MERCADO +1 PONTO

AÇÃO EMPREENDEDORA

POSICIONAMENTO DA MARCA

Quando você pensa numa marca, que palavra vem na cabeça? Barata? Chique? Divertida?



PENSE ASSIM

UMA GAVETA NA MEMÓRIA



Cada marca quer ocupar uma "gaveta" na memória do cliente. Quando ele pensa num assunto, lembra logo dela.

PERGUNTA PARA A TURMA

Quando falamos "carro seguro", que marca vem à cabeça?

Conversem 1 minuto em dupla e compartilhem

O QUE É

DEFINIR COMO A STARTUP QUER SER LEMBRADA

Posicionamento é a imagem que a marca quer ter na cabeça do cliente: o que ela é, para quem é e por que é diferente.

POR QUE FAZER ISSO?



DIFERENCIAR

Mostrar por que escolher a Startup.



FOCO

Saber para quem a Startup existe.



COERÊNCIA

Preço, produto e divulgação falam a mesma língua.

NA VIDA REAL

VOLVO

A marca escolheu ser lembrada pela segurança. Em 1959, criou o cinto de segurança de três pontos e liberou a patente para que todos os fabricantes pudessem usá-lo e salvar vidas.

A LIÇÃO PARA A STARTUP

Uma marca bem posicionada é lembrada por uma ideia clara.

CASO REAL

1959

cinto de 3 pontos, com patente liberada

COMO FAZER

PASSO A PASSO

1. Definam o público e o principal benefício que a Startup oferece.
2. Descubram o que a diferencia dos concorrentes.
3. Completem a frase: "Para [público], somos [o que] que [benefício], porque [diferencial]."
4. Mostrem como isso aparece no produto, no preço e na divulgação.

Tempo sugerido: 40 min em equipe + 5 min de apresentação

EXEMPLO

COMO FICARIA NO BRECHÓ VIRADA

Uma Startup imaginária: um brechó online de roupas para jovens.

BASE

Público: *jovens que gostam de estilo e do planeta*

Benefício: *peças únicas a preço justo*

Diferencial: *toda roupa é escolhida a dedo*

NOSSA FRASE: "PARA [PÚBLICO], SOMOS [O QUE] QUE [BENEFÍCIO], PORQUE [DIFERENCIAL]."

Para jovens que gostam de estilo e do planeta, somos o brechó online

que tem peças únicas a preço justo, porque toda roupa é escolhida a dedo.

ONDE O POSICIONAMENTO APARECE

PARTE	COMO
Produto	*só peças em ótimo estado, selecionadas*
Preço	*de R$ 20 a R$ 60*
Divulgação	*posts falam de estilo e sustentabilidade*

DICAS

PARA FAZER BEM FEITO

✓ NA PRÁTICA

- Comece respondendo: por que alguém escolheria a gente e não o concorrente?
- Complete a frase modelo e leia em voz alta. Se soar estranha, ajuste.
- Mostre exemplos de onde o posicionamento aparece: preço, embalagem, posts.

✕ EVITE

- Tentar agradar todo mundo.
- Frase longa e confusa.
- Diferencial que todo concorrente também tem.
- Não mostrar onde o posicionamento aparece.

MÃOS À OBRA!

AGORA É A VEZ DE VOCÊS

O QUE APRESENTAR

A frase de posicionamento e exemplos de como ela aparece.

FORMATOS POSSÍVEIS · COMBINEM COM O PROFESSOR

FICHA DE APOIO | SLIDES | CARTAZ

VALE

+1 ponto em Mercado

FICHA DE APOIO E PASSO A PASSO

empreendedorismo.guru