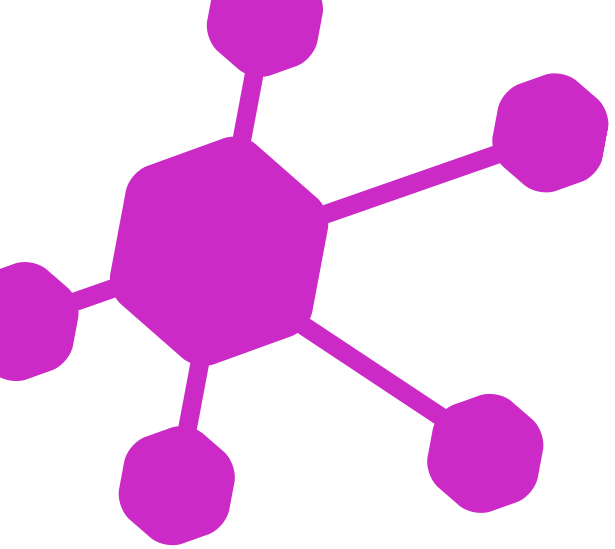


PLEXOS

CONEXÕES CRIATIVAS

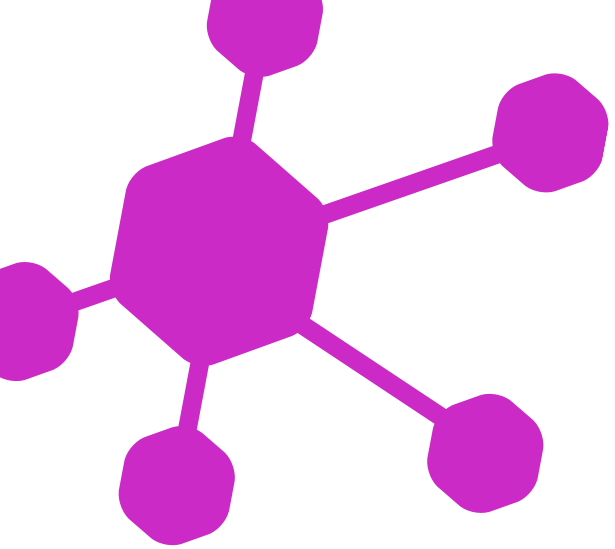
Projeto CONECATARP
Empreendedor: Corpo e Fala
Novembro/2020



Erica Martinovski, empreendedora do Corpo e Fala, é Fonoaudióloga, Terapeuta Corporal e Instrutora de Yoga. Com essas três formações, ela atuava localmente e costumava oferecer três tipos de serviço presencialmente:

CONTEXTO

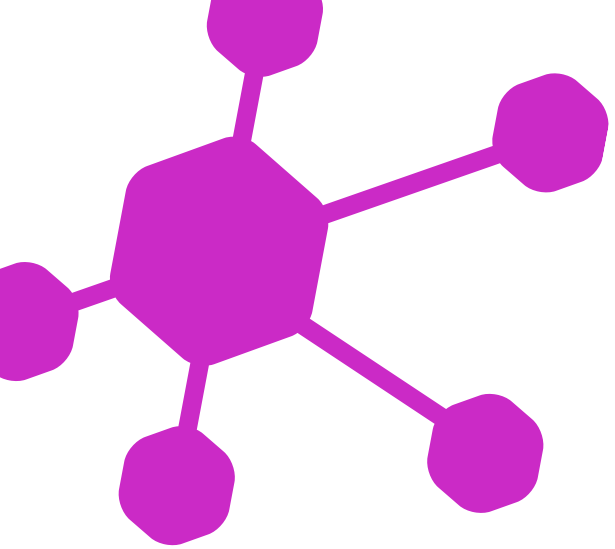
- **Therapyoga:** método de aprendizagem e reorganização neural e emocional através de movimentos e desbloqueios corporais, integrando conhecimentos de yoga e terapia corporal.
- **LowPressure:** uma jornada de aprimoramento e ampliação de comunicação intrapessoal para tomada de consciência e resolução de dificuldades complexas através da conexão corpo, mente, emoções e expressão.
- **Sos talks + Soft skills:** atendimentos premium individualizados, com foco em líderes corporativos que precisem rapidamente desenvolver habilidades comportamentais, de comunicação e de relacionamento para eventos/cenários específicos.



OPORTUNIDADE

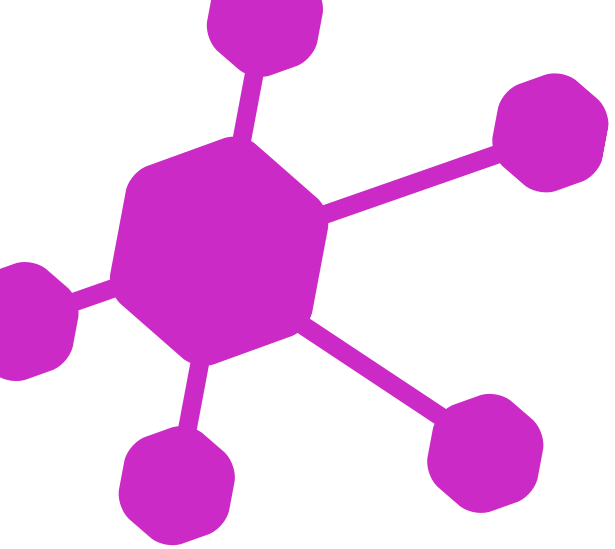
Com a pandemia e a consequente aceleração digital de seus clientes/pacientes, Erica vislumbrou uma nova possibilidade para a Corpo e Fala: vender online seus dois produtos com foco na comunicação intrapessoal: a THERAPYOGA e o LOWPRESSURE.

Apesar de já estarem disponíveis na versão online, Erica precisa de ajuda para tornar a Corpo e Fala mais conhecida e ganhar escala na venda desses produtos.



OBJETIVO DE NEGÓCIO

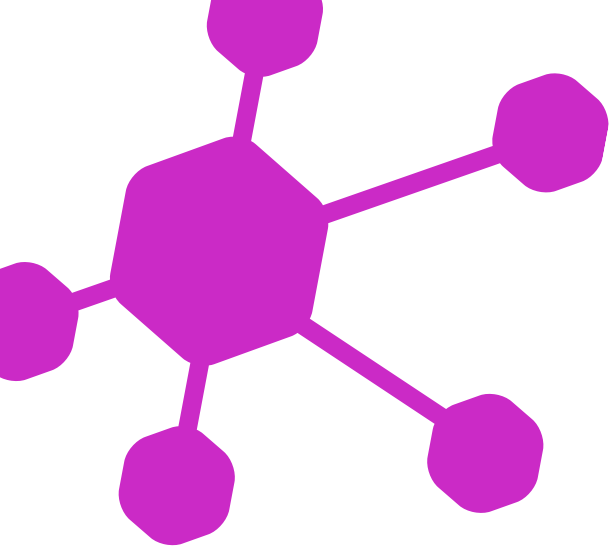
Escalar a venda de produtos digitais da Corpo e Fala.



MACRO, ESTRATÉGIA

Um planejamento estratégico de comunicação completo deveria englobar, então, as seguintes etapas:

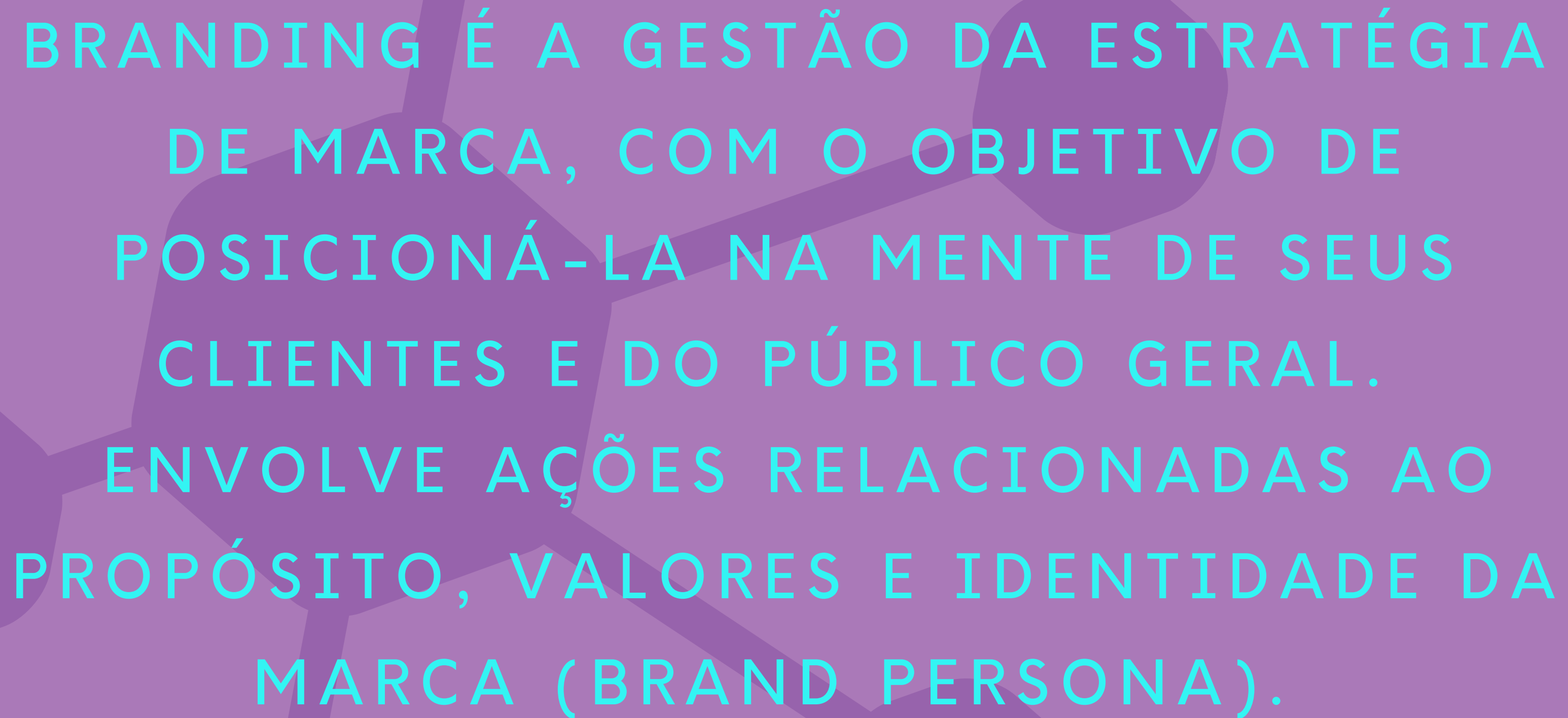
- Definir de Propósito e Valores de Marca
- Definição de Posicionamento
- Definição de Promessa de Marca
- Definição de Brand Persona e Voice Deck para Narrativas
- Definição de Nicho de Atuação
- Desenvolvimento de Plano de Construção de Audiência e Autoridade Digital
- Desenvolvimento de Plano de Ação para Lançamento de Produto



DESAFIO INICIAL

Para os fins desse concurso, no entanto, vamos nos centrar apenas no que foi solicitado no briefing:

- Definição de Propósito e Valores de Marca
- Definição de Posicionamento
- Definição de Promessa de Marca
- Definição de Brand Persona e Voice Deck para Narrativas



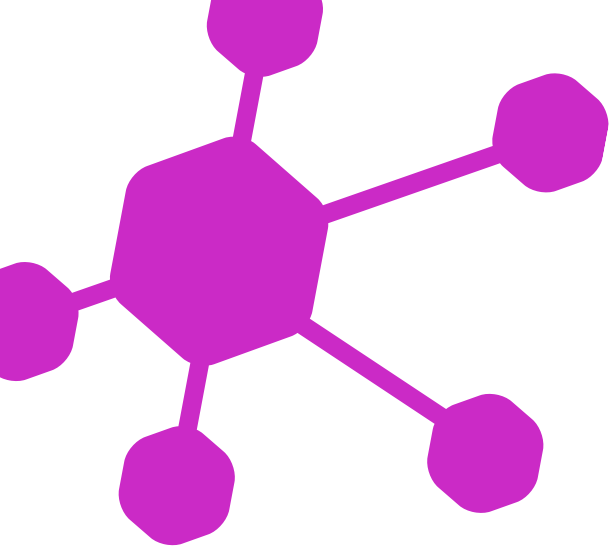
BRANDING É A GESTÃO DA ESTRATÉGIA
DE MARCA, COM O OBJETIVO DE
POSICIONÁ-LA NA MENTE DE SEUS
CLIENTES E DO PÚBLICO GERAL.
ENVOLVE AÇÕES RELACIONADAS AO
PROPÓSITO, VALORES E IDENTIDADE DA
MARCA (BRAND PERSONA).



BRAND PERSONA: O DNA DA MARCA

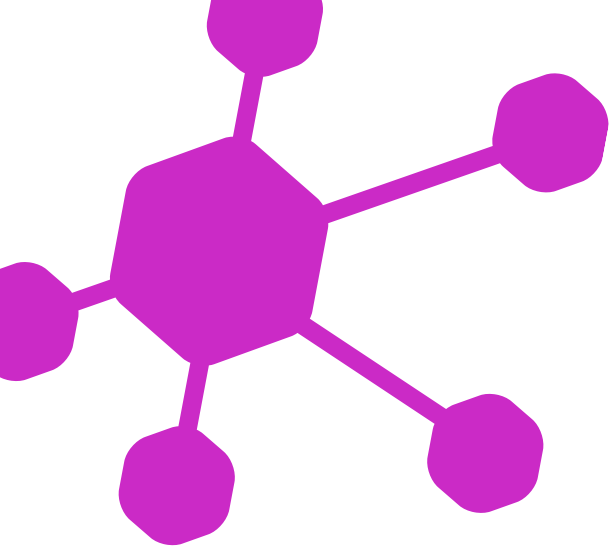
CAMINHOS ESTRATÉGICOS

PLEXOS

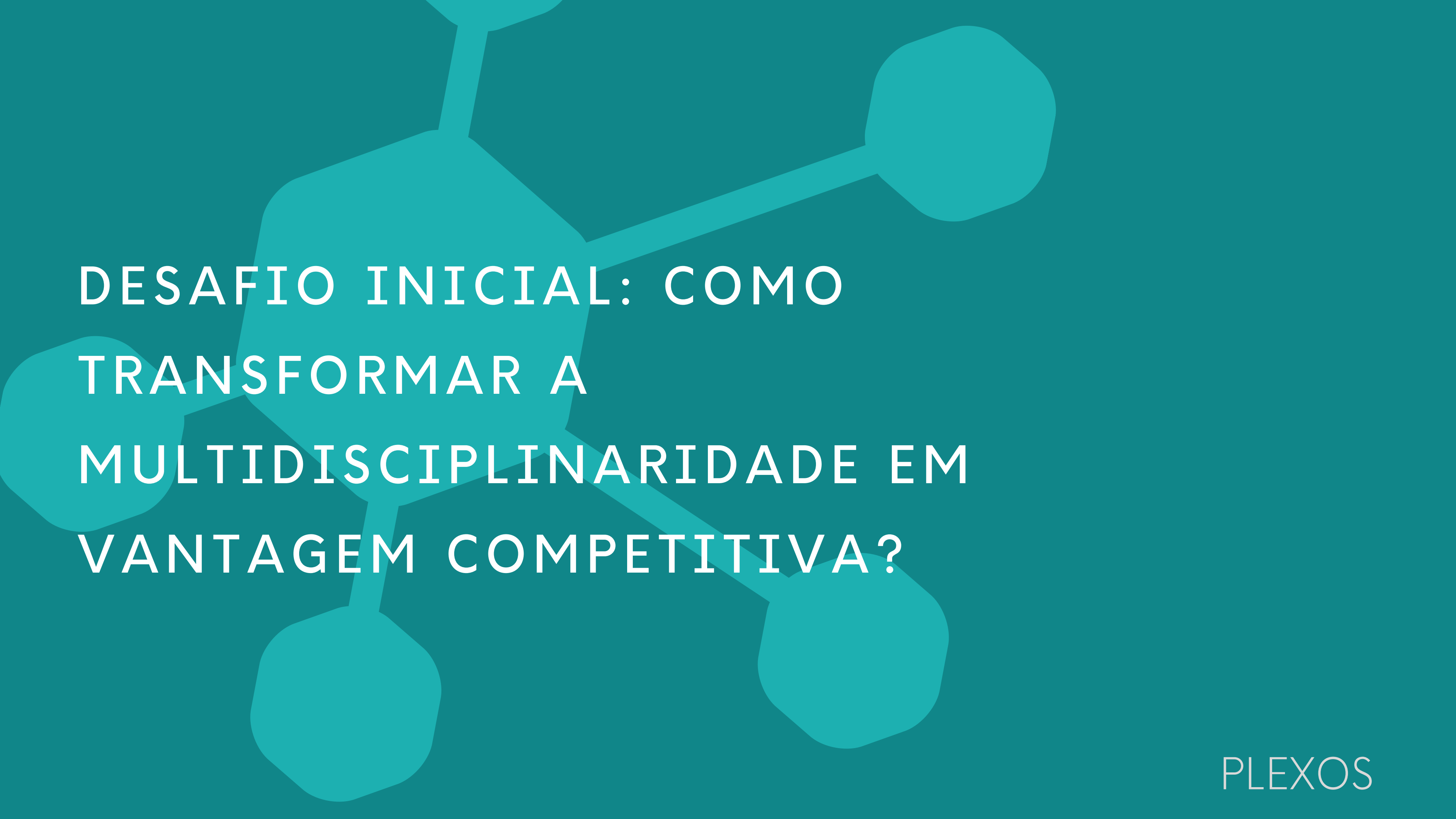


HISTÓRIA PESSOAL DA EMPREENDEDORA

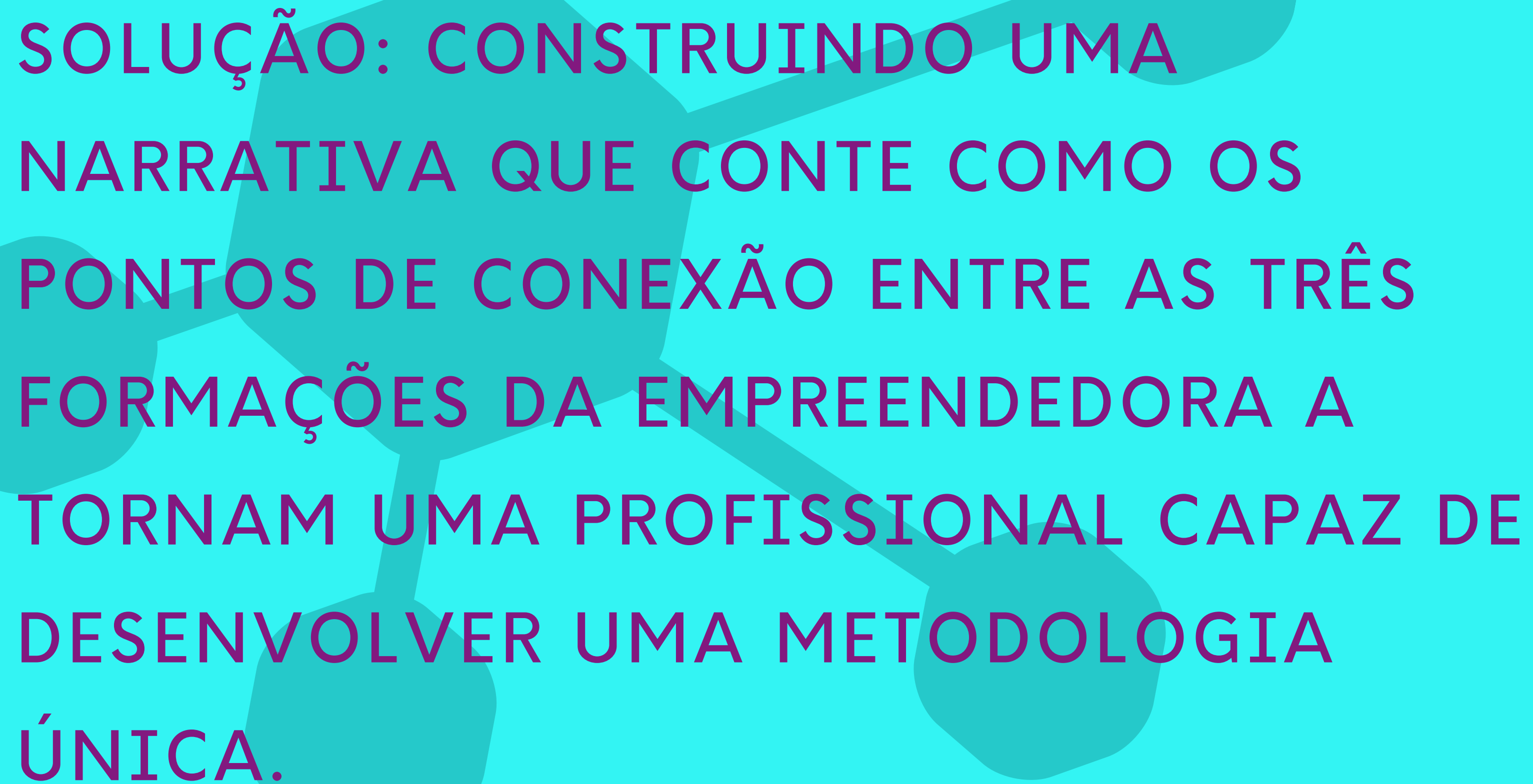
Erica Martinovski tem uma história de multidisciplinaridade e superação. Aos 23 anos, formou-se professora de yoga. Depois de alguns anos, percebendo que os alunos acessavam pelas práticas corporais muitas informações emocionais e traumáticas, sentou necessidade de entender como essas memórias eram guardadas no corpo. E, assim, mergulhou profundamente na formação e na atuação como Terapeuta Corporal. Posteriormente, graduou-se em Fonoaudiologia, para se aprimorar nos aprendizados sobre o papel do sistema neural nas informações apreendidas e comunicadas. Hoje, aos 46 anos, mãe de gêmeas de 20, e realizada com um trabalho autoral, vive um novo desafio pessoal nessa conexão corpo e mente: foi diagnosticada com três doenças autoimunes, que são controladas justamente pelo equilíbrio que tem em sua vida e que busca levar a mais gente.



Ao entender a história pessoal, identificamos pontos que podem gerar conexão com o seu público.



DESAFIO INICIAL: COMO
TRANSFORMAR A
MULTIDISCIPLINARIDADE EM
VANTAGEM COMPETITIVA?

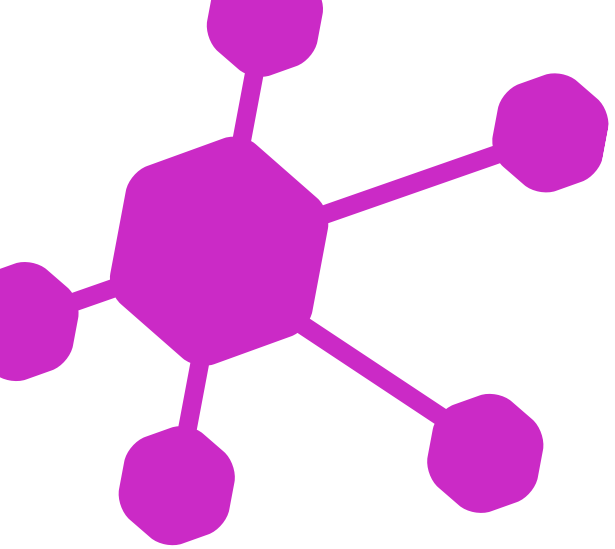


SOLUÇÃO: CONSTRUINDO UMA NARRATIVA QUE CONTE COMO OS PONTOS DE CONEXÃO ENTRE AS TRÊS FORMAÇÕES DA EMPREENDEDORA A TORNAM UMA PROFISSIONAL CAPAZ DE DESENVOLVER UMA METODOLOGIA ÚNICA.



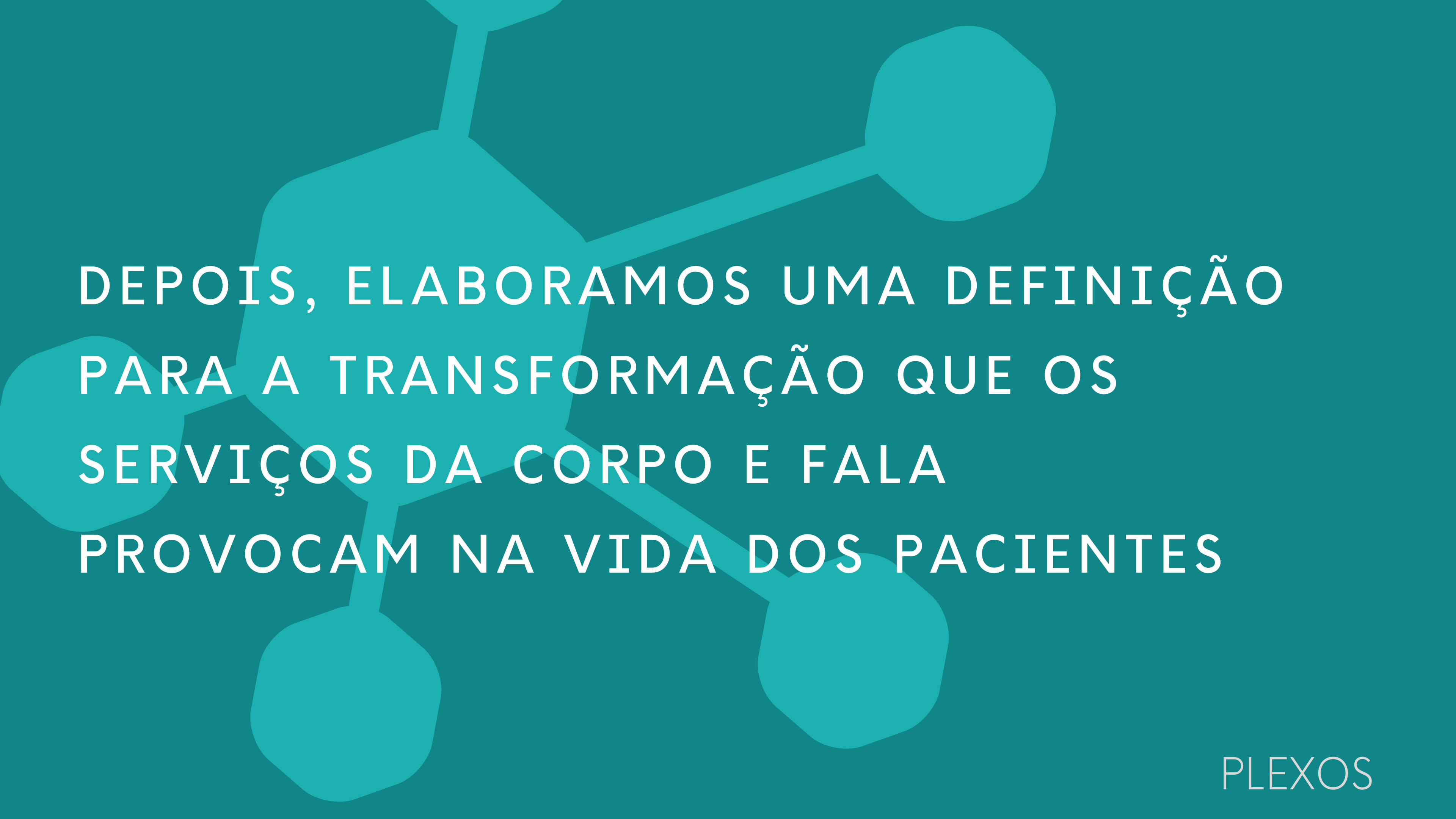
PARA ISSO, FOMOS ENTENDER OS
VALORES DA MARCA

PLEXOS

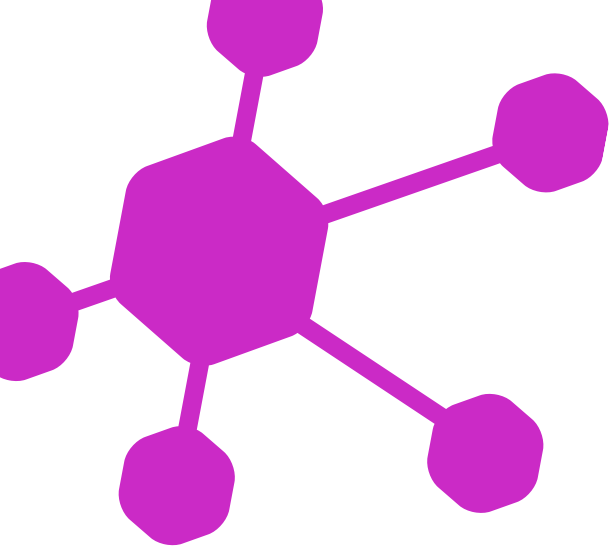


VALORES DA CORPO E FALA

1. Minimalismo
3. Valorização das pessoas e relações
4. Escuta consciente do corpo e das emoções
5. Incentivo à autonomia e à autoregulação
6. Excelência no atendimento

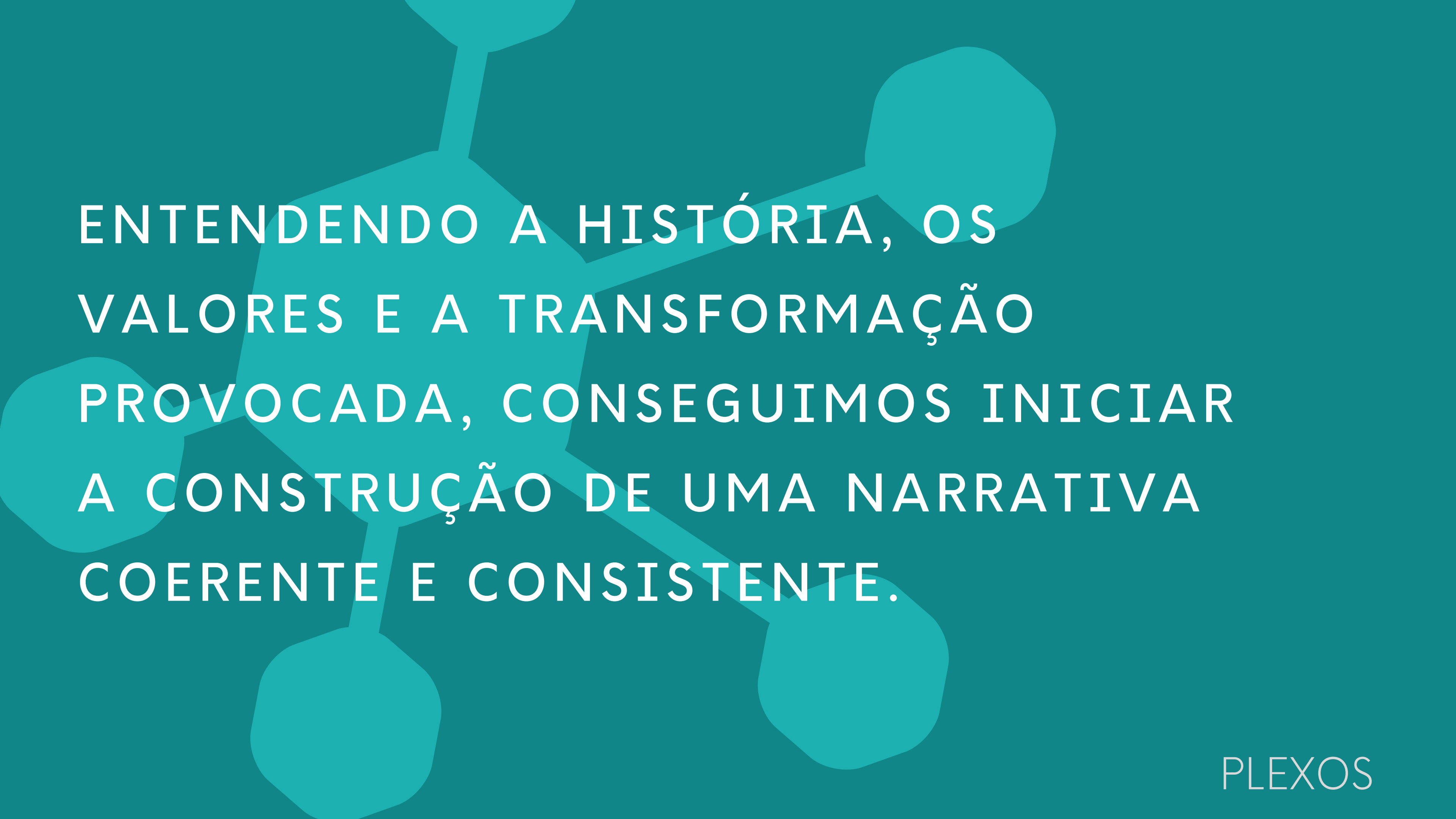


DEPOIS, ELABORAMOS UMA DEFINIÇÃO
PARA A TRANSFORMAÇÃO QUE OS
SERVIÇOS DA CORPO E FALA
PROVOCAM NA VIDA DOS PACIENTES

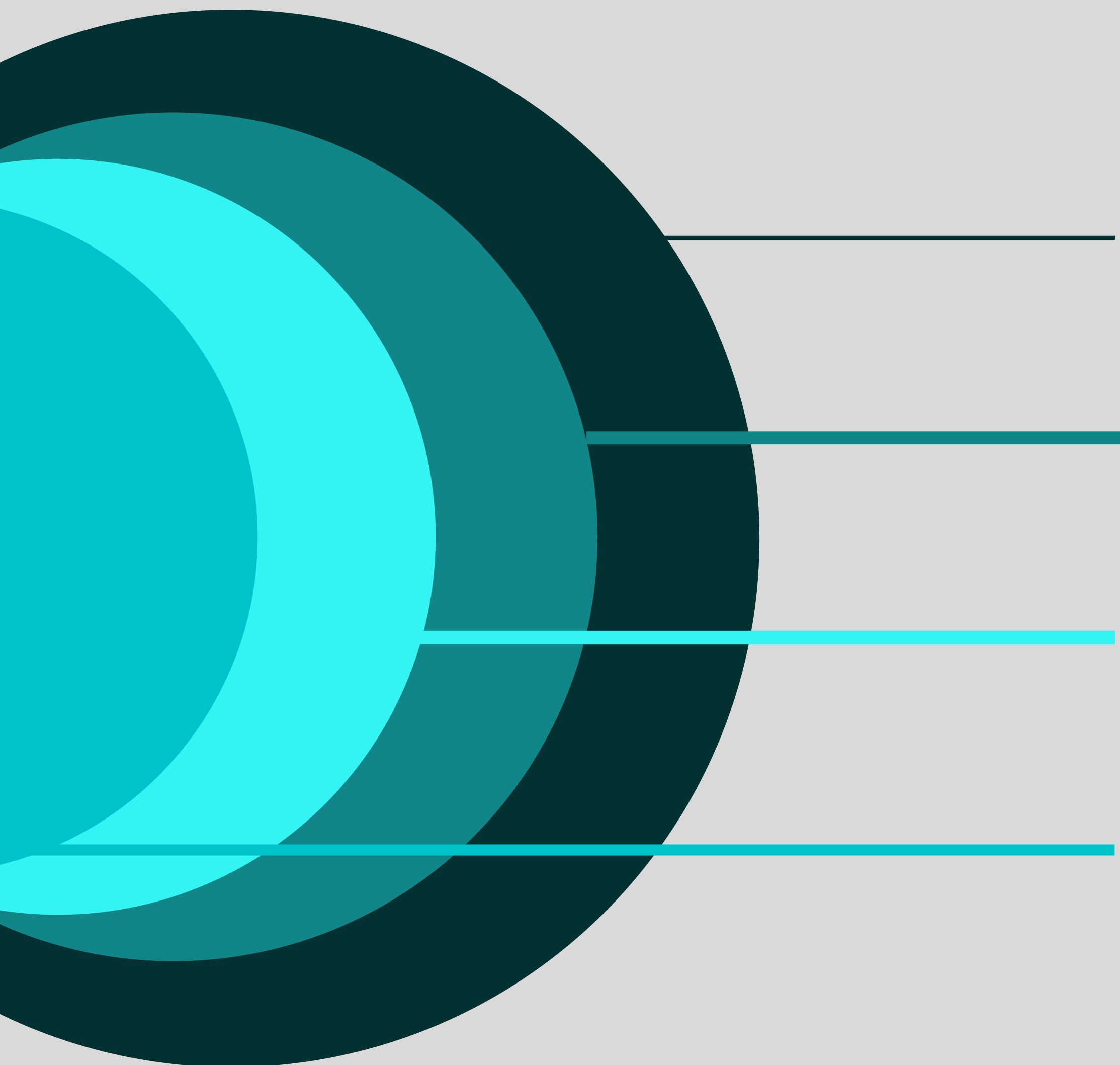


TRANSFORMAÇÃO

As terapias multidisciplinares da Corpo e Fala ajudam o paciente a encontrar conforto no próprio corpo e na própria história, através de metodologia únicas que ativam o realinhamento da escuta interna.



ENTENDENDO A HISTÓRIA, OS
VALORES E A TRANSFORMAÇÃO
PROVOCADA, CONSEGUIMOS INICIAR
A CONSTRUÇÃO DE UMA NARRATIVA
COERENTE E CONSISTENTE.

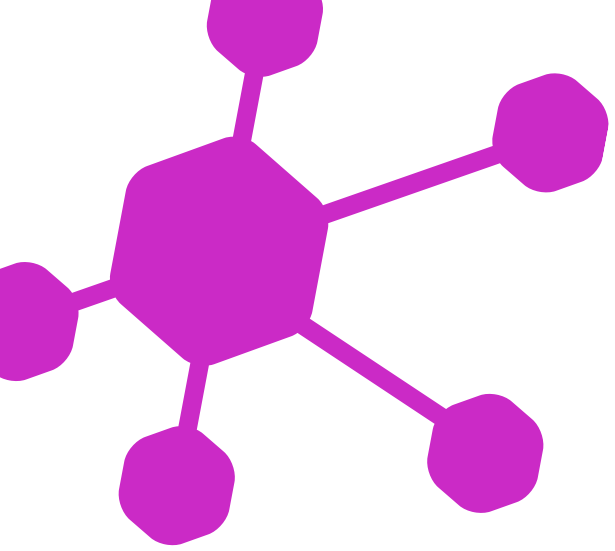


PROPÓSITO

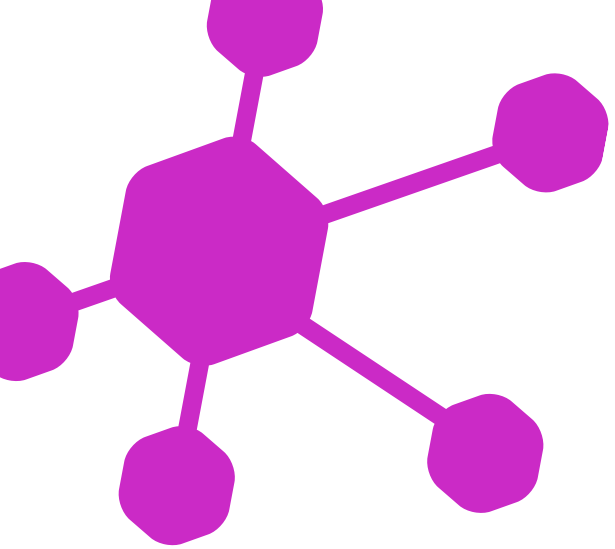
PROMESSA

POSICIONAMENTO

NARRATIVA

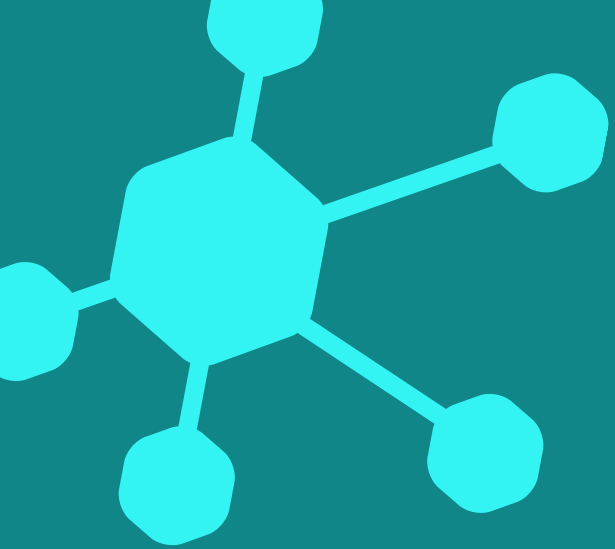


O **PROPÓSITO** da marca é definido a partir da sua história, dos seus valores e da transformação que ela provoca na vida das pessoas.



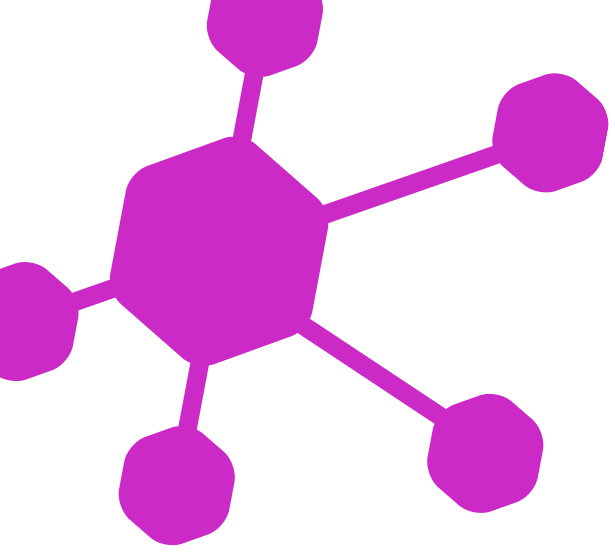
PROPÓSITO DA MARCA

Ao entender toda a história pessoal e a formação diferenciada da sua fundadora, chegamos a um propósito único para Corpo e Fala.



PROPÓSITO DA CORPO E FALA

COMPARTILHAR COM O MAIOR NÚMERO POSSÍVEL DE PESSOAS A POSSIBILIDADE DE ENCONTRAR CONFORTO NA COMPLEXIDADE DO CORPO, DA MENTE DAS PRÓPRIAS EMOÇÕES E, ASSIM, AJUDÁ-LAS A RECONSTRUIR OS SEUS CAMINHOS COM AUTONOMIA E AUTOGESTÃO.



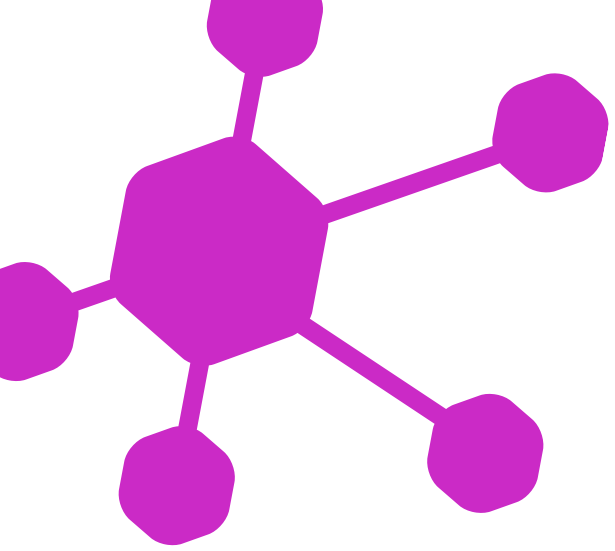
PROMESSA

Como a marca cria e entrega valor?
Qual é o seu benefício único?

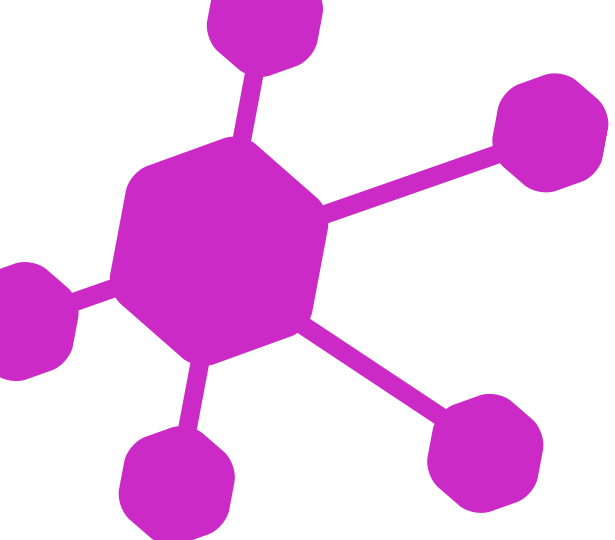


PROMESSA DE MARCA DA CORPO E FALA

AJUDAMOS O PACIENTE A ENCONTRAR CONFORTO
NO PRÓPRIO CORPO E NA PRÓPRIA HISTÓRIA,
ATRAVÉS DE METODOLOGIA ÚNICAS QUE ATIVAM
O REALINHAMENTO DA ESCUTA INTERNA.



A partir dos VALORES, do PROPÓSITO e da PROMESSA DA MARCA, definimos o seu POSICIONAMENTO, recorrendo aos Arquétipos Psicológicos para a construção de marcas.



Extrovertido



**Orientado à
Comunidade**

Egocêntrico

Introvertido



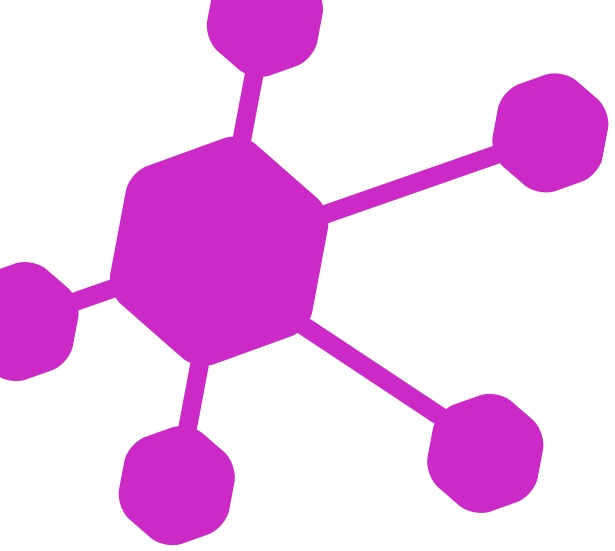
POSICIONAMENTO DA CORPO E FALA

35% SÁBIO

35% CUIDADOR

30% MAGO

A CORPO E FALA AJUDA AS PESSOAS AJUDA AS PESSOAS A ENTENDEREM E TRANSFORMAREM AS SUAS REALIDADES, ATRAVÉS DO AUTOCUIDADO E DO AUTOCONHECIMENTO.



Após todos os alinhamentos anteriores, estabelecemos os Territórios de Comunicação que devem ser abordados na narrativa da Corpo e Fala.



TERRITÓRIOS DE COMUNICAÇÃO

Conexão: história de superação da fundadora.

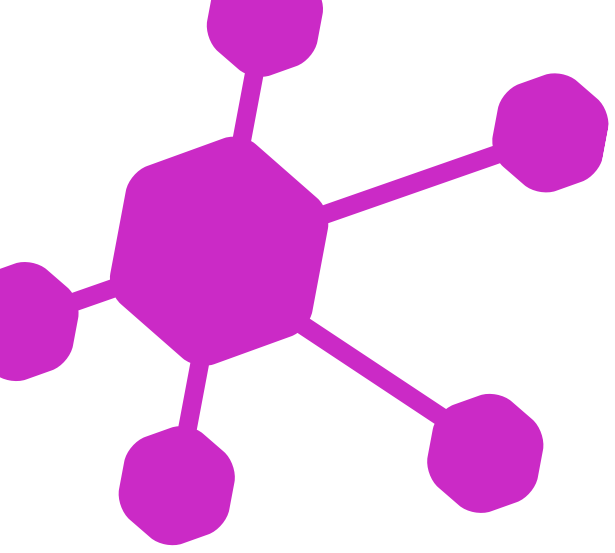
Didática: o que é a escuta consciente do corpo e das emoções.

Motivacional: incentivo à autonomia e à autorregulação.

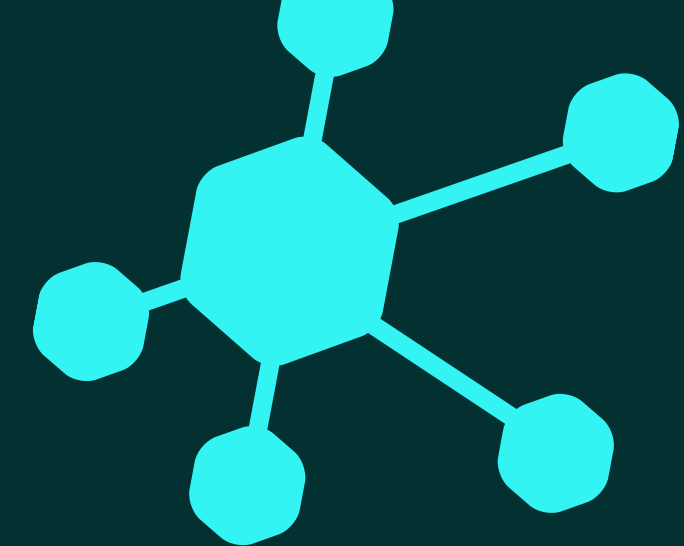
Humanização: valorização da saúde e das relações.

Tangibilização: demonstrações dos serviços.

Prova Social: depoimentos de pacientes.



Como ponto de partida para a construção de uma narrativa de marca, definimos o Voice Deck a seguir.



VOICE DECK

PROPÓSITO

Compartilhar com o maior número possível de pessoas a possibilidade de encontrar conforto na complexidade do corpo, da mente das próprias emoções e, assim, ajudá-las a reconstruir os seus caminhos com autonomia e autogestão.

POSICIONAMENTO

35% SÁBIO
35% CUIDADOR
30% MAGO

LINGUAGEM

SIMPLES
SIMPÁTICA
ACOLHEDORA
DIDÁTICA
ENCANTADORA
GENTIL

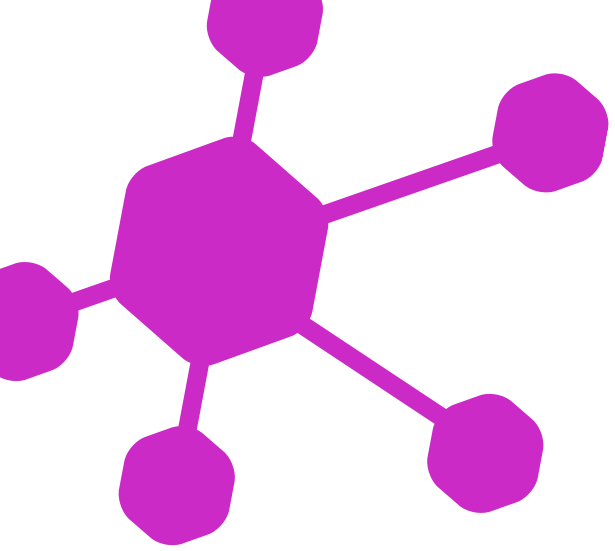
PROMESSA

Ajudamos o paciente a encontrar conforto no próprio corpo e na própria história, através de metodologias únicas que ativam o realinhamento da escuta interna.

TERRITÓRIOS

CONEXÃO
DIDÁTICA
MOTIVACIONAL
HUMANIZAÇÃO
TANGIBILIZAÇÃO
PROVA SOCIAL

PLEXOS



PRÓXIMOS PASSOS

Para dar continuidade ao processo vendas de produtos digitais em escala, sugerimos à empreendedora dar continuidade à estratégia através dos seguintes caminhos:

- Definição de Nicho de Atuação
- Desenvolvimento de Plano de Construção de Audiência e Autoridade Digital
- Desenvolvimento de Plano de Ação para Lançamento de Produto

OBRIIGADA

PLEXOS

Conexões Criativas

www.plexosconecta.com

deborah@plexosconecta.com

(21) 99192-1561