



# Como definir os valores da marca

Para apoiar o desenvolvimento  
de alimentos e bebidas  
saudáveis



## Conteúdos do módulo

1

### Quais são os valores da marca e por que são importantes?

Definição de Valores da Marca  
Os seus valores comerciais vs. os valores da sua marca  
Porque razão os valores da marca são importantes?  
Os valores da sua marca são a sua base

2

### Maneiras criativas de definir os valores da sua marca

Visão geral das técnicas  
Defina os seus **Obstáculos**  
Crie um quadro de imagens  
Fale com seus clientes  
Fale com sua equipe  
Defina um arquétipo  
**Mapear o Seu Espaço Único**

3

### Usando os valores da sua marca

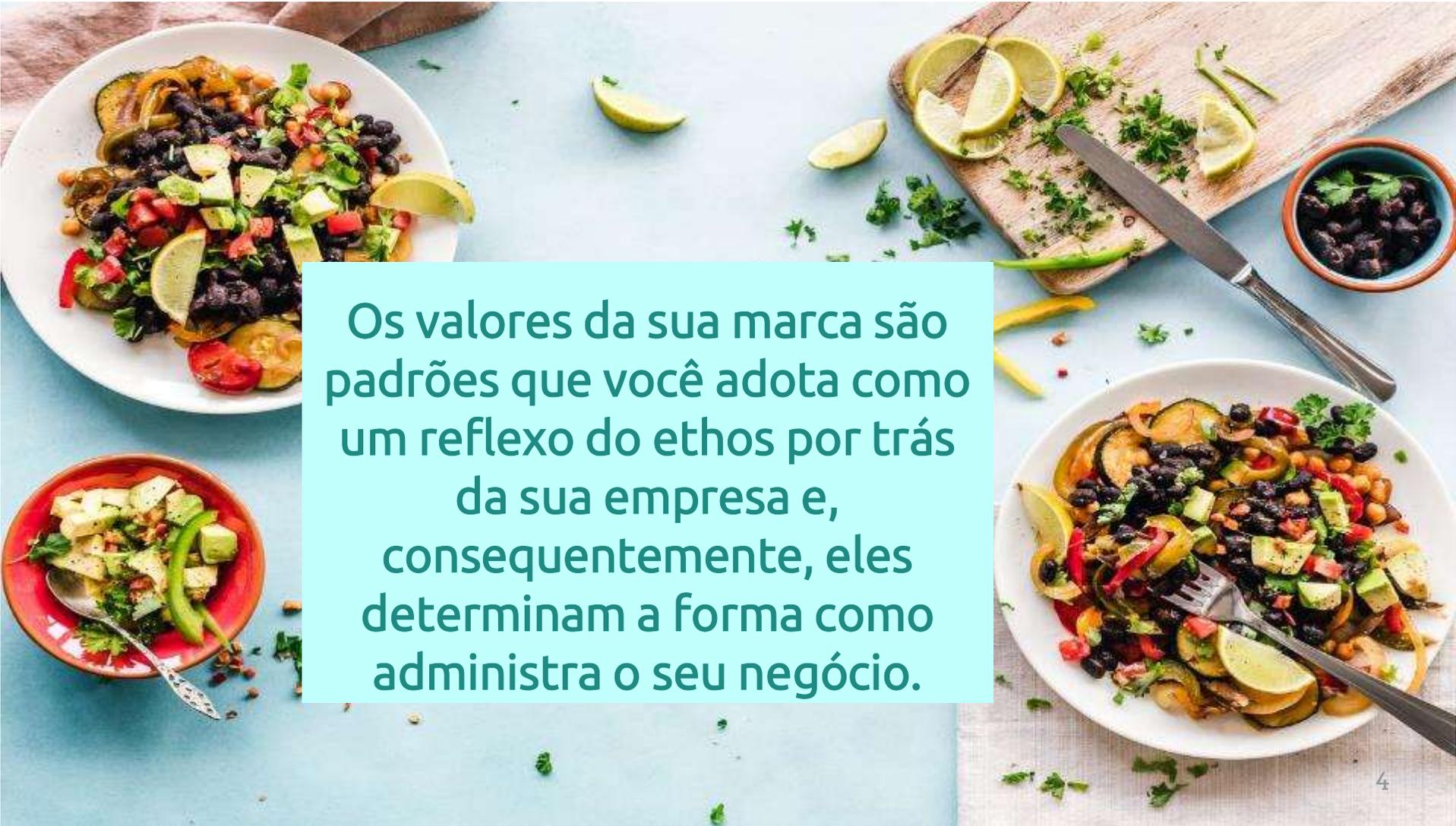
Respeitando os valores da sua marca  
Valores de marca de produtos saudáveis em ação - 3 exemplos  
Reverendo e atualizando os valores da sua marca



# 1. Quais são os valores da marca e porque são importantes?

---

Uma introdução aos valores da marca



Os valores da sua marca são padrões que você adota como um reflexo do ethos por trás da sua empresa e, conseqüentemente, eles determinam a forma como administra o seu negócio.

## Os seus valores comerciais vs. Os valores da sua marca

Os **valores do seu negócio** refletem a maneira como escolhe administrar o seu negócio e, portanto, irão sustentar todas as suas atividades e marcas.

No entanto, você pode desejar adotar **valores específicos da marca** para uma determinada gama de produtos.

Por exemplo, se você comercializa determinados produtos como “saudáveis”, pode decidir que eles devem ter uma **identidade de marca única e explícita**.

Essa linha de produtos terá então valores específicos da marca refletindo as suas credenciais saudáveis - por exemplo, a proveniência dos ingredientes, um método de produção específico definido, status “livre de” ou calorias precisas por porção.



## Alguns exemplos conhecidos que demonstram os valores da marca

### **Kellogg's**

**O seu parceiro de vida no pequeno-almoço.**  
Os valores do negócio estão relacionados à qualidade e transparência - a Kellogg's foi uma das primeiras empresas a introduzir os valores nutricionais e demonstrar como eles se relacionam com as porções diárias recomendada nas embalagens.



### **Danone**

A marca empresarial transmite **tradição, simplicidade, saúde** para os seus entes queridos.



### **All-Bran**

**Apoio à sua saúde digestiva** por meio de uma opção de pequeno-almoço natural com alto teor de fibras



### **Evian**

Mesmo que a Danone seja conhecida principalmente pelos seus iogurtes - incluindo marcas diferentes como Activia, Danacol ou Actimel - outras linhas de produtos são reconhecidas pela sua marca, com valores específicos de marca: **saudável, sustentável, água doce**

## Porque é que os valores da marca são importantes?



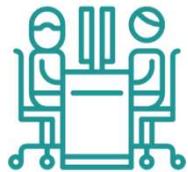
Os valores da sua marca influenciam todos os aspetos de como você conduz os seus negócios

Os valores da sua marca são a sua base!



Por isso, eles precisam de ser fortes!

# Os valores da sua marca devem orientar as suas ações



## Formas de Trabalhar

---

Os valores significativos da marca ganham vida à medida que você conduz os seus negócios no dia a dia com seus clientes, fornecedores e funcionários.

Eles definem a bússola moral da empresa e definem como você se comporta, como você traz o seu produto ou serviço para o mercado e o que você representa na vida empresarial.



## Relação com os outros

---

Os valores da sua marca criam a cultura da empresa e são expressos na forma como você interage com os outros.

Os valores da sua marca devem ser vivenciados e adotados pela sua equipa para serem significativos.

Eles influenciarão a sua capacidade de atrair funcionários talentosos, fornecedores de apoio e clientes fiéis.

## Os valores da marca definem como o seu cliente percebe o produto



### Personalidade da marca

---

Quando aplicados de forma consistente, os valores da marca bem estabelecidos comunicam o que você acredita e criam um caminho para a conexão emocional com seus clientes.

As suas vendas devem se beneficiar dos clientes atraídos por você, pois eles compartilham os seus valores.



### Único & Diferente

---

Bem definidos, verdadeiramente “vividoss” e baseados no que os seus clientes também valorizam, os valores da sua marca podem ser um diferencial importante em relação aos seus concorrentes.

A sua equipa sabe o que se espera dela e como representar a sua empresa, seu marketing pode ser consistente e direcionado e você pode se destacar na multidão.



## 2. Maneiras criativas de definir os valores da sua marca

---

Técnicas e atividades para ajudá-lo a definir os valores da sua marca

# Maneiras criativas de definir os valores da sua marca

Por que não usar nosso **livro de exercícios** útil para explorar os valores da sua marca?

## Definir os **quebra-acordos**

TM1

O que você NUNCA faria no mundo dos negócios?

## Fale com os seus clientes

Que adjetivos os clientes usam para descrever os seus produtos ou a sua marca?



## Defina um **arquétipo**

Qual a personagem que a sua marca seria? Um herói, explorador, governante, bobo da corte, cuidador, um mago?

Quais os valores subjacentes?

## Crie um Quadro de imagens

As imagens vão além das palavras. Tente criar um quadro de imagens que você considere adequado para a sua marca. Quais adjetivos isso evoca?



## Mapeie seu **Espaço Único**

Os valores da sua marca precisam de ser distintos e diferenciá-los dos seus concorrentes, para que os seus clientes tenham um motivo claro para usar a sua marca e os seus produtos.



## Fale com a sua **equipa**

Pergunte à sua equipa quais os colegas que consideram o epitome do seu negócio? Que palavras eles usam que podem incorporar os seus valores?



TM1

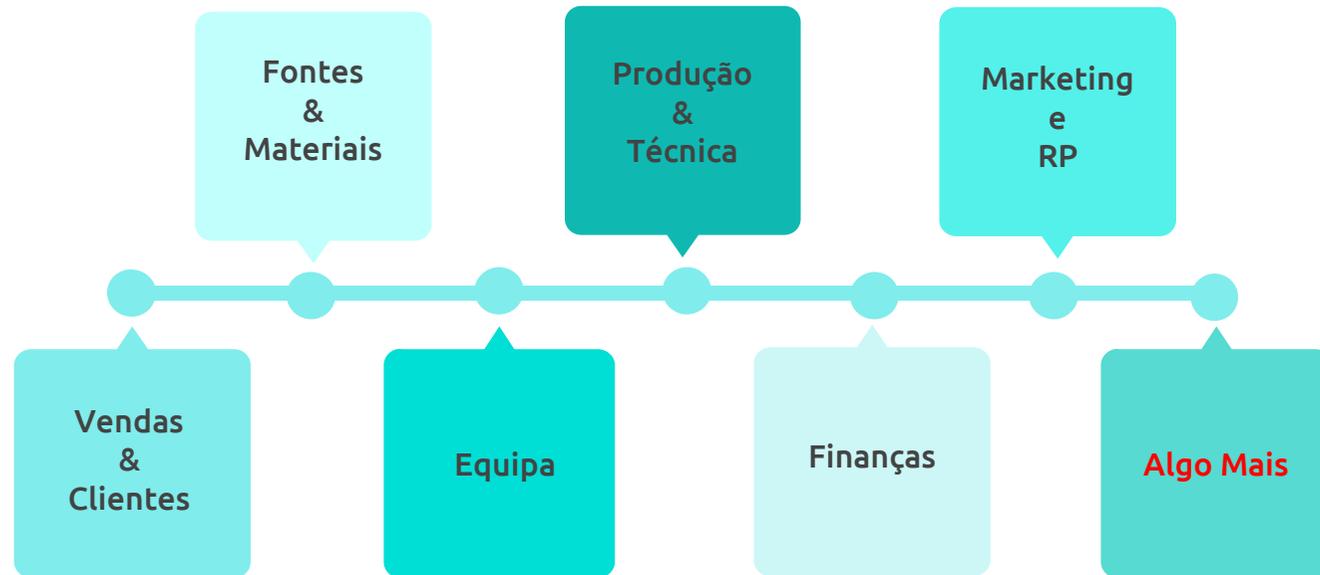
substituir por 'quebra-acordos

Tiago Moreira, 24/03/2021

## Defina seus Dealbreakers

Ao fazer um brainstorming sobre as coisas que nunca faria no curso dos seus negócios, você define os limites dos seus princípios e postura moral. Tendo definido esses "quebra-acordos", agora liste o seu oposto: essas características são muito prováveis de capturar os valores da sua empresa

Considere todos os pilares do seu negócio!



TM2

substituir quebra-acorods

Tiago Moreira, 24/03/2021

## Criar um Quadro de Imagens: objetivo

As imagens são ferramentas poderosas para evocar, expressar e ilustrar os valores da sua marca:

- ✓ Os nossos cérebros humanos são projetados para receber informações visuais e decodificá-las do mundo ao nosso redor.
- ✓ A psicologia do consumidor concluiu que muitas decisões de compra são tomadas a um nível subconsciente e não verbal.
- ✓ Um quadro de imagens funciona em muitos níveis e constitui uma ferramenta de referência útil à medida que você desenvolve os valores da sua marca.

Uma imagem fala mais alto do que palavras na transmissão dos valores da sua marca, princípios orientadores e identidade a um nível subconsciente

Transmitindo os atributos, visão, identidade da sua empresa e evocando conexões emocionais

Conforme você desenvolve nomes, logotipos, slogans da marca, designs de embalagens, o seu site, publicações nas redes sociais e outros ativos de marketing, o seu quadro de imagens pode mantê-lo fundamentado nos seus valores e no caminho certo

As imagens podem expressar conceitos intangíveis como cultura e ethos a um nível não verbal



# Crie um Quadro de imagens: roteiro para criar sua identidade

Antes de começar, você deve decidir se deseja fazer uma versão “Física ou Digital” do Quadro de imagens - o que funcionará melhor considerando com quem você pretende compartilhar o quadro? Em seguida, comece a recolher o material. De qualquer forma, o processo será o mesmo, mas você precisará adaptar o tipo de recursos que usa.





## Fale com a sua Equipe

Se os valores da sua marca estão realmente incorporados no seu negócio, você deve descobrir que a equipe que lá trabalha se comporta de maneira a refletir a cultura da empresa.

**Algumas perguntas que você pode querer discutir com sua equipe:**

- ✓ O que eles gostam de fazer na empresa?
- ✓ Como as suas ações, comportamento e rotinas diárias refletem os valores do negócio?
- ✓ A forma como o desempenho deles é avaliado reflete o espírito do seu negócio?
- ✓ Existem “regras não escritas” que eles assimilaram ao trabalhar com outras pessoas na empresa?
- ✓ Existem indivíduos na equipe que eles acham que simbolizam a empresa “por completo”?



## Defina um arquétipo: quem seria a sua marca?

Um arquétipo é uma personagem com **comportamento distinto que reconhecemos imediatamente - o que ele indica sobre os valores de sua marca**. Podemos imaginá-los com um conjunto de características, imaginar como se comportariam numa situação ou prever o que eles podem dizer sobre um tópico.



Super-Herói



Feiticeiro



Sereia



Desportista

Pode ser uma **personagem abstrata** - como um super-herói, explorador, governante, brincalhão, cuidador, mago, mulher sábia ou rebelde - ou até mesmo uma **pessoa famosa da história** ou alguém sob os olhos do público hoje em dia - como um ator, desportista, artista ou músico.

## Mapeie Seu Espaço Único

### Quem são os seus concorrentes?

Os seus concorrentes podem ser marcas e empresas que fazem **produtos semelhantes** aos seus - mas também olham além dos concorrentes óbvios.

Pense no que os consumidores podem comprar como um **substituto**, em vez da sua área de produto.

Liste-os num mapa mental (consulte o slide seguinte) antes de analisar os seus valores.

### Quais são os valores das suas marcas?

**Quais os valores da marca que são expressos nos produtos dos seus concorrentes que os tornam atraentes?**

Anotê no mapa mental todas as **palavras e expressões-chave** que eles usam sobre si mesmos.

Você pode obtê-los na sua embalagem, site e rede social e em atividades de marketing e RP.

### O que o torna único e especial?

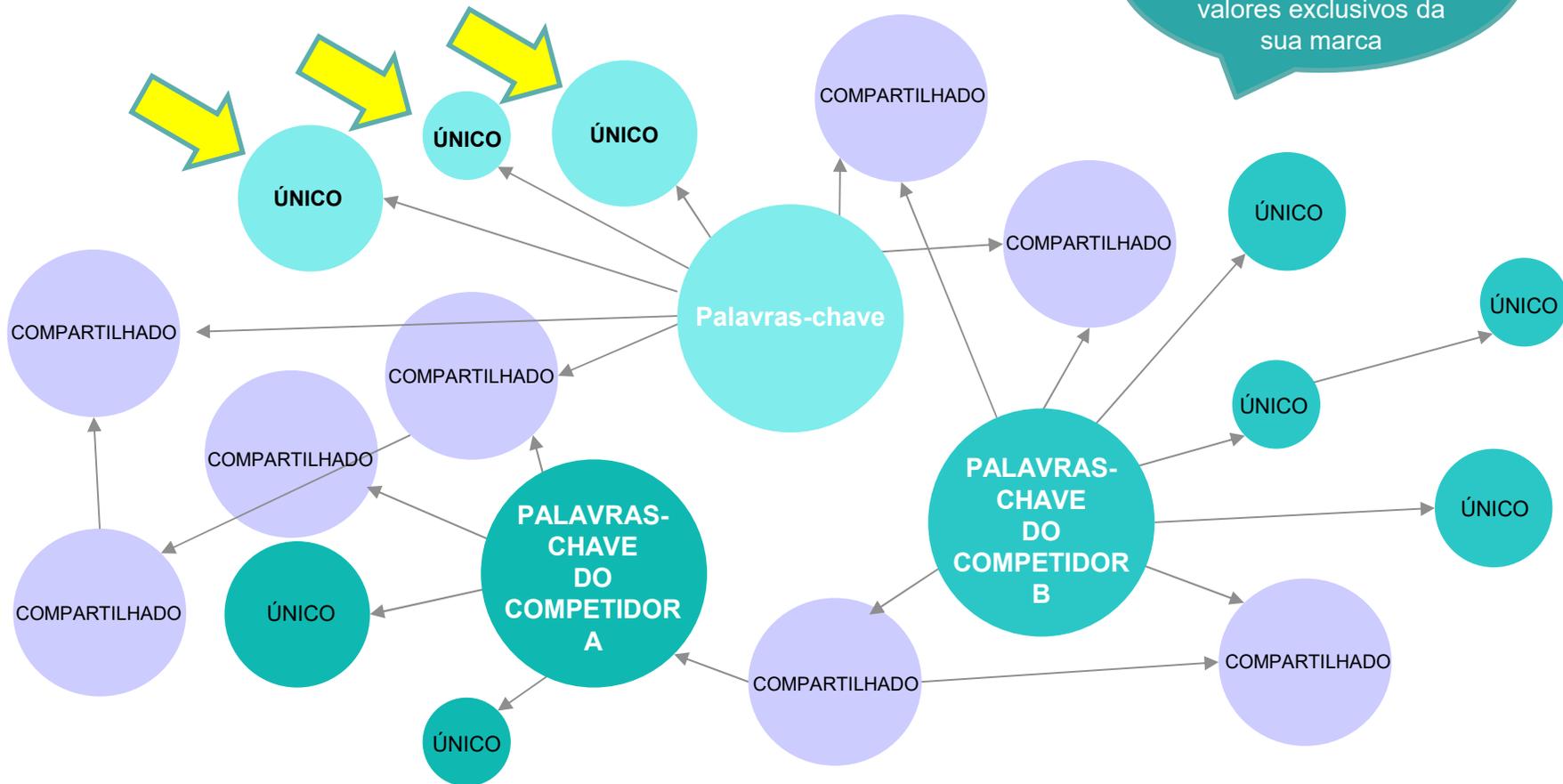
Identifique quais os valores que são **comuns** no setor e quais são **distintos** de uma marca.

Procure os seus **valores únicos**, aqueles que diferenciam a sua marca dos concorrentes. Se você tem dificuldade para encontrá-los, isso pode indicar que você não é suficientemente diferenciado no seu mercado?

A sua singularidade é a chave para atrair clientes para comprar e se tornarem leais à sua marca.

# Mapeie Seu Espaço Único

Um mapa mental pode ser uma ferramenta muito útil para identificar os valores exclusivos da sua marca





### 3. Usando os valores da sua marca

---

Como os valores da sua marca ajudam na tomada de decisões e garantem que a sua marca seja consistente

## Respeitando os valores da sua marca

Depois de colocar todo esse esforço para definir e confirmar os Valores da Marca que são significativos, relevantes e robustos, agora você vai querer usá-los para impulsionar o seu negócio!



Guiados pela sua estrutura ética definida, os valores da sua marca são especialmente úteis para referência durante qualquer momento de pressão ou turbulência.



Questione as suas decisões de negócios - você está fazendo escolhas consistentes com os valores que definiu para si mesmo?



Afastar-se muito dos seus princípios fundamentais pode desviá-lo do curso e minar a sua marca aos olhos dos seus clientes - em última análise, prejudicando as vendas e lucro.

# Respeitando os valores da sua marca

Assim que os valores da sua marca forem definidos, para ser eficaz, você deve usá-los ao longo de toda a cadeia de valor do seu negócio.

Respeitar os valores da sua marca deve mantê-lo preso firmemente à medida que a sua empresa cresce e evolui.



## Valores de marca de produto saudáveis em ação - Exemplo 1



### Declarações

Fazer uma lista com todos os componentes da sua receita na lista de ingredientes, não usando agrupamentos como "ervas" ou "especiarias"

Fornecer um código QR na embalagem para que os clientes os vinculem de volta às informações sobre as matéria-prima



### Informação



### Precisão

Todas as suas informações nutricionais são da análise de amostras representativas num laboratório acreditado, não por cálculo

Sinalizar quaisquer alterações de receita relacionadas a alérgenos na frente de sua embalagem



### Inovação

## EXEMPLOS DE VALOR DA MARCA

"TRANSPARENTE"  
"VERDADEIRO"  
"HONESTO"  
"ABRIR"

A escolha de um valor de marca como “transparente, verdadeiro, honesto ou aberto” afetará muitos aspectos do seu negócio - não apenas os exemplos de contato com o cliente mostrados acima, mas também como você lida com fornecedores e como os colegas interagem uns com os outros.

A menos que seus valores assimilem em todos os aspectos do seu ambiente de negócios, é preciso questionar se eles são meramente "para mostrar" ou aspiracionais, em vez de estarem realmente inseridos na sua cultura?

As “**bebidas inocentes**” enfatizam nos rótulos a naturalidade dos seus ingredientes, explicam como as suas alegações nutricionais beneficiam os consumidores, os seus esforços de caridade e sustentabilidade de embalagens.



Este Innocent Super Smoothie é uma mistura de frutas esmagadas, vegetais, sumos naturais, água de coco, extrato de espirulina e vitaminas.

Goiaba, abacaxi, maçã e espirulina azul com vitaminas  
Ajuda a iluminar sua mente

Pasteurizado

Sem adição de açúcar - contém açúcares naturais de frutas e vegetais

Adequado para veganos

Este smoothie é rico em vitaminas B3 e B6, que podem contribuir para o funcionamento psicológico normal, e vitamina C, que pode ajudar a reduzir o cansaço e a fadiga

O que há neste super smoothie?

Frutas e vegetais

Uma pitada de espirulina

Uma fonte de fibra

Água de coco e um monte de vitaminas

O seu cérebro é surpreendente. Não só se parece com uma noz gigante, ele dirige o espetáculo desde que você nasceu e é o único órgão que conseguiu se nomear.

Portanto, é boa ideia cuidar dele. Experimente fazer palavras cruzadas para brincar, uma boa noite de sono e este super batido enriquecido com vitaminas.

A promessa inocente

Tem um gosto bom, faz bem

Produtos saborosos e saudáveis com origem sustentável de 10% dos lucros para instituições de caridade, consulte [innocentdrinks.com/promise](http://innocentdrinks.com/promise)

Desfrute como parte de um estilo de vida saudável e dieta equilibrada

PS Coma suas verduras

Esta garrafa é feita de plástico 50% reciclado.

Abra a tampa e recicle (certifique-se de beber primeiro).

Cap On - Amplamente Reciclado

™ = Melhores marcas

Sociedade vegana

## Valores de marca de produto saudáveis em ação - Exemplo 2



Útil

Embalar os seus produtos em embalagens prontas para cozinhar e sendo criadas para reduzir o tempo de cozimento ao mínimo

A sua empresa arrecada fundos para uma instituição de caridade que oferece educação nutricional para famílias de países em desenvolvimento



Apoia os outros

EXEMPLOS DO  
VALOR DA  
MARCA

“ACESSÍVEL”  
“APOIO”  
“ÚTIL”  
“AMIGÁVEL”

Amigável



A sua empresa dirige um serviço de “perguntas e respostas” sobre alimentação saudável nas redes sociais

A sua empresa tem uma meta de desempenho para responder a qualquer dúvida ou reclamação do cliente dentro de 2 dias úteis

Atendimento ao Cliente



Valores como "acessível, apoio, útil e amigável" podem ser concretizados de várias maneiras no marketing e produtos, mas também podem estar relacionados a ações como dar palestras para crianças em idade escolar ou grupos comunitários sobre alimentação saudável, projetando a sua embalagem para ser fácil de abrir para pessoas com habilidades motoras reduzidas, oferecendo estágios de trabalho para estudantes de graduação em alimentação ou colaborando em projetos para inovar, pesquisar e trazer ao mercado novos ingredientes saudáveis.

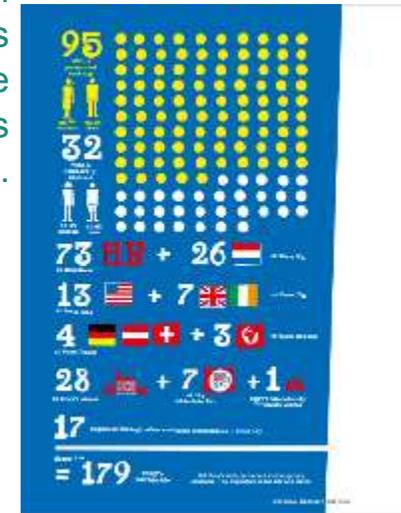
# Marcas com uma missão



A marca galesa Flawsome opera com o modelo de negócios de transformar frutas e vegetais “vacilantes”, que não são considerados adequados para vendas em supermercados, em bebidas deliciosas e saudáveis, evitando assim desperdício significativo de alimentos.

Cada lata informa o consumidor de quantos ingredientes “vacilantes” foram “guardados”, promovendo um fator de bem-estar.

A empresa holandesa Tony's Chocolonely foi fundada com a missão de tirar a escravidão da cadeia de abastecimento do cacau e, por meio do seu marketing, envolvimento do consumidor e relatório anual aprofundado, enfatiza as suas credenciais de igualdade e diversidade tanto quanto os próprios produtos de chocolate.



## Valores de marca de produto saudáveis em ação - Exemplo 3



Estar bem informado e ser reconhecido como conhecedor de alimentos e estilos de vida saudáveis, bem como ser líder em inovação, podem ser valores fundamentais para o seu negócio. Isso pode ser concretizado com o estabelecimento de metas de desempenho que recompensem a investigação, a construção do conhecimento de mercado e a criatividade ou o fornecimento de habilidades de gerenciamento de projetos ou treino nutricional para clientes e funcionários. Isso também fornecerá materiais de “marketing de conteúdo” para compartilhar nas redes sociais, ajudando a fidelizar os seus clientes existentes, aumentar a sua credibilidade e incentivar novos clientes a descobrir e comprar a sua marca.

# Marcas indo além das ofertas de produtos



**musclefood**  
healthy living. made easy.

A empresa on-line especializada em proteínas no Reino Unido não só oferece uma ampla variedade de itens de proteína, mas também apoia os seus clientes a atingirem objetivos de alimentação e fitness saudáveis com planos, vídeos e hospeda uma plataforma comunitária que oferece camaradagem, ajuda e conselhos.



## WHAT YOU GET

  
Save time and money with our perfectly portioned meal prep delivered to you.

  
Select from over 100 online balanced meals and snacks to create your perfect menu.

  
Use our optional workout videos to help change your results.

  
Join thousands of others in our online community.

Choose Your Plan

## Reverendo e atualizando os valores da sua marca

Como a vida em geral, o mundo dos negócios está em constante mudança!

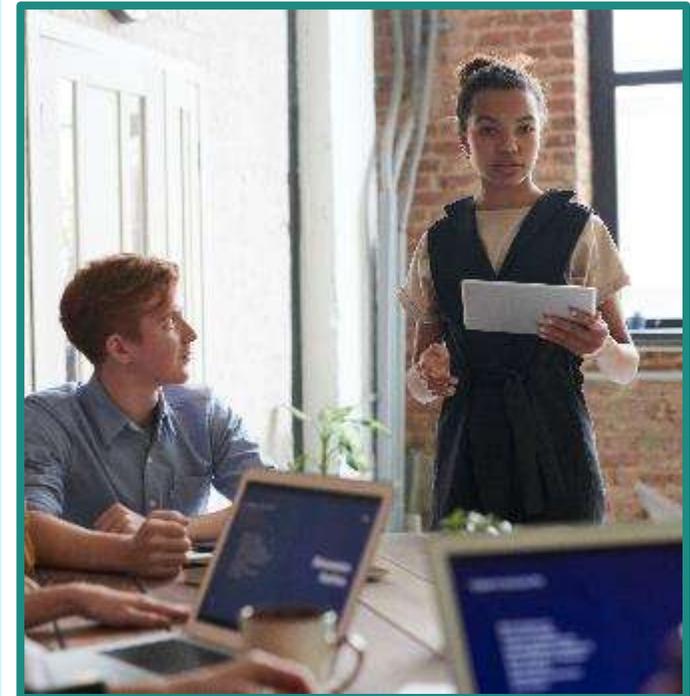
Embora você não queira minar seus valores mudando a sua posição, a cada mudança de vento, você precisa revisá-los de vez em quando.

Rever este exercício de valores da marca, conforme o seu setor, mercados mais amplos ou circunstâncias de negócios se alteram e evoluem, mantendo o seu foco atualizado e relevante.

- ✓ O que mudou e como isso afetou a sua oferta?
- ✓ O que não é mais aplicável?
- ✓ O que precisa ser atualizado?
- ✓ O que deve ser retido e enfatizado novamente?

Use as técnicas que você achou mais úteis anteriormente ou talvez se desafie a tentar uma nova abordagem?

Qualquer que seja a abordagem que você adote, um conjunto robusto de valores da marca que você coloca em ação para sustentar todo o seu negócio, e que destacam as características exclusivas dos seus produtos, será uma boa opção para vendas de sucesso no futuro.





Esperamos que este módulo de treino seja um suporte útil e proveitoso para a inovação de alimentos e bebidas saudáveis.

Este módulo pertence a uma série de oportunidades de treino, organizadas em programas temáticos para apoiar as PME (pequenas e médias empresas) nas regiões participantes do País de Gales, Irlanda do Norte, Irlanda, Espanha, Portugal e França para trazer novos alimentos e bebidas reformulados e saudáveis para o mercado.

O treino foi elaborado pelos parceiros do projeto AHFES que é um ecossistema de alimentação saudável de quadrupla hélice da área atlântica para o crescimento de PMEs financiado pela União Europeia no âmbito do Programa de Financiamento do Espaço Atlântico INTERREG.

Este programa promove a cooperação transnacional entre 36 regiões atlânticas de 5 países europeus e cofinancia projetos de cooperação nas áreas da Inovação e Competitividade, Eficiência dos Recursos, Gestão de Riscos Territoriais, Biodiversidade e Ativos Naturais e Culturais.

Para mais informações sobre outros treinos disponíveis, por favor, [clique aqui](#)



Este projeto é cofinanciado pelo  
Fundo Europeu de Desenvolvimento  
Regional  
através do Programa Interreg Espaço  
Atlântico



## Agradecimentos

---

Modelo de apresentação por [Slidesgo](#)

Ícones por [Flaticon](#)

Imagens & infográficos por [Freepik](#)

Exemplos de produtos recomendados pelos parceiros do projeto AHFES