca

uma arquitetura

## organizada

Pode garantir muitos benefícios estratégicos para as marcas desde que a **relação** entre elas seja **planejada** e construída de forma consistente

Marca

uma arquitetura

## aleatória

Pode destruir o valor da marca criando **confusão e desconexão**

Eleva os **custos** com investimento em **branding e marketing**

Mina iniciativas e **canibaliza** produtos

Não ajuda na **estratégia de negócio** no **longo prazo**

# ARQUITETURA DE MARCA

dia a dia  
da gestão  
da marca



## CRIE MARCAS ALEATOREAMENTE

Geralmente as estratégias começam com uma marca, mas conforme o **desafio de inovar se torna complexo**, criar novas marcas pode ser tentador.

Lembre-se que **marcas são como filhos**, é preciso ter **dinheiro e tempo** para criar adequadamente. Se não existe essa possibilidade, não crie novas marcas.

# ARQUITETURA DE MARCA

dia a dia  
da gestão  
da marca



## É A ESTRUTURA INTERNA

Tente ter uma visão crítica de como o seu público vai entender a sua arquitetura.

**Seja empático!** Na maioria das vezes a estrutura interna não é a forma como o consumidor enxerga e se relaciona com suas marcas.



# arquitetura de portfólio

# CONCEITUAÇÃO

AdeS<sup>®</sup>

OMO

baby  
Dove



Dove

Comfort

Becel



CONCEITUAÇÃO





# CONCEITUAÇÃO

AdeS<sup>®</sup>

OMO



Dove

Comfort

Becel



# PRINCÍPIOS

## UMA BOA ARQUITETURA DE PORTFÓLIO

estratégicos

práticos

1

CONCEITO

3

SUSTENTÁVEL

2

NAVEGAÇÃO

4

PDV

# PRINCÍPIOS

estratégicos

1

CONCEITO

práticos

3

SUSTENTÁVEL

2

NAVEGAÇÃO

4

PDV



Toda rotina tem sua beleza. Descubra a sua.



segmentar portfólio de acordo com rotinas pré-estabelecidas



Diurno



Noturno



Verão



Inverno

# PRINCÍPIOS

estratégicos

1

CONCEITO

práticos

3

SUSTENTÁVEL

2

NAVEGAÇÃO

4

PDV



bem estar bem



+800 produtos agrupados em 4 plataformas

 **natura**  
*Tododia*

Uso diário

CHRONOS  


Rosto



Perfumaria

natura  
**EKOS**

Natureza



# PRINCÍPIOS

estratégicos

práticos

1

CONCEITO

3

SUSTENTÁVEL

2

NAVEGAÇÃO

4

PDV



Apple tv+

Apple iPhone

Apple WATCH

Apple iPad

# PRINCÍPIOS

estratégicos

práticos

1

CONCEITO

3

SUSTENTÁVEL

2

NAVEGAÇÃO

4

PDV



🍏tv+

🍏 iPhone

🍏 WATCH

🍏 iPad

# PRINCÍPIOS

estratégicos

práticos

1

CONCEITO

3

SUSTENTÁVEL

2

NAVEGAÇÃO

4

PDV



🍏tv+

🍏 iPhone

🍏 WATCH

🍏 iPad

# PRINCÍPIOS

estratégicos

práticos

1

CONCEITO

3

SUSTENTÁVEL

2

NAVEGAÇÃO

4

PDV





# PRINCÍPIOS

estratégicos

práticos

1

CONCEITO

3

SUSTENTÁVEL

2

NAVEGAÇÃO

4

PDV



# PRINCÍPIOS

estratégicos

práticos

## UMA BOA ARQUITETURA DE PORTFÓLIO

1

### CONCEITO

eixo central de  
organização

3

### SUSTENTABILIDADE

número de linhas e  
plataformas  
financeiramente viáveis

2

### NAVEGAÇÃO

hierarquia  
relevante e intuitiva

4

### PDV

todos os princípios  
anteriores visíveis  
no PDV



**“A brand is the set of expectations, memories, stories and relationships that, taken together, account for a consumer’s decision to choose one product or service over another.”**

Seth Godin



# CURADORIA DO CONHECIMENTO

## ✓ **Ler:** Arquitetura de marcas e o endosso do Facebook

Beats to Brands é um mailing da Beatriz Guarezi sobre Breaking, tecnologia e tudo que envolve esses universos. Nesse texto, a Beatriz fala sobre outros modelos de organização de arquitetura de marca e faz uma reflexão sobre o mais recente caso de reorganização do Facebook e suas marcas. [Inscreva-se!](https://medium.com/bits-to-brands/o-endosso-do-facebook-fecacc0703fd)

<https://medium.com/bits-to-brands/o-endosso-do-facebook-fecacc0703fd>

branding &  
identidade visual

—  
**OBRIGADA**