

IDENTIFICAÇÃO DO PRODUTO

Título: ■ [S] Branding

APLICAÇÃO DO PRODUTO

Quantidade de Encontros Presenciais:

0

Observação Quantidade de Encontros:

Caso o Cliente deseje contratar visitas PRESENCIAIS, deve informar no campo de perguntas de dimensionamento (Máximo 02).

Público Alvo:

ME - Microempresa

Complemento Publico Alvo:

Portes atendidos:
- Microempreendedor Individual;
- Microempresa;
- Empresa de Pequeno Porte;
- Produtor Rural;
- Artesão.

Setores atendidos:
- Economia Criativa;
- Turismo;
- Agronegócios;
- Comércio;
- Indústria;
- Serviços.

Segmentos atendidos:
- Diversos segmentos.

Solução recomendada para o desenvolvimento de ações de promoção da MPE em datas comemorativas, como:

- Carnaval;
- Páscoa;
- Dia das Mães;
- Dia dos Namorados;
- Dia dos Pais;
- Dia das Crianças;
- Natal;
- Black Friday.

Objetivo:

A Consultoria objetiva promover o desenvolvimento do projeto de branding, com o desenvolvimento do BrandBook.

Observação 01: A consultoria NÃO contempla o design da arte da marca.

Observação 02: O atendimento padrão da Consultoria é A DISTÂNCIA e ocorrerá via telefone ou Skype ou plataforma digital similar. Caso o Cliente deseje contratar visitas PRESENCIAIS, deve informar no campo de perguntas de dimensionamento (Máximo de 02 Visitas Presenciais), visitas estas já contempladas no Valor Teto da Consultoria.

ETAPA 01 | ALINHAMENTO DA PROPOSTA

Briefing com o cliente, para nivelamento do escopo do trabalho, contendo necessidades, requisitos e restrições; e validação do planejamento de execução dos serviços; composto de cronograma resumido com os principais eventos, agendas de reuniões e definição dos responsáveis pelo acompanhamento dos serviços por parte do cliente e da prestadora de serviço tecnológico. Ferramentas como entrevista com o cliente são importantes como forma de obter informações necessárias para fundamentar a entrega proposta.

ETAPA 02 | DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

Desenvolvimento do projeto de branding, observando os seguintes aspectos, quando aplicáveis:

- Reuniões e workshops para acompanhamento, coleta e atualização de informações e estratégias pertinentes ao andamento do desenvolvimento do projeto;
- Auditoria da marca: análise do momento e contexto da marca; pesquisa de percepção; avaliação de informações e documentos sobre a marca (história, missão, visão, valores, objetivos, mercados alvo, estratégias de marketing, peças de comunicação; momento e contexto da marca);
- Análise do nome fantasia da empresa: percepção do nome pelo público alvo e se transmite os valores da marca;
- Jornada da marca: mapeamento de todos os pontos de contato da marca com os clientes, diagnosticando de como a marca se comunica;
- Determinação do posicionamento da marca: diretrizes estratégicas focadas no mercado e na competição, enfatizando as características que a tornam diferente dos seus concorrentes e relevante ao seu público;
- Arquitetura de marcas: processo de organização do portfólio de marcas da empresa;
- Definição do comportamento da marca: estratégia de atuação; desenvolvimento do BrandBook baseado nos princípios do branding;
- Estratégia de implantação: plano de implantação da gestão da marca para o mínimo de 12 meses.

Descrição dos Serviços:

Conteúdo programático:

Não se aplica.

Benefícios:

São potenciais benefícios da Consultoria:

1. Criar conexões conscientes e inconscientes, que serão cruciais para que o cliente escolha a sua empresa no momento de decisão de compra do produto ou serviço;
2. Criar e desenvolver conteúdo estratégico para nortear as expressões da marca;
3. Estabelecer o propósito, posicionamento e a plataforma da marca.

RESPONSABILIDADE DA EMPRESA DEMANDANTE

1. Aprovar a proposta do Sebrae, valores e condições de pagamento;
2. Conhecer e validar a proposta de trabalho, o escopo das etapas e as entregas do prestador de serviço;
3. Disponibilizar agenda prévia para visitas, reuniões e atividades propostas pelo prestador de serviço;
4. Fornecer informações técnicas sobre os processos, produtos ou serviços ao prestador de serviço para o desenvolvimento do trabalho;
5. Acompanhar o prestador de serviço em visita (s) técnica (s) aos espaços físicos, se previsto no escopo do trabalho;
6. Avaliar o serviço prestado.

RESPONSABILIDADE DA PRESTADORA DE SERVIÇO

1. Realizar reunião para alinhamento e apresentação das atividades previstas;
2. Analisar a demanda e as informações fornecidas pela empresa;
3. Elaborar proposta, escopo de trabalho, cronograma das etapas do projeto, agenda de reuniões e atividades, sendo necessário validar com a Empresa Demandante;
4. Fornecer as entregas previstas, validadas pela empresa demandante, ao Sebrae;
5. Cumprir com as obrigações previstas no Regulamento do Sebraetec.

PERFIL DESEJADO DA PRESTADORA DE SERVIÇO

Corpo técnico formado por profissionais com experiência e conhecimento sobre técnicas e ferramentas de Gestão de Design e Marketing e sua aplicabilidade.

OBSERVAÇÕES

1. É fundamental que o conjunto de ações da empresa estejam alinhadas ao posicionamento, propósito e valores da marca;
2. Os valores dos honorários apresentados devem incluir todas as despesas com impostos e encargos sociais, conforme legislação tributária em vigor, que possa incidir sobre o objeto da proposta;
3. Despesas adicionais com terceiros (direitos autorais, fotografias, hospedagem, imagens, registro de domínio, revisões, textos, conteúdo dinâmico, entre outros) ficam a cargo exclusivo do cliente e devem ser previamente autorizadas por ele durante a validação da proposta de trabalho;
4. É de responsabilidade do prestador de serviço todo o projeto, da concepção à aprovação do cliente;
5. O prestador de serviço não pode ser responsabilizado por erros de terceiros contratados pelo cliente;
6. O atendimento padrão da Consultoria é A DISTÂNCIA e ocorrerá via telefone ou Skype ou plataforma digital similar. Caso o Cliente deseje contratar visitas PRESENCIAIS, deve informar no campo de perguntas de dimensionamento (Máximo de 02 Visitas Presenciais), visitas estas já contempladas no Valor Teto da Consultoria.
7. Na impossibilidade de as entregas serem assinadas fisicamente pela empresa demandante, elas poderão ser validadas via assinatura digital, aceite eletrônico ou e-mail, em que a empresa demandante deverá manifestar o aceite e encaminhar para a prestadora de serviço tecnológico, e esta deverá incluir o comprovante de validação da empresa demandante nas entregas para o registro do atendimento.
8. Na impossibilidade desta ficha técnica ser aplicada presencialmente, ela poderá ser aplicada de forma remota (ferramentas de videoconferência, ligações telefônicas, aplicativos de mensagens e/ou e-mails). No momento da contratação a empresa demandante deverá ser comunicada que parte do serviço ou a integralidade dele, quando aplicável, acontecerá de forma remota. Além disso, o alinhamento do formato do atendimento deve ser feito na Etapa 01 entre a empresa demandante e a prestadora de serviço tecnológico.

ÚLTIMA ATUALIZAÇÃO

24/05/2021.

Informações Complementares:

Descrição Comercial:

"Criar conexões conscientes e inconscientes, que serão cruciais para que o cliente escolha a sua empresa no momento de decisão de compra do produto ou serviço. Criar e desenvolver conteúdo estratégico para nortear as expressões da marca; Estabelecer o propósito, posicionamento e a plataforma da marca."

ENTREGAS DO PRODUTO

ENTREGAS	DOCUMENTO(S) - EVIDÊNCIA(S)	Percentual
ENTREGA 1	Relatório Técnico de Diagnóstico. O Relatório deve conter o seguinte conteúdo mínimo: Capa; Situação verificada na Empresa; Objetivo(s) da Consultoria; Metodologia; Resultado(s) Esperado(s) e/ou Alcançado(s) pela Consultoria; Plano de Ação e Cronograma Proposto; Registros Fotográficos. Observação: Caso o Cliente não permita a inserção de registros fotográficos, esta observação deve constar registrada na Evidência.	30,00
ENTREGA 2	2.1. Manual ou BrandBook em mídia digital, contendo, quando aplicável, a situação verificada na empresa quanto a: auditoria da marca, resumo do projeto e da estratégia de posicionamento, análise do nome, jornada da marca, determinação do posicionamento da marca, arquitetura de marcas e definição do comportamento da marca; e soluções propostas; assinado pela empresa demandante; 2.2. Ata(s) de Reunião Presencial, com assinatura do empresário. O total de Atas a serem apresentadas corresponderá ao total de visitas presenciais contratadas em Pergunta de Dimensionamento específica. Caso o Cliente não tenha contratado a realização de visitas presenciais, esta evidência será substituída por uma Justificativa de 01 (uma) página. Print de tela do sistema SAS que evidencia o registro do atendimento.	70,00

DIMENSIONAMENTO DA DEMANDA

Código	Dimensionamento (Respondido pelo Cliente)	Unidade
00. UGEP-00210-2019	00. O Cliente tem conhecimento absoluto do conteúdo da Ficha Técnica do Produto e está de acordo com as Condições descritas no Documento? Se a resposta for NÃO, o produto NÃO poderá ser contratado.	Sim ou Não
01. UAIT-00148-2017	01. O cliente deseja contratar o serviço de consultoria?	Sim ou Não
02. UAIT-00753-2017	02. O Cliente deseja incluir reuniões presenciais obrigatórias com o Prestador de Serviço Tecnológico (PST), evidenciadas por meio de Atas assinadas pelo empresário e pelo PST? Quantas? Digite de 00 a 02 visitas.	Visitas
03. UGEP-00231-2019	03. O cliente está ciente de que a consultoria NÃO contempla o design da marca?	Sim ou Não