**MODELO DE REVISÃO ANUAL DE ESTRATÉGIA DE MARCA**

REVISÃO

ANUAL

DE ESTRATÉGIA DE MARCA

Nome da marca

NOME DO GERENTE DE MARCA

GERENTE DE MARCA

00/00/0000

Índice

[RESUMO DO DESEMPENHO DA MARCA 3](#_Toc147650951)

[ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA 4](#_Toc147650952)

[ANÁLISE DE REDES SOCIAIS 5](#_Toc147650953)

[Análise de redes sociais + Resumo de recomendação 6](#_Toc147650954)

[ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO 7](#_Toc147650955)

[Análise SWOT 7](#_Toc147650956)

[Resumo da análise SWOT 8](#_Toc147650957)

[Identifique objetivos + métricas SMART 9](#_Toc147650958)

[Análise de comunicação da concorrência 10](#_Toc147650959)

[ANÁLISE DE PERCEPÇÃO DA MARCA 11](#_Toc147650960)

[Resumo + recomendações de percepção da marca 11](#_Toc147650961)

[Resultados agregados da pesquisa de marca 12](#_Toc147650962)

[RECOMENDAÇÕES FINAIS 13](#_Toc147650963)

# A picture containing text, accessory, umbrella, stationary  Description automatically generatedRESUMO DO DESEMPENHO DA MARCA

Resuma o desempenho da marca no último ano.

Inclua uma visão geral ampla das metas que você atingiu e não atingiu durante o ano anterior.

|  |
| --- |
|  |

# A picture containing text, accessory, stationary, envelope  Description automatically generatedANÁLISE DA CONCORRÊNCIA

Liste seus concorrentes atuais e descreva o ambiente de mercado do ano atual.

Analise como esses dois fatores mudaram durante o último ano.

Forneça recomendações sobre como a marca responderá às mudanças no cenário competitivo.

ANO ATUAL

ANÁLISE

RECOMENDAÇÕES

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |   |  |

# Chart  Description automatically generatedANÁLISE DE REDES SOCIAIS

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | NÚMERO ATUAL DE SEGUIDORES | META DE SEGUIDORES DO ANO PASSADO | META DE SEGUIDORES DO PRÓXIMO ANO | TRÁFEGO DE INDICAÇÕES MENSAIS | % DE MUDANÇA NO ANO PASSADO | % DE MUDANÇA NO ÚLTIMO MÊS | CLIQUES POR PUBLICAÇÃO NO ANO PASSADO | CLIQUES POR META DE PUBLICAÇÃO |
| FACEBOOK |   |   |   |   |   |   |   |   |
| INSTAGRAM |   |   |   |   |   |   |   |   |
| TWITTER |   |   |   |   |   |   |   |   |
| LINKEDIN |   |   |   |   |   |   |   |   |
| TIKTOK |   |   |   |   |   |   |   |   |
| SNAPCHAT |   |   |   |   |   |   |   |   |
| PINTEREST |   |   |   |   |   |   |   |   |
| TUMBLR |   |   |   |   |   |   |   |   |
| YOUTUBE |   |   |   |   |   |   |   |   |
| OUTROS |   |   |   |   |   |   |   |   |
| OUTROS |   |   |   |   |   |   |   |   |

## A picture containing text, accessory, umbrella, stationary  Description automatically generatedAnálise de redes sociais + Resumo de recomendação

|  |
| --- |
|  |

# A picture containing text, accessory, umbrella  Description automatically generatedESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

#

Realize uma análise SWOT de sua estratégia de comunicação atual.

Defina novos objetivos e métricas SMART.

## Análise SWOT

Analise como você se comunica com seu público-alvo.

|  |
| --- |
| FATORES INTERNOS |
| PONTOS FORTES + | PONTOS FRACOS - |
|  |  |
|  |  |
| FATORES EXTERNOS |
| OPORTUNIDADES + | AMEAÇAS – |
|  |  |

## A picture containing text, yellow  Description automatically generatedResumo da análise SWOT

|  |
| --- |
|  |

## A picture containing text, outdoor object  Description automatically generatedIdentifique objetivos + métricas SMART

**E**specífico, **M**ensurável, **A**lcançável, **R**ealista e **O**portuno

|  |
| --- |
|  |

## Análise de comunicação da concorrência

Como seus concorrentes se comunicam com o público-alvo?

O que funciona? O que não funciona?

O que precisa mudar no próximo ano?

|  |
| --- |
|  |

# A picture containing accessory, stationary, envelope  Description automatically generatedANÁLISE DE PERCEPÇÃO DA MARCA

Realize a pesquisa de percepção da marca com um amplo segmento do seu público-alvo.

Organize os dados agregados. Use o formulário de pesquisa (abaixo) para indicar o número de

respostas em cada categoria. Resuma os resultados e forneça recomendações para o próximo ano.

## Resumo + recomendações de percepção da marca

|  |
| --- |
|  |

## Resultados agregados da pesquisa de marca

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. | Qual é o seu grau de familiaridade com nossa marca? | NENHUM | PEQUENO | MODERADO | ALTO | MUITO ALTO |
|   |  |  |  |  |  |
|   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| 2. | Qual a probabilidade de nos recomendar a amigos ou familiares? | Escala de 1 a 10 |   | 3. | Como você descobriu sobre nós?  | Familiares ou amigos |  |
|   |  |   |   | Pesquisa online |  |
|   |   |   |   |   |   |   |   |   | Revista, blog ou outras mídias |  |
| 4. | Que nível de confiança você tem em nossa marca?  | Escala de 1 a 10 |   |   |   |   | Redes sociais |  |
|   |  |   |   | OutrosEspecifique |  |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 5. | Quais palavras melhor descrevem nossa marca?  |  |  |  |  |
|   | Inovadora |  | Alegre |  | Rebelde |  | Autoritária |  |
|   | Exclusiva |  | Refinada |  | Não convencional |  | Clássica |  |
|   | Casual |  | Elite |   | Simpática |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 6. | Desde que você nos conheceu, sua percepção sobre nossa marca mudou? | SIM |  |  7. | Que marca vem à mente quando você pensa em (nome do produto)?  |  |
|   | NÃO |  |   |

# **A picture containing outdoor object, sport kite, colorful, envelope  Description automatically generated**RECOMENDAÇÕES FINAIS

Com base em sua análise, forneça recomendações gerais para a direção estratégica do próximo ano.

Inclua recomendações para alterações no guia de estilo da marca e nos pilares de comunicação.

Anexe documentos de suporte ou expanda esta seção para incluir recomendações mais detalhadas.

|  |
| --- |
|  |

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