

OTHER®

ANTES DE CRIAR, DESCOBRIMOS O QUE VALE A PENA CRIAR.

Pesquisa, contexto, estratégia.

OTHER/THINK



DECIDIR ANTES DE DESENHAR.

MAPA 01 / 02



DIAGNÓSTICO DE MARCA

Leitura crítica do que existe, do que funciona e do que está a impedir crescimento.

AUDITORIA DE ATIVOS / ENTREVISTAS-CHAVE / MAPA DE TENSÕES / PRIORIDADES DE INTERVENÇÃO



PESQUISA DE MERCADO E CONTEXTO

Mercado, cultura, comportamento e sinais que alteram a decisão.

DESK RESEARCH / TENDÊNCIAS RELEVANTES / LEITURA DE CATEGORIA / SÍNTESE ESTRATÉGICA



PÚBLICO E INSIGHTS COMPORTAMENTAIS

Pessoas reais, motivações reais e fricções que uma persona genérica não explica.

SEGMENTOS PRIORITÁRIOS / NECESSIDADES / BARREIRAS / GATILHOS DE ESCOLHA



AUDITORIA COMPETITIVA

Onde todos se parecem e onde a marca pode tornar-se impossível de confundir.

MAPA COMPETITIVO / CÓDIGOS DA CATEGORIA / ESPAÇOS DE DIFERENCIAÇÃO / BENCHMARK



POSICIONAMENTO DE MARCA

Uma escolha clara sobre o lugar que a marca pretende ocupar e defender.

TERRITÓRIO / PROMESSA / PROVAS / PRINCÍPIOS DE DIFERENCIAÇÃO



PROPOSTA DE VALOR

O motivo concreto para escolher, comprar, aderir ou acreditar.

BENEFÍCIO CENTRAL / RAZÕES PARA ACREDITAR / MENSAGENS POR PÚBLICO / SÍNTESE COMERCIAL



DECIDIR ANTES DE DESENHAR.

MAPA 02 / 02



ARQUITETURA DE MARCA

Organização de marcas, submarcas, produtos e extensões sem criar ruído.

MODELO DE RELAÇÃO / NOMENCLATURA / HIERARQUIA / REGRAS DE EXTENSÃO



NAMING

Nomes com lógica estratégica, força verbal e capacidade de crescer.

TERRITÓRIOS DE NAMING / LONGLIST E SHORTLIST / RACIONAL / TRIAGEM LINGUÍSTICA E DIGITAL PRELIMINAR



IDENTIDADE VERBAL

Tagline, voz, vocabulário e princípios para a marca soar sempre à mesma marca.

TAGLINE / TOM DE VOZ / TERRITÓRIOS VERBAIS / EXEMPLOS DE APLICAÇÃO



ESTRATÉGIA DE PORTEFÓLIO

O que lançar, manter, unir, retirar ou tornar prioritário.

PAPEL DE CADA OFERTA / SOBREPOSIÇÕES / OPORTUNIDADES / ROADMAP



GO-TO-MARKET

A entrada no mercado desenhada como sistema, não como anúncio isolado.

OBJETIVOS / PÚBLICOS / SEQUÊNCIA / CANAIS



PLANO DE COMUNICAÇÃO

Mensagem, canal, cadência e responsabilidade ligadas ao objetivo comercial.

PILARES / CANAIS / CALENDÁRIO MACRO / MÉTRICAS



SAME BRIEF. OTHER ANSWER.

Construa o seu mapa online, receba uma cópia e deixe a mesma seleção com a nossa equipa.

OTHER.PT/STUDIO ↗