

arcaffo[®] /Branding

arcaffo®

NOSSO
PROPÓSITO

Contribuir
positivamente
com a cultura.

QUEM SOMOS

Com a missão de fomentar o crescimento consciente de pessoas e marcas, nos conectamos com cada um dos nossos clientes de maneira personalizada, e os ajudamos a olhar para os seus negócios com mais clareza e certeza do caminho a ser construído.

Dirigida por @arthurfava e @luizpaulopacheco, somos uma empresa de consultoria, assessoria e treinamento com foco em Gestão de Marcas (Branding). Apaixonados por negócios, psicologia e filosofia, trabalhamos com uma metodologia terapêutica própria e ferramentas criadas através de estudos, experiências e resultados ao longo de 6 anos.

SOBRE NÓS

Nossa equipe é composta por 7 pessoas que buscam continuamente o desenvolvimento do intelecto nas mais diversas áreas do conhecimento, dos mais técnicos – como administração, design, gestão, RH, empreendedorismo – aos mais abrangentes – como filosofia, antropologia, psicologia, simbólica, etc.



Arthur Fava - @arthurfava
Diretor Comercial e Estrategista de Marcas



Luiz Paulo Pacheco - @luizpaulopacheco
Diretor de Projetos e Estrategista de Marcas



Fabrício Rodrigues - @fabricio.rodriques
Gestor e Estrategista de Marcas

Iniciamos os nossos trabalhos voltados para a comunicação em Junho de 2016. Em 2019 nos reposicionamos para trabalhar focados em Branding – criação e gestão de posicionamento e estratégias de marca – e Identidade Visual. De lá para cá, foram mais de **150** empresas que ajudamos diretamente.

NOSSOS CLIENTES



**Tecnologia / Saúde e Fitness /
Beleza / Construção / Imobiliário /
Infantil / Alimentício / Funerário /
Industrial / Moda / Advocacia /
Editorial ...**

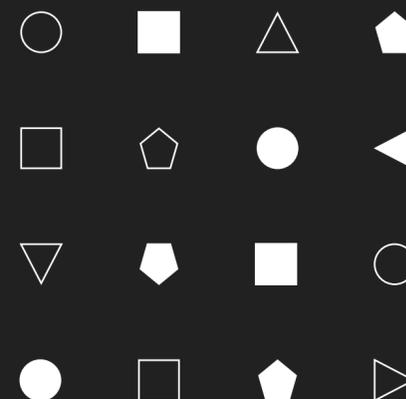
CENÁRIO DA
EMPRESA
SEM
BRANDING

Posicionamento



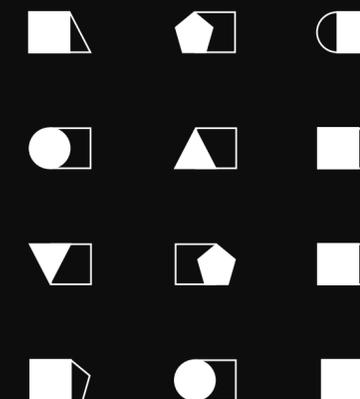
Sem um posicionamento claro e definido, sua marca não diz quem ela é e acaba se tornando refém daquilo que as pessoas acham de seus produtos e serviços.

Comunicação



Quando o marketing não possui uma base de posicionamento, a comunicação da sua marca **acaba por não seguir regras claras**. E então o resultado é uma **comunicação confusa, difusa e incoerente**.

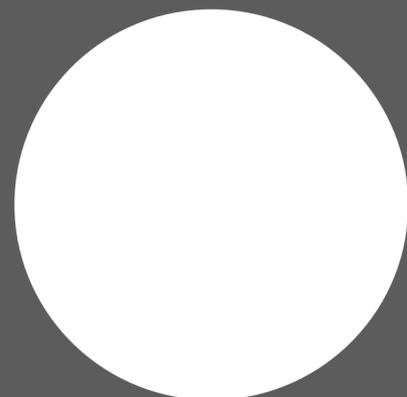
Imagem



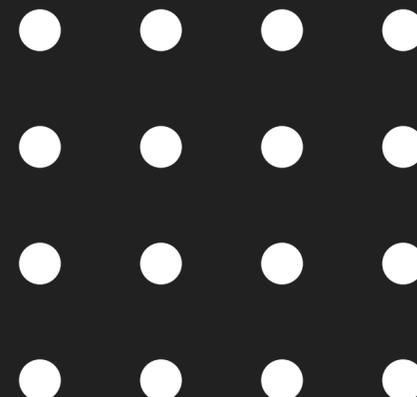
Quando a sua marca se comunica dessa forma, **a percepção** que as pessoas terão da marca (ou seja, a imagem) também **será confusa e incoerente**.

CENÁRIO DA
EMPRESA COM
BRANDING

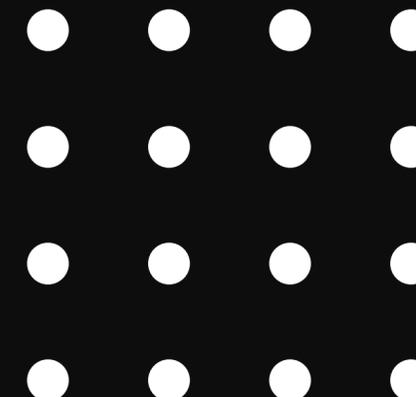
Posicionamento



Comunicação



Imagem



Com um posicionamento claro e definido, uma marca se torna aquela quem dita as regras do que está por trás aquilo que o marketing comunicará a respeito de seus produtos e serviços. E **uma comunicação com constancia e coerência**, acaba gerando uma imagem mais clara e coerente a respeito de quem é a marca.

EMPRESA ≠ MARCA

arcaffo®

SOBRE O
BRANDING

Marca gera **valor**.
Empresa gera **receita**.
Os dois juntos geram **lucro** e **legado**.

Empresa

Receita

Modelo de Negócio

Patrimônio

Custos

Princípios

Sentimentos

Histórias

Pessoas

Marca

Empresa

**Lucro e
Legado**

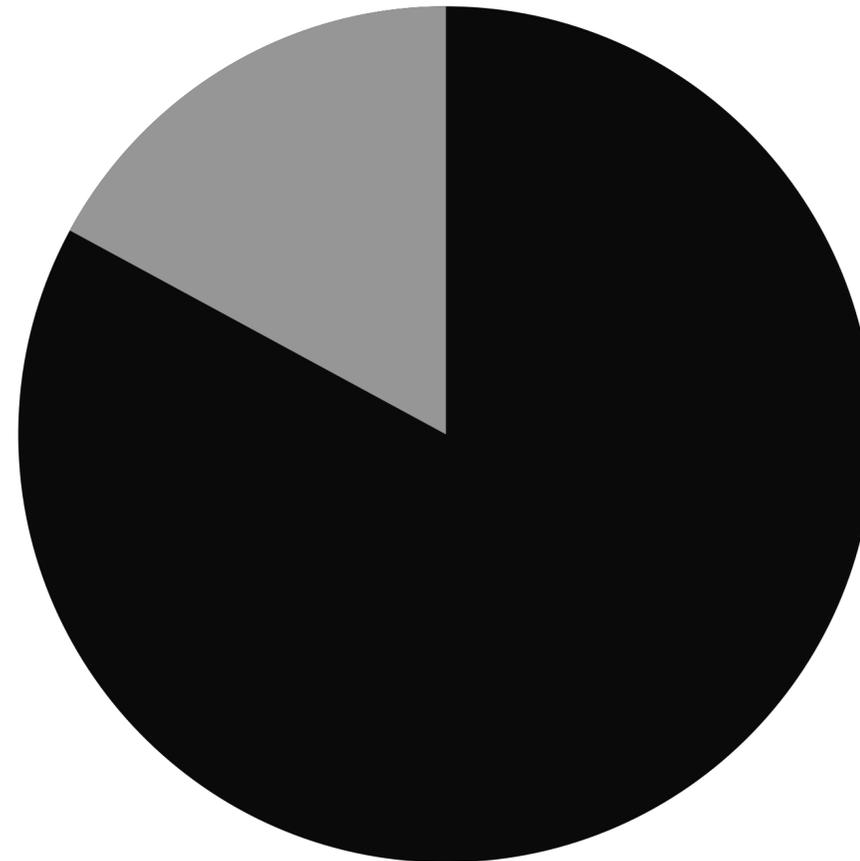
Marca

MARCA: ORIGEM E PROPÓSITO

- As origens do que entendemos hoje como Marca surgiu há muito tempo com o objetivo de marcar os **gados** de determinados rebanhos – há registros egípcios de que seus gados já eram marcados por volta de 2700 A.C. Na época, o intuito ali era o de somente identificar para **assegurar o patrimônio**.
- Marcações em rolhas de **vinhos** começaram a ser feitas com o objetivo de identificar diferentes safras para **evitar confusões**. Mas como ainda não havia um padrão muito confiável de marcações, reza a lenda que as pessoas beberam muito vinho trocado.
- De maneira geral, as marcações surgiram para identificar a procedência de algo – **Marcas eram indicadores de origem ou etiquetas para, de fato, marcar o produto** – e isso foi ganhando mais importância devido ao crescimento exponencial das cadeias de produção e competitividade da comercialização, fazendo com que o consumidor final, se tornasse distante de quem produz.

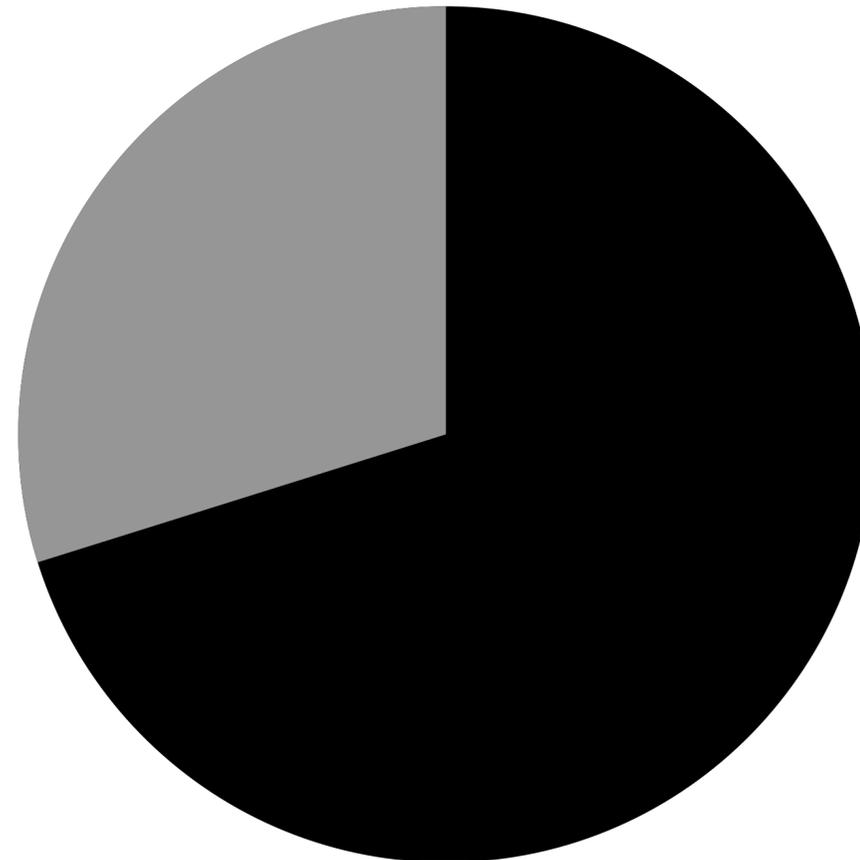
O CONCEITO DE BRANDING

- Uma mudança grande para o branding ocorre na segunda metade do século XIX. A industrialização fez com que novos produtos entrassem no mercado. As pessoas não sabiam muito bem como utilizá-los ou o porquê de consumi-los. As empresas, então, passaram a comunicar não só a **origem**, mas também o modo de uso de cada produto. Nessa época, as propagandas tinham um tom bem didático, uma espécie de tutorial, afinal, era preciso educar e gerar demanda para a oferta que a indústria estava **criando**.
- No meio do século passado, ocorre uma transformação ainda maior: **a publicidade passou a construir para as empresas conceitos baseados no benefício emocional do uso dos produtos**. As marcas começaram a absorver significados e a representar estilos de vida além de seus papéis funcionais.



83% dos brasileiros compram de marcas alinhadas com seus valores pessoais.

<https://varejo.wpengine.com/23605/83-dos-brasileiros-compram-de-marcas-alinhadas-com-seus-valores-pessoais>



70% das empresas no Brasil focam em vender e não em apresentar seus princípios e valores.

<https://varejo.wpengine.com/23605/83-dos-brasileiros-compram-de-marcas-alinhadas-com-seus-valores-pessoais>

O QUE
FAZEMOS
PARA VOCÊ
APROVEITAR AS
ESTATÍSTICAS A
SEU FAVOR

Trabalhamos nas três frentes da construção contínua de uma marca (branding). Para saber por onde começar, é necessário um diagnóstico inicial sobre o projeto ou a empresa. As três frentes são:

BRANDING STRATEGY

- Arquitetura de Marca
- Posicionamento (Bíblia da Marca)
- Mapeamento de Stakeholders
- Qualificação de Stakeholders
- Jornada de Stakeholders
- Personal Branding (Imagem pessoal)
- Consultoria

BRANDING IDENTITY

- Naming
- Identidade Visual
- Identidade Narrativa
- Identidade Fotográfica
- Identidade Arquitetônica
- Identidade Olfativa
- Consultoria Gastronômica
- Dresscode
- Audiobranding

BRANDING EMPLOYER

- Organograma
- Endomarketing
- Cursos e Treinamentos
- Gestão de arquivos
- Cargos e Carreiras
- POPs
- Políticas internas
- Recrutamento e Seleção

RESULTADOS DO BRANDING

Eficiência de Gestão: Curto Prazo



Alinhamento de Comunicação: Curto/Médio Prazo



Redução de Custos: Médio Prazo



Alavancagem Comercial: Longo Prazo



Valor de Marca: Longuíssimo Prazo



@arcaffo 

arcaffo®

Obrigado!

Arthur Fava
Sócio e Diretor Comercial

+55 67 98222-6166
arthur@arcaffo.com.br
www.arcaffo.com.br
instagram.com/arthurfava