

**MODELO CRIATIVO DE IDENTIDADE DE MARCA**

# CLIENTE

|  |  |
| --- | --- |
| **NOME DA CAMPANHA** |  |
| **CLIENTE** **NOME** |  |
| **MARCA** |  |
| **PRODUTO /SERVIÇO** |  |
|  **INFORMAÇÕES DE CONTATO** |
| **NOME** |  |
| **TELEFONE** |  |
| **EMAIL** |  |
| **ENDEREÇO** |  |
|  **INFORMAÇÕES DE DOCUMENTOS** |
| **DATA** |  | **AUTOR** |  |

# CAMPANHA

|  |
| --- |
| **FINALIDADE |** Porque? |
|  |

|  |
| --- |
| **| DE OPORTUNIDADES** impacto final? |
|  |

# ELEMENTOS

|  |
| --- |
| quais são os componentes fundamentais da campanha? |
|  |

# OBJETIVO

|  |
| --- |
| o que a campanha trabalha para alcançar? |
|  |

# PÚBLICO-ALVO

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

|  |
| --- |
| **| de destino da marca** com quem a marca fala? |
|  |

# RECURSOS AND ORÇAMENTO

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **RECURSO** | **DESCRIÇÃO** | **ORÇAMENTO** |
| Pessoas |  |  |
| Ferramentas |  |  |
| Outros |  |  |
| Outros |  |  |

# ATITUDE

|  |
| --- |
| **TOM DE CAMPANHA |** quais características estamos tentando transmitir? |
|  |

|  |
| --- |
| **| DE PERSONALIDADE DA MARCA** quais características definem a marca? |
|  |

# MENSAGEM

|  |
| --- |
| **A | DE TAKEAWAY** qual é a idéia chave a ser lembrada? |
|  |

|  |
| --- |
| **| de tag line** cópia preparada, palavras-chave ou tema |
|  |

# CANAIS DE MARKETING

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **CANAL** | **OBJETIVO** | **CRONOGRAMA** |
| Mídia Social |  |  |
| Email |  |  |
| Outros |  |  |
| Outros |  |  |

# ALÉM DISSO

|  |
| --- |
| Incluir qualquer informação crítica adicional |
|  |

# COMENTÁRIOS AND APROVAÇÃO

|  |
| --- |
| **NOME DO CONTATO DO CLIENTE AND TÍTULO** |
|  |

|  |
| --- |
| **COMENTÁRIOS** |
|  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **DATA** |  | **ASSINATURA** |  |

|  |
| --- |
| **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. |