**PLANILHA DA**

**PERSONA DA MARCA**

Nome da empresa

gerente de marca

NOME do gerente de marca

00/00/0000

Índice

[Visão geral da empresa 3](#_Toc147590421)

[Sua marca como pessoa 4](#_Toc147590422)

[Isso, mas não aquilo 6](#_Toc147590423)

[Afiliações e crenças da marca 7](#_Toc147590424)

[Voz da marca 8](#_Toc147590425)

[Identidade visual 9](#_Toc147590426)

[Cores 9](#_Toc147590427)

[Tipografia 10](#_Toc147590429)

[Logotipo 10](#_Toc147590430)

# A picture containing text  Description automatically generatedVisão geralda empresa

**PERSONA DA MARCA**

|  |
| --- |
| Escreva um breve resumo do que sua empresa faz e para quem.  |

# A picture containing logo  Description automatically generatedSua marcacomo pessoa

**PERSONA DA MARCA**

|  |
| --- |
| Escreva uma descrição de quem seria sua marca se fosse uma pessoa. Escolha alguns adjetivos que descrevem claramente esse indivíduo. Inclua uma fotografia para ajudar a visualizar uma pessoa que representa sua marca.  |



35

Seattle

Gerente de mídia

US$ 85 mil

Gloria Miner

Solteira

Características da personalidade da marca

**PERSONA DA MARCA**

Classifique sua marca com base em quais características a descrevem melhor e são mais importantes para ela.Aplique uma pontuação de 1 a 10 a cada característica, sendo 10 a mais importante.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| CARACTERÍSTICA | PONTUAÇÃO |  | CARACTERÍSTICA | PONTUAÇÃO |  | CARACTERÍSTICA | PONTUAÇÃO |
| Acessível |  |  | Exclusiva |  |  | Sofisticada |  |
| Altruísta |  |  | Feminina |  |  | Espirituosa |  |
| Autoritária |  |  | Simpática |  |  | Espiritual |  |
| Ousada |  |  | Divertida |  |  | Alta tecnologia |  |
| Cuidadosa |  |  | Masculina |  |  | Baixa tecnologia |  |
| Inteligente |  |  | Madura |  |  | Sem tecnologia |  |
| Competente |  |  | Moderna |  |  | Tradicional |  |
| Conservadora |  |  | Atraente |  |  | Acolhedora |  |
| Corporativa |  |  | Polida |  |  | Internacional |  |
| Confiável |  |  | Profissional |  |  | Jovem |  |
| Descontraída |  |  | Peculiar |  |  |  |  |
| Arrojada |  |  | Rebelde |  |  |  |  |
| Elegante |  |  | Robusta |  |  |  |  |
| Estabelecida |  |  | Séria |  |  |  |  |
| Emocionante |  |  | Sincera |  |  |  |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| CINCO CARACTERÍSTICAS PRINCIPAIS | CARACTERÍSTICA 1 | CARACTERÍSTICA 2 |
| CARACTERÍSTICA 3 | CARACTERÍSTICA 4 | CARACTERÍSTICA 5 |

# Isso,mas não aquiloA picture containing logo  Description automatically generated

**PERSONA DA MARCA**

Escolha adjetivos que descrevem as principais características da marca. Exemplo: emotivo, mas não sensacional. Ao final do exercício, escolha as duas principais frases que refletem sua marca a fim de aprimorar suas mensagens e representação da marca.

|  |
| --- |
| Isso, mas não aquilo.  |
|  | mas não |  |
|  | mas não |  |
|  | mas não |  |
|  | mas não |  |
|  | mas não |  |
|  | mas não |  |
|  | mas não |  |
|  | mas não |  |
|  | mas não |  |
|  | mas não |  |

|  |  |
| --- | --- |
| DUAS FRASES PRINCIPAIS | Frase 1 |
| Frase 2 |

# Afiliações e crenças da marca

**PERSONA DA MARCA**

|  |  |
| --- | --- |
| A quais causas (políticas, sociais, religiosas etc.) sua marca é afiliada? |  |
| Qual é a relação da sua marca com essas causas? |  |
| Como o cliente ideal vê suas crenças? |  |
| Essas crenças e afiliações são relevantes para sua estratégia de marca pública? |  |

# Logo  Description automatically generatedVoz damarca

**PERSONA DA MARCA**

|  |  |
| --- | --- |
| Como você quer que sua marca faça as pessoas se sentirem? |  |
| Que outra marca tem uma voz semelhante? |  |
| Que voz não atrairia seu público-alvo? |  |
| Quem seria sua marca se fosse uma celebridade? |  |
| O que torna sua voz diferente da sua concorrência? |  |

# Identidade visualText  Description automatically generated

**PERSONA DA MARCA**

|  |
| --- |
| Como a personalidade da marca é representada visualmente?  |

## Cores

|  |
| --- |
|  |

## Text  Description automatically generated

**PERSONA DA MARCA**

## Tipografia

|  |
| --- |
|  |

## Logotipo

|  |
| --- |
|  |

|  |
| --- |
| **AVISO DE ISENÇÃO DE RESPONSABILIDADE**Qualquer artigo, modelo ou informação fornecidos pela Smartsheet no site são apenas para referência. Embora nos esforcemos para manter as informações atualizadas e corretas, não fornecemos garantia de qualquer natureza, seja explícita ou implícita, a respeito da integridade, precisão, confiabilidade, adequação ou disponibilidade do site ou das informações, artigos, modelos ou gráficos contidos no site. Portanto, toda confiança que você depositar nessas informações será estritamente por sua própria conta e risco. |