****

**MODELO BREVE DE DESIGN DE MARCA**

**EXEMPLO**

O exemplo começa na página 2.

**RESUMO DE DESIGN DE MARCA**

CLIENTE

|  |  |
| --- | --- |
| **NOME DA CAMPANHA** | Redesenho de caixa de entrega e campanha de mídia social |
| **CLIENTE** **NOME** | Troy Jacobson |
| **MARCA** | Madeira de Fogo De Higge |
| **PRODUTO /SERVIÇO** | Madeira de luxo: madeira de bétula cortada à mão entregue diretamente à sua porta  |
|  INFORMAÇÕES DE CONTATO |
| **NOME** | Troy Jacobson |
| **TELEFONE** | (427) 846-4889 |
| **EMAIL** | tjacobson@hyggefires.com |
| **ENDEREÇO** | Caixa P.O. 281Aspen |
| INFORMAÇÕES DE DOCUMENTOS |
| **DATA** | 15/06/20XX | **AUTOR** | Bretanha Taylor |

CAMPANHA

**FINALIDADE |** Porque?

|  |
| --- |
| A empresa está se expandindo rapidamente porque a empresa está se expandindo rapidamente. A empresa deseja redesenhar seu logotipo existente e embalagens de entrega e executar uma pequena campanha de anúncios por meio de mídias sociais e e-mail.  |

**| DE OPORTUNIDADES** Impacto final?

|  |
| --- |
| Higge tem poucos concorrentes no mercado de madeira de luxo. Localizada na cidade resort de alto nível de Aspen, a empresa deve cumprir a expectativa de uma experiência de luxo. A Higgge oferece aos seus clientes (residentes/turistas/hóspedes) um produto consistentemente confiável, um serviço excelente e uma experiência sensorial nostálgica com madeira de bétula. |

ELEMENTOS

Quais são os componentes fundamentais da campanha?

|  |
| --- |
| Precisamos reformular a experiência da fogueira, afastando-nos das típicas imagens robustas de madeireiros, mão-de-obra e acampamento. Precisamos de uma campanha que incentive o cliente a ver uma experiência de fogo em casa como um ritual tão necessário quanto uma xícara de café. |

OBJETIVO

O que a campanha trabalha para alcançar?

|  |
| --- |
| A campanha atrairá novos clientes de assinatura para o serviço de entrega de madeira de fogo da Higge. As metas do cliente são duplas: 1. Aumente a base de clientes por meio da base de clientes existente (ou seja, desenvolva embaixadores da marca). Redesenha a embalagem de entrega, para que possa funcionar como um item decorativo que fica ao lado da lareira. Esta nova embalagem funcionará como uma peça de conversa em si, inspirando os hóspedes dos clientes existentes a reconhecer o desejo da experiência geral: o brilho mensmerizador do fogo, o cheiro da madeira de bétula e o visual elegante da caixa de madeira.
2. Aumente as assinaturas de clientes por meio de uma campanha de mídia social no auge da preparação para o inverno.
 |

PÚBLICO-ALVO

**Alvo da campanha |** Quem estamos tentando alcançar?

|  |
| --- |
| Estamos tentando alcançar proprietários ricos com sede em Aspen e turistas com destino a Aspen que têm lareiras à queima de madeira e/ou tubos quentes e exigem a entrega de madeira durante os meses de inverno mais frios. |

**| de destino da marca** Com quem a marca fala?

|  |
| --- |
| Higgge fala com clientes que estão familiarizados com uma experiência de luxo e querem conforto high-end para si mesmos e seus convidados. A marca tem como alvo clientes que valorizam a interseção de robustez e facilidade (por exemplo, glamping, tubos quentes que queimam madeira, etc.).  |

RECURSOS E ORÇAMENTO

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **RECURSO** | **DESCRIÇÃO** | **ORÇAMENTO** |
| Pessoas | Design equipe de trabalho | $5.000 |
| Materiais | Embalagem de entregaLogotipo do caminhãoAdesivosLogotipo da WebCartazes | $18.000 |
| Outros | Pesquisas/análises/testes de produtos competitivos | $2.000 |
| Outros | Promoção de mídia on-line | $3.500 |

ATITUDE

**TOM DE CAMPANHA |** Que características estamos tentando transmitir?

|  |
| --- |
| Não há necessidade de pensar em se preparar para os meses frios de inverno quando você tem uma assinatura de Higge Firewood. Higgge cuida do aconchego sertanejo, para que você possa desfrutar de um fogo agradável durante todo o inverno. |

**| DE PERSONALIDADE DA MARCA** Quais características definem a marca?

|  |
| --- |
| LuxoFacilidadeExperiência sensorial/nostálgicaConforto sertanejoExperiência moderna de madeira para um estilo de vida modernoInverno norueguês |

MENSAGEM

**A | DE TAKEAWAY** Qual é a idéia chave para a qual você deseja que clientes existentes/potenciais se lembrem?

|  |
| --- |
| Uma assinatura para a entrega em casa de madeira é um luxo necessário. |

**| DO SLOGAN** Use suas principais palavras, tema e/ou outra cópia de marca para criar a mensagem principal da sua marca.

|  |
| --- |
| Deixe Higge fazer o trabalho sertanejo para você, para que você possa desfrutar do conforto reconfortante de um incêndio de madeira de bétula durante todo o inverno. Configure sua assinatura antes de sentir o primeiro frio do outono tardio. |

CANAIS DE MARKETING

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **CANAL** | **OBJETIVO** | **CRONOGRAMA** |
| Mídia Social | Ofereça um desconto de 10% para clientes que tragam novos clientes ou indicações. Esperamos gerar 8.000 visualizações a partir desta promoção.  | 08/01/20XX - 30/09/20X |
| Email | Ofereça um desconto de 10% para clientes que tragam novos clientes ou indicações. Esperamos alcançar 1.500 clientes com esta promoção.  | 08/01/20XX - 30/09/20X |
| Outros | N/A | N/A |
| Outros | N/A | N/A |

INFORMAÇÕES ADICIONAIS

Inclua qualquer informação crítica adicional.

|  |
| --- |
| Esta campanha é sensível ao cronograma. Dada a natureza inconsejável do negócio, devemos cumprir uma data de início difícil de 08/01/20XX para atrair novos clientes. |

COMENTÁRIOS E APROVAÇÃO

**NOME E TÍTULO DO CONTATO DO CLIENTE**

|  |
| --- |
| Troy Jacobson, Proprietário |

**COMENTÁRIOS**

|  |
| --- |
| O cliente está aberto a ideias adicionais e é um pouco flexível em termos de orçamento.Informe a equipe de design que existe um logotipo atual. Acompanhe o cliente para determinar se existem outros logotipos existentes; se houver, não se esqueça de compartilhar essas imagens com a equipe de design antes que qualquer trabalho comece. Acompanhe o cliente para ter acesso a todas as assinaturas de e-mail existentes. Execute uma campanha para aumentar o número de clientes baseados em e-mail antes de executar uma campanha de e-mail. O cliente está fora da cidade de 20/06 a 29/06 com acesso limitado. Esta campanha é sensível ao tempo. |

|  |
| --- |
| APROVAÇÃO |
| NOME | ASSINATURA | DATA |
| Troy Jacobson | T. Jacobson | 18/06/20XX |

|  |
| --- |
| **DISCLAIMER**Todos os artigos, modelos ou informações fornecidos pelo Smartsheet no site são apenas para referência. Embora nos esforcemos para manter as informações atualizadas e corretas, não fazemos representações ou garantias de qualquer tipo, expressas ou implícitos, sobre a completude, precisão, confiabilidade, adequação ou disponibilidade em relação ao site ou às informações, artigos, modelos ou gráficos relacionados contidos no site. Qualquer dependência que você deposita em tais informações está, portanto, estritamente em seu próprio risco. |