

Brand Sprints

K21 B2B

Março 2023

oni

DESAFIO

Desenvolver o projeto de branding da K21 B2B com o objetivo de deixar sua proposta de valor mais clara e diferenciada, fortalecendo o seu posicionamento e sua entrada em novos mercados.

CONSIDERANDO AS NECESSIDADES DE:

- Entender o propósito da nova iniciativa e construir sua visão enquanto marca.
- Gerar uma visão de posicionamento de marca alinhada entre os times que colaboram na construção da solução.
- Desdobrar a estratégia de marca em nome, identidade visual, verbal e toda sua experiência de marca e embalagem.

Etapas do Projeto



Estratégia de Marca

Para organizar nossa proposta de valor de modo coerente.

Como entender o mercado, deixar clara a visão do nosso negócio e fortalecer nossa proposta?



Identidade de Marca

Para projetar e diferenciar as nossas marcas e iniciativas.

Como traduzir nossa estratégia em um universo proprietário, gerenciável e único?



Ativações e Site Institucional

Para criar uma experiência de marca coerente e gerar resultado.

Quais artefatos e soluções entregam nossa estratégia na relação com nosso público?

Neste documento você vai encontrar:

Arquétipos >

Plataforma de Marca >

Manifesto >

Essência de marca >

Atributos de marca >

Posicionamento de Marca >

Nossas personas >

Nossos concorrentes >

Mapa de posicionamento
(7 recortes de posicionamento)

Cenário de posicionamento

Território de marca
(nosso posicionamento)



DAY 1

**Negócio
e Propósito**

O posicionamento é a forma como a nossa marca se comunica e oferta valor para se diferenciar dos demais no mercado.



**É como queremos
ser percebidos por
nosso público.**

**É o que nos
diferencia dos
nossos concorrentes.**

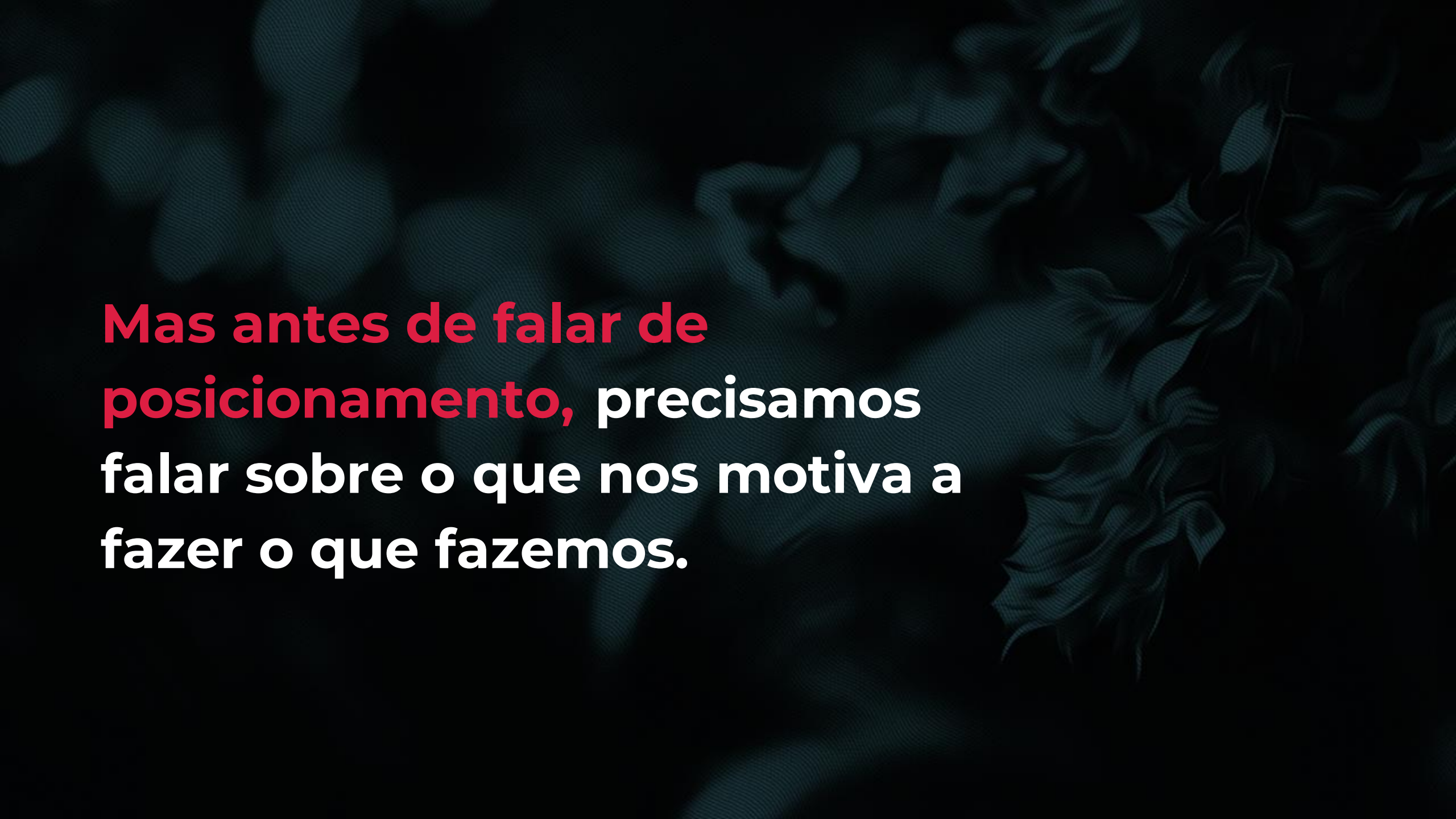


Posicionamento é percepção.

**Por isso, ele necessariamente
precisa de foco e renúncia.**

Quanto mais clareza tivermos de como
queremos ser percebidos, mais alinhada
será nossa marca.





**Mas antes de falar de
posicionamento, precisamos
falar sobre o que nos motiva a
fazer o que fazemos.**

Nossos



arquétipos

Nossa personalidade de marca ancorada em **características humanas** para que possamos desdobrar em pontos de contato e ativação de marca e potencializar a nossa percepção interna e externa de marca.



Nossos Arquétipos K21 B2B

voltar ←



Como
estruturamos
o mundo

**Adaptar é inovar
de maneira
aplicável.**

Nosso olhar traz um frescor e leveza na forma de encarar gestão, sempre pensando no negócio e nos resultados esperados pela organização. Respiramos novidades para encaixar novas pontos de vista nas estruturas das empresas.

#criadores #governantes

Nosso drive é
Adaptar



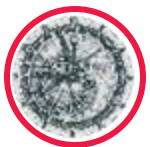
Como
fazemos
buscamos
nossos ideais

**Nós fazemos
juntos transformando
prática em
conhecimento.**

Nosso conhecimento é construído a partir de realidades transformadas. Isso significa que temos orgulho da nossa extensa caixa de ferramentas e metodologias mas nosso repertório brilha quando está acontecendo na prática.

#sábios #exploradores

Nosso drive é
Repertório



Nossos Arquétipos K21 B2B

voltar ←



Como
deixamos nossa
marca no mundo

**Desenvolvemos as
pessoas que
constroem o futuro
nas organizações.**

O futuro das empresas precisa cada vez mais trazer propósito e poder de questionamento para melhorar dinâmicas de colaboração e desenvolver melhores formas de navegar dentro do seu trabalho, junto com o trabalho dos outros.

#heróis #treinadores

Nosso drive é
Empoderar



Como
buscamos
pertencimento

**Somos aquela
presença que
todos querem
por perto.**

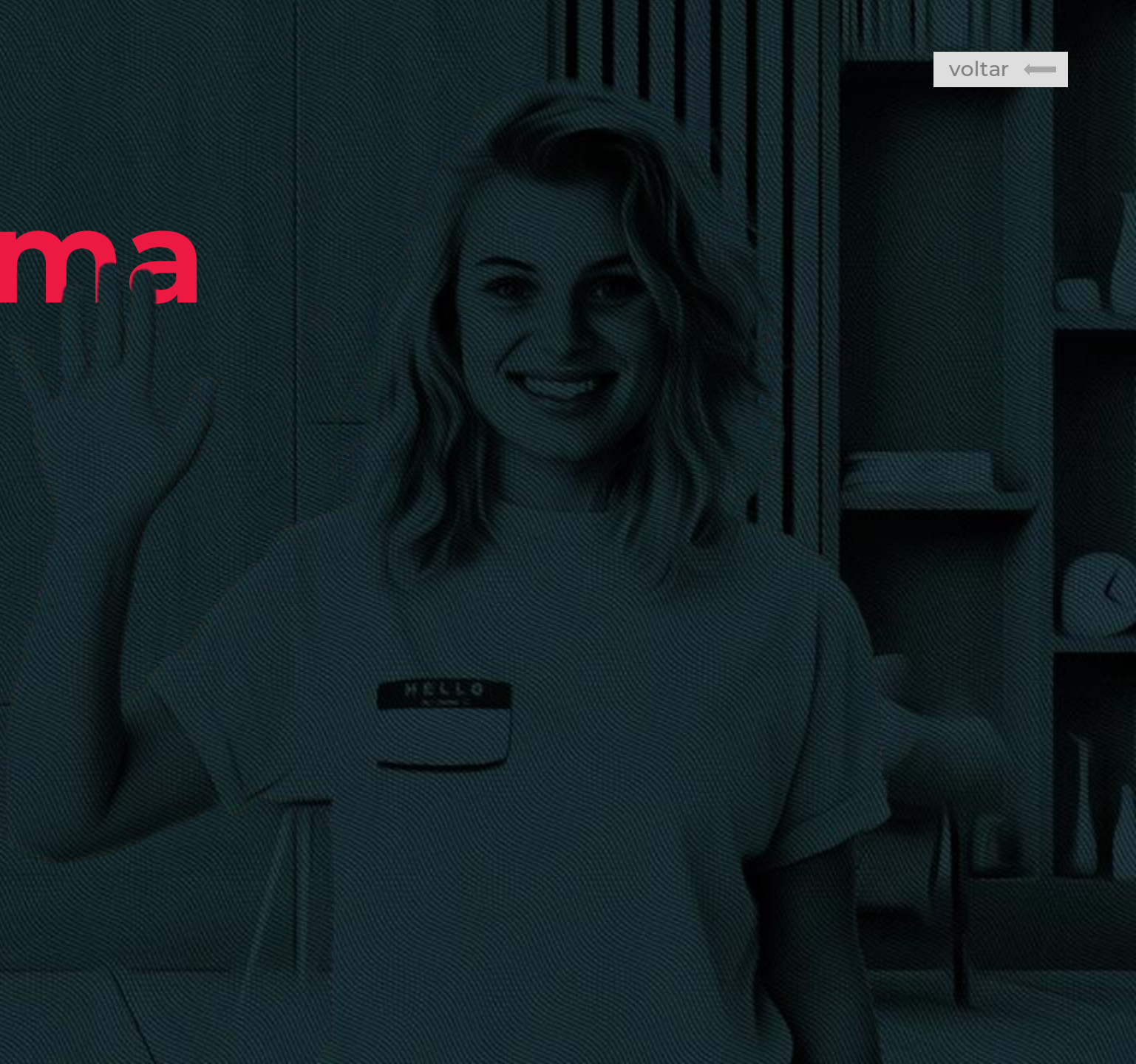
Somos leves e fáceis de se relacionar. Mas, acima de tudo, somos referência no que fazemos. Isso nos torna o ímã por onde passamos. Nós chamamos atenção, criamos admiradores e nos tornamos influenciadores; aqueles que as pessoas querem estar perto.

#amantes

Nosso drive é
Atrair

Plataforma de Marca

Nosso propósito, pilares e benefícios

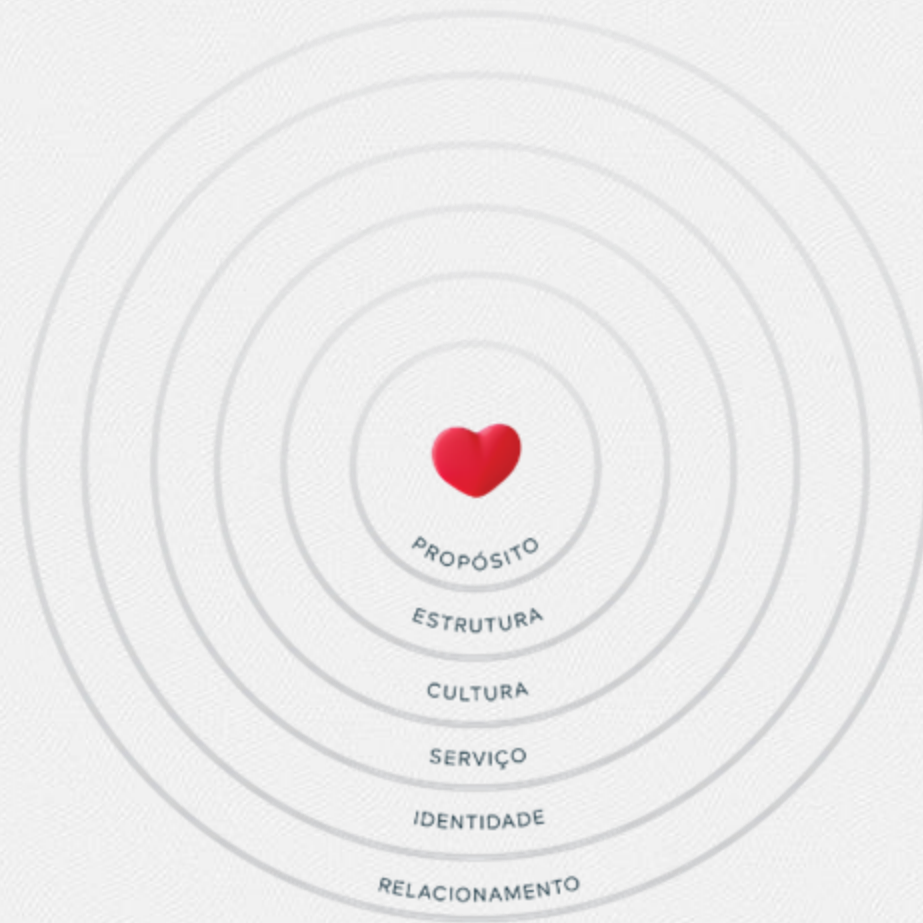




Marca é percepção.

Para controlarmos mais como somos percebidos, precisamos fazer isso de forma clara e estratégica.

**Brand
Onion**



**Negócio
de dentro
para fora**

A Plataforma de Marca é uma representação da espinha dorsal que extrapola o produto ou serviço vendido.



**Ela ajuda a guiar as nossas
decisões de marca de
maneira estruturada.**



**Gerando a primeira percepção
da nossa empresa para
colaboradores e stakeholders
da nossa organização.**



O que contém em uma

Plataforma de Marca

**Nossa
crença**

**Nossa
essência**

**Nossos
atributos**

**Nossa
personalidade**

**Nossos
ícones**

**Nossos
rituais**

O modo que enxergamos o mundo é o que nos motiva. Por isso, a nossa tese de marca é a parte fundamental da nossa discussão.

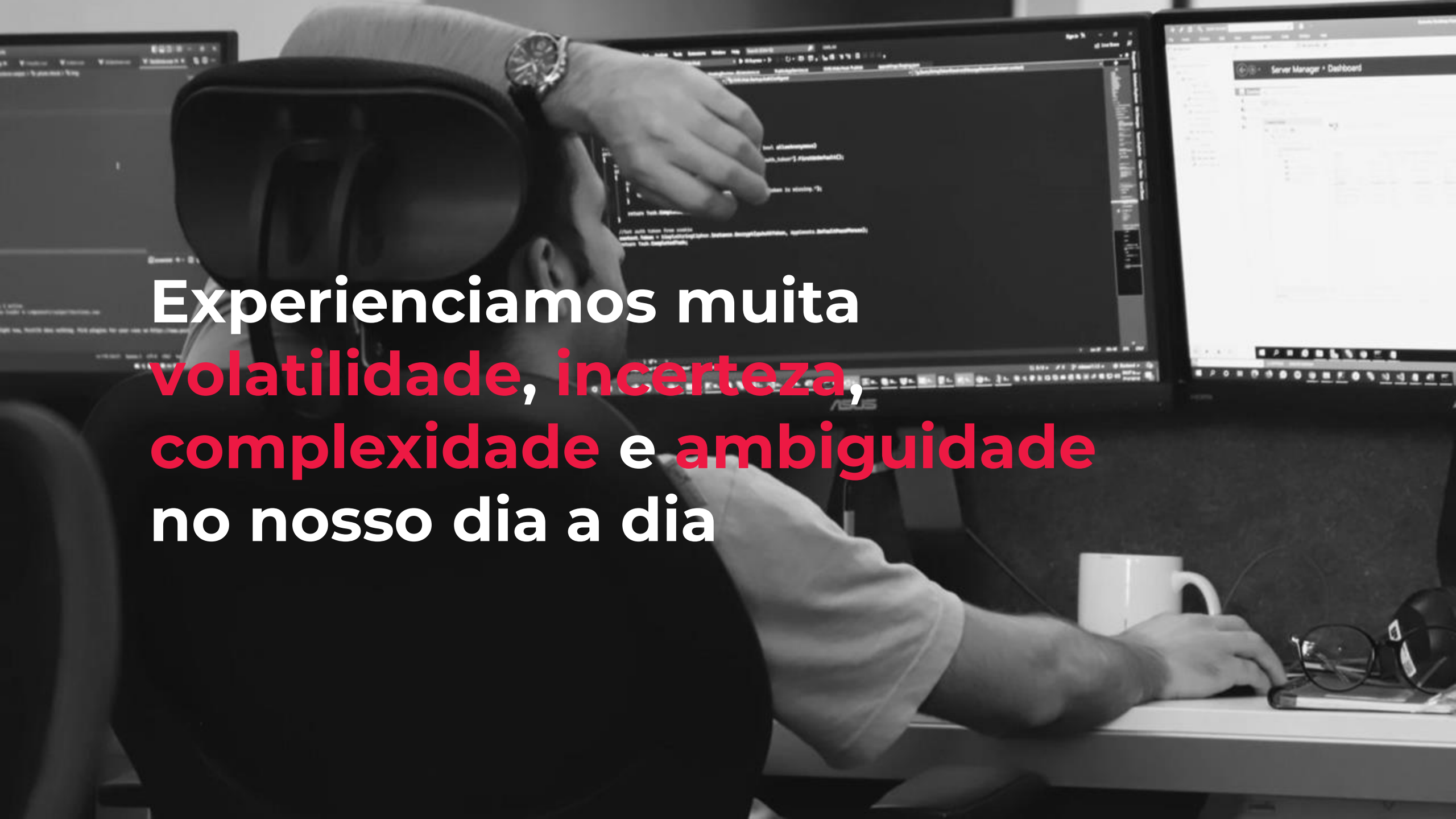


Nosso Manifesto



O que nos motiva a fazer o
que fazemos todos os dias.

**Nas últimas décadas
vivenciamos uma Era
de Mudanças**

A black and white photograph of a person wearing a VR headset, sitting at a desk with multiple computer monitors. The person's right hand is resting on their forehead, and their left hand is on a mouse. The monitors display various software interfaces, including a code editor and a server management dashboard. The text is overlaid on the left side of the image.

**Experienciamos muita
volatilidade, incerteza,
complexidade e ambiguidade
no nosso dia a dia**

A uma velocidade
acelerada



**As mudanças estão ficando
tão rápidas que já podemos
dizer, na verdade, que não
estamos mais em uma
Era de Mudanças**

Estamos em uma
**Mudança
de Era.**



**As coisas mudam
tanto em um curto
espaço de tempo**

Que logo será
inconcebível viver
como vivemos até aqui

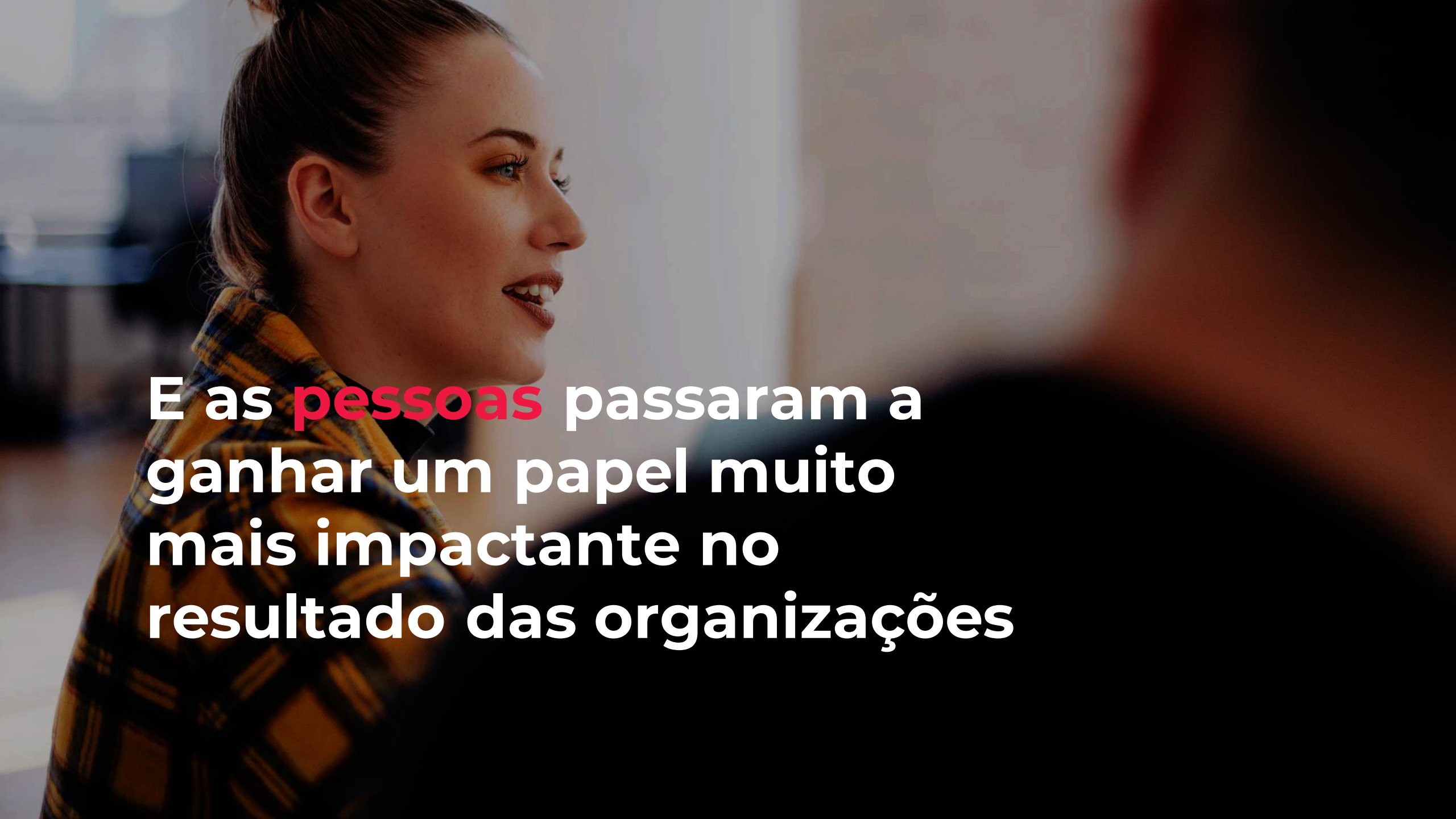
Commercial break in progress.

CARFON
2017-2018

Essa é a realidade
do nosso trabalho

A woman with dark hair in a ponytail is sitting at a wooden desk, reading a magazine. In front of her is a silver laptop. To her left is a pen holder with several pens and a white mug. The background is a blurred office environment with other people and large windows. The text "As habilidades técnicas estão cada vez mais automatizadas e disponíveis" is overlaid on the image in white and red font.

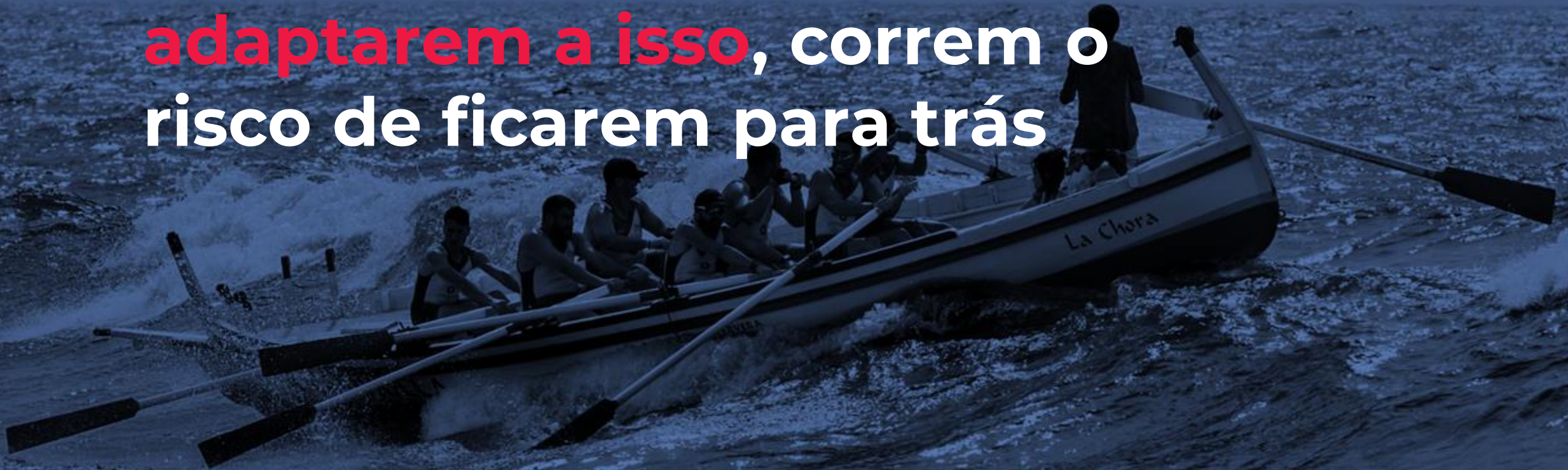
As habilidades técnicas
estão cada vez mais
automatizadas e disponíveis

A woman with blonde hair tied back, wearing a yellow and black plaid shirt, is shown in profile, smiling and looking towards the right. The background is blurred, showing an indoor setting with warm lighting.

E as **peessoas passaram a
ganhar um papel muito
mais impactante no
resultado das organizações**

**Precisando de
novos conhecimentos e um
ambiente cada vez mais
humano, adaptável e dinâmico.**

As organizações já
sentem que, **se não se
adaptarem a isso**, correm o
risco de ficarem para trás



**E, nessa mudança de era,
ficar para trás significa não
conseguir alcançar mais.**



**Nós estamos aqui para
fazer**

**estratégias
acontecerem**

A glowing incandescent lightbulb hangs in the foreground, its filament illuminated with a warm yellow light. The background is a deep blue, filled with out-of-focus bokeh lights in shades of yellow and blue. The text "Destravando a burocracia." is overlaid on the left side of the image.

Destravando a
burocracia.

A top-down photograph of three hands holding coffee cups in a toast. The cups are arranged in a triangle, with the top cup being a white ceramic cup with latte art, the bottom-left cup being a dark-colored cup with ice, and the bottom-right cup being a white ceramic cup with latte art. The hands are of different skin tones. The background is a blurred wooden surface.

Conectando
mais as pessoas

A group of people are working together in a modern office setting. They are seated around a table, focused on their laptops. The office has large windows in the background, and a modern chandelier hangs from the ceiling. The text "Para que possamos fazer juntos" is overlaid on the image.

**Para que possamos
fazer juntos**

e aprender a
vencer
qualquer
desafio



e aprender a
gerar valor
juntos

**Nós estamos aqui para
tornar real um ambiente
que permita as pessoas
trabalharem melhor**

A photograph of two women sitting on a light-colored sofa in a warm, modern living room. The woman on the left, with dark curly hair and wearing a bright green sweater, is laughing heartily while holding a tablet. The woman on the right, with red curly hair and wearing a dark blue shirt, is also laughing and looking towards the first woman. The room features wooden cabinetry in the background, a patterned pillow on the sofa, and a small table in the foreground with a potted plant, a water bottle, and lit candles. The overall atmosphere is cozy and joyful.

E façam acontecer dentro das organizações todos os dias, de forma consistente.

por isso,
a nossa essência é:

K21 B2B



Empoderar organizações para identificar e vencer desafios continuamente.

Essa é a nossa essência

e fazemos isso
**de um jeito único por meio de
nossos atributos de marca.**



Atributos de Marca K21

[voltar](#) ←

Atributo

**Adaptável para
ser aplicável**

Atributo

**Influência
Magnética**

Atributo

**Protagonistas
da Era da
Mudança**

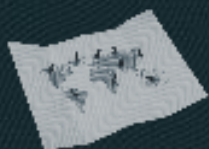


Nosso jeito é

Adaptável para ser aplicável

Arquétipos-chave

Sábio & Explorador



Antigo conceito ancorado

Melhoria contínua &
Empatia

Menos burocracia, mais soluções com um objetivo final claro.

Temos muito orgulho de todo repertório que construímos em ferramentas e metodologias ao longo de muitos projetos. Todo esse repertório é fruto de inúmeras vivências, contextos e desafios que nos moldaram a buscar sempre uma solução vencedora dentro do seu ecossistema natural de maneira sustentável.

Nós buscamos e testamos as mais novas práticas, processos, modelos e metodologias. Tudo isso para criar um ambiente que consegue vencer seus desafios com mais consistência e independência.

Nossa solução pode mudar, mas o nosso resultado precisa ser vencedor.

#**inovação** #**resultado**

Na prática é

- Criar resultados de forma mais dinâmica com feedbacks;
- Ter um olhar analítico e propositivo em cima de desafios para reenquadrar problemas e soluções;
- Ter olhares e processos sistêmicos para atuar nas alavancas de maior impacto dentro de projetos;
- Adequar sua presença, postura e até linguajar a cada cliente (*dentro de um limite que não descaracterize nossos outros atributos*);
- Propor novas soluções sem precisar reinventar a roda todas as vezes;
- Falar sobre vários setores e desafios diferentes em que já estivemos envolvidos.
- Documentarmos práticas e processos que deram certo para mantermos uma linha-base de qualidade para sempre evoluirmos;



Atributos de Marca K21

[voltar](#) ←

Nosso jeito é

Adaptável para ser aplicável

Arquétipos-chave

Sábio & Explorador



Ícone de marca



Book de Resultados

Rituais de marca



Atualizações do book de resultados



Nosso jeito é

Adaptável para ser aplicável

Arquétipos-chave

Sábio & Explorador



Ícone de marca

Book de Resultados

Alguns entregáveis e artefatos de projeto são a melhor forma de criar um ícone de marca. Nosso **Book de Resultados** tem um potencial incrível para materializar a forma como trabalhamos em ciclos mais curtos de forma adaptativa para gerar resultados mais rápidos e incrementais.

Rituais de marca

Atualização do Book

Algo que está no nosso DNA e precisa ser evidenciado em momentos-chave é a nossa forma de fatiar entregas e entender se estamos indo para um caminho de resultados. A forma como conduzimos esses momentos precisa de muita intenção para abrir espaço para novos rumos – se for preciso – ou para todos entenderem que resultados estamos conquistando.



Temos uma

Influência Magnética

Arquétipos-chave

Governante & Amante



Antigo conceito ancorado

Autênticos & Leves

**Uma bússola só aponta
corretamente o caminho com
influência do magnetismo.**

Nosso *magnetismo* é aquela força que faz o que está à nossa volta seguir o nosso fluxo. É ser interessante, fácil de se estar perto, original. Mas, acima de tudo, é ser a força que conecta, atrai e consegue apontar um caminho que traz mais tranquilidade e confiança.

E o melhor de tudo: nosso *magnetismo* vai atrair quem é compatível com a gente.

**Para ser K21, é preciso ser
magnético.**

#influenciadores #referência

Na prática é

- Ocupar espaços de referência no meio corporativo com pessoas endossadas pela nossa marca: criar ícones protagonistas;
- Forma leve e adaptada de conduzir os processo de transformação de acordo com a cultura das empresas clientes;
- Conduzir experiências de forma intencional e diferenciada;
- Ter especialistas falando e opinando sobre as novidades e assuntos em alta do mercado de consultorias e assessorias;
- Treinar e desenvolver pessoas para serem nossas referências de marca onde passam.



Temos uma

Influência Magnética

Arquétipos-chave

Governante & Amante



Ícone de marca



Influencers

Rituais de marca



Opinião do Influencer



Atributos de Marca K21

[voltar](#) ←

Temos uma

Influência Magnética

Arquétipos-chave

Governante & Amante



Ícone de marca

Influencers

Nossos **Influencers** são mais que pessoas que trabalham na K21. São a representação viva do nosso jeito de influenciar o ecossistema corporativo. Cada pessoa de referência na K21 cria um pilar que dá sustentação ao nosso maior ícone de referência de marca. A soma de todos os nossos **Kondutores** tem o poder de materializar nossa influência *magnética*.

Rituais de marca

Opinião do **Influencer**

Se vamos influenciar e termos um papel protagonista como marca, precisamos estar dentro das rodas de assuntos do momento e das novidades mais relevantes. Nossa marca precisa de rituais que tangibilizem nossos ícones e o nosso jeito de ver o mundo.



Nós somos

Protagonistas da Era da Mudança

Arquétipos-chave

Criador & Explorador



Ícone de marca



Cases

Rituais de marca



Divulgação
de Cases

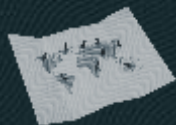


Nós somos

Protagonistas da Era da Mudança

Arquétipos-chave

Criador & Explorador



Antigo conceito ancorado

Melhoria contínua

**Viver plenamente o agora significa
ter papel ativo na construção do amanhã.**

Como entusiastas do futuro, temos orgulho de fazer parte de um movimento de empresa mais empática, diversa e respeitadora da individualidade das pessoas. Não enxergamos isso nem como um diferencial. Para nós é um requisito básico para qualquer empresa que pretende ter sucesso em um contexto VUCA.

É com esse espírito aberto a novos status quo que fazemos a nossa parte questionando, observando e sendo ativos na construção do futuro do trabalho para as novas organizações: seja com novas metodologias, novas abordagens ou até mesmo uma nova forma de enxergar o mundo.

#vanguarda #pioneirismo

Na prática é

- Termos áreas de P&D metodológico;
- Temos cultura de experimentação;
- Repertório de tendência e inovação na visão de novos processos, modelos de gestão e até mesmo produtos;
- Sermos early adopters em práticas conectadas com o futuro sustentável (Ex: ODS);
- Trazermos termos e mensagens de marca com alguma disrupção e protagonismo;
- Adequar novas formas de entregarmos nossas soluções (*tecnologias, formatos*);
- Trabalharmos com modelo mental estratégico para aplicar soluções táticas e operacionais.



Nós somos

Protagonistas da Era da Mudança

Arquétipos-chave

Criador & Explorador



Ícone de marca

Cases

Para mostrar nosso impacto, precisamos deixar isso visível para o mundo. A melhor forma de mostrar que nosso jeito de fazer gera resultados incríveis é contando casos que já deram certo.

Para mostrarmos que somos uma nova geração de consultoria que impacta diretamente no negócio, precisamos contar como já fizemos acontecer.

Rituais de marca

Divulgação de Cases

Queremos nos destacar e mostrar que há um jeito de fazer consultoria que possibilita uma transformação real nas organizações; melhorando a vida das pessoas e o ambiente em que elas trabalham para gerar mais resultados. Precisamos sempre mostrar esse jeito para que nossa marca tenha cada vez mais belas histórias de sucesso para impactar o mundo.

K21 B2B



Empoderar organizações para identificar e vencer desafios continuamente.

Essa é a nossa essência

**Adaptável para
ser aplicável**

**Influência
Magnética**

**Protagonistas
da Era da
Mudança**

**Nossa Plataforma é a
consolidação da nossa
visão de mundo.
É o nosso combinado de
marca entre todos os
colaboradores.**

sempre olhando para
nossa visão:

K21 B2B



**Ser a consultoria mais desejada
para potencializar resultados por meio
das pessoas, gerando impacto de
negócio.**

Esse é o legado que queremos deixar

**Contudo, ainda
precisamos olhar para
outros aspectos que
influenciam o nosso
contexto.**



DAY 2

**Visão de mercado
e futuro**

Nossos Públicos



Principais perfis de usuário a partir de um adjetivo que sumarize cada segmento de público do nosso negócio.



Nossos Públicos K21 B2B

[voltar](#) ←

Atendemos

Empresas de médio a grande porte

Não Atendemos

Empresas pequenas

Startups

Nossas personas:

Executor Diretor

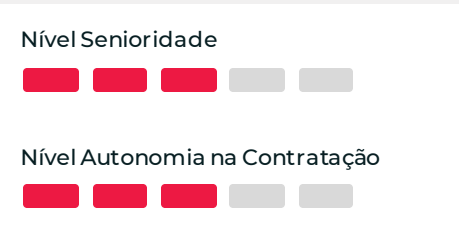
CEO Jurássico

Presidente CEO

Head de RH

Líder da Transformação

Executor
Diretor



- Dores**
- É diretor de uma área que está com times performando abaixo do esperado;
 - Times não estão conectados à estratégia do negócio;
 - Não sabe como mudar;

- Desejos**
- Acredita que uma mudança cultural pode ajudar;
 - Priorização e orientação a dados e resultados;
 - Mudanças serem percebidas em outras verticais do negócio;

Valor que Entregamos

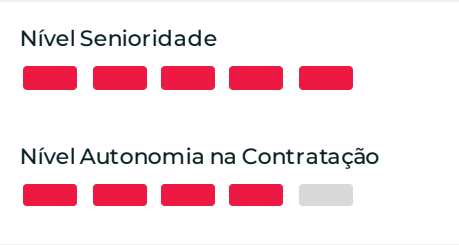
Aceleração de resultados de negócio alinhados à estratégia;

Pensamento holístico em sistemas complexos;

Formação de pessoas em todos os níveis da organização que performam e entregam com mais qualidade e recorrência;

Evolução de modelos de gestão por meio de desenvolvimento com objetivo trazer mais maturidade à equipes e pessoas;

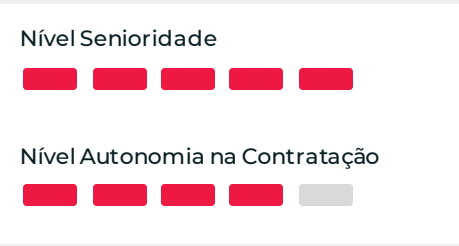
CEO Jurássico



- Dores**
- Empresa está ficando para trás, não acompanhando o mercado;
 - Não sabe por onde começar;
 - Encontra resistência na empresa para inovar;

- Desejos**
- Quer inovar por inovar;
 - Simplificar processos e definir estratégia definitiva;
 - Quer resultado, não apenas teoria ou frameworks.

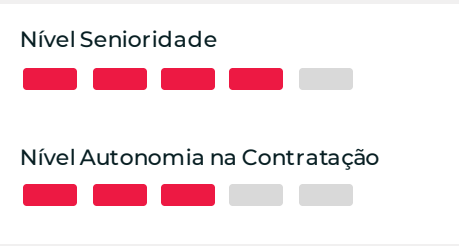
Presidente CEO



- Dores**
- Está perdendo agilidade;
 - Não tem proximidade com seu cliente;
 - Empresa não está olhando para a entrega de ponta a ponta;

- Desejos**
- Olhar voltado para valor entregue;
 - Redução de tempo, fazendo menos com mais impacto;
 - Agilidade do time;

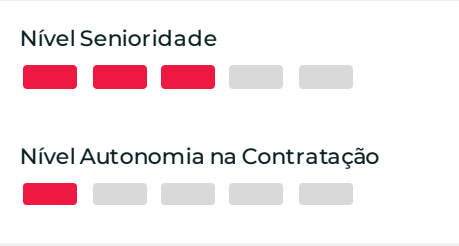
Head de RH



- Dores**
- Problemas de governança e gestão;
 - Insatisfação de colaboradores com processos internos;
 - Colaboradores veem a empresa como uma empresa lenta;
 - Treinamentos pouco eficientes;

- Desejos**
- Times com mentalidade ágil;
 - Trazer o olhar de negócio e estratégia para colaboradores;
 - Escalar aprendizados;
 - Consultoria contextualizada ao desafio;

Líder da
Transformação



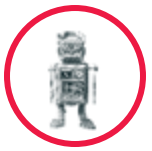
- Dores**
- Necessidade de inovar para transformar a empresa;
 - Estratégia da empresa sem movimento;
 - Cultura travada;
 - Precisa entregar;

- Desejos**
- Times com mentalidade ágil;
 - Trazer o olhar de negócio e estratégia para colaboradores;
 - Escalar aprendizados;
 - Consultoria contextualizada ao desafio;

Nossos Concorrentes



O que valorizamos ou não em quem já está no mercado para que possamos nos aproximar ou afastar deles ao nos posicionar.



Nossos Concorrentes K21 B2B

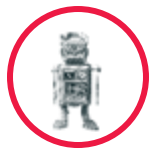
voltar ←



Percepções de Mercado

O quadrante mais **acionável** para a marca K21 BSB é o do de discurso alinhado a resultado com expressão moderna;

Porém, o quadrante **desejável** é o mais próximo de players como Accenture, com discurso inspiracional e expressão moderna.

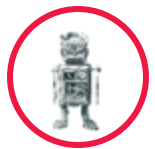


Nossos Concorrentes K21 B2B



Queremos nos aproximar de expressões de marca mais ousadas e modernas.

Elementos visuais que interagem com imagens, contraste de cores vibrantes e discurso inspiracional com foco em resultado e impacto são guias no nosso direcionamento de expressão.



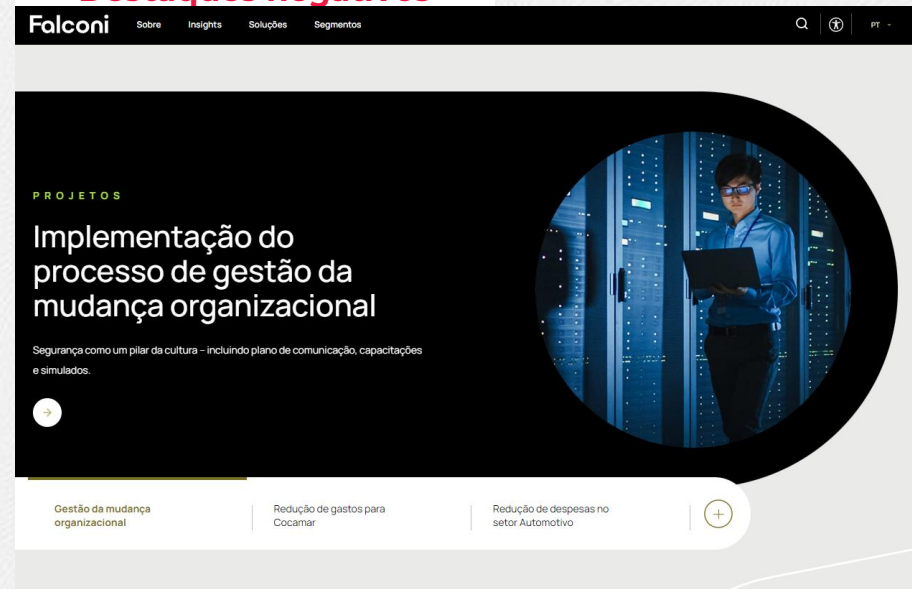
Nossos Concorrentes K21 B2B

Destaques negativos



Queremos nos afastar de expressões de marca muito inspiracionais com pouco foco em resultado.

Destaques negativos



Também não queremos nos aproximar de expressões muito formais e sérias que trazem aspectos de rigidez em seu discurso.

**Entender os nossos diferenciais
e razões para acreditar será
determinante na decisão do
nosso posicionamento.**



DAY 3

Posicionamiento

Entender como seremos comparados nos ajuda a nos diferenciar no mercado.

Nosso mapa de posicionamento traz diferentes perspectivas de como podemos trazer um **foco de diferenciação** na nossa percepção de marca.



Posicionamento é percepção.

Existem 7 aspectos de percepção
que o nosso público analisa ao nos
comparar com a concorrência.





Aspectos de posicionamento

voltar ←



Concorrentes

Quais são nossos argumentos para nos comparar diretamente com concorrentes e alternativas?



Atributos

Quais são as características que praticamente só nós temos e não são simples de copiar.



Categoria de produto

Quais são as categorias de mercado que estamos inseridos e concorrendo?



Qualidade e preço

Qual é o nosso custo x benefício quando relacionamos investimento financeiro com resultado recebido?



Uso e aplicação

Quais são as situações, contextos e problemas que a nossa empresa se aplica enquanto solução?



Usuário

Quem são os segmentos de usuário que mais se beneficiam dos nossos serviços?



Benefícios

O que nós geramos de resultado positivo para os nossos públicos?



Aspectos de posicionamento



Concorrentes

Quais são nossos argumentos para nos comparar diretamente com concorrentes e alternativas?



Atributos

Quais são as características que praticamente só nós temos e não são simples de copiar.



Categoria de produto

Quais são as categorias de mercado que estamos inseridos e concorrendo?



Uso e aplicação

Quais são as situações, contextos e problemas que a nossa empresa se aplica enquanto solução?



Benefícios

O que nós geramos de resultado positivo para os nossos públicos?



Insight

Nossos aspectos fortes em posicionamento estão principalmente concentrados na nossa categoria de produto e aplicação. *(Isso em um ponto de vista mais focado em percepção inicial de posicionamento)*



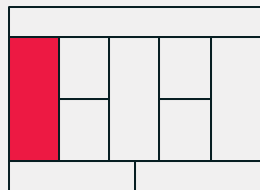
Aspectos de posicionamento K21 B2B

voltar ←



Concorrentes

Quais são nossos argumentos para nos comparar diretamente com concorrentes e alternativas?



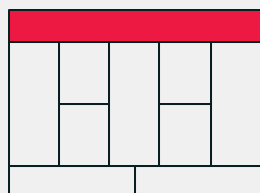
Trazemos soluções personalizadas de acordo com o contexto, desafio e estrutura da empresa focados em um resultado tangível de negócio.

Risco: Temos uma baixa presença executiva em comparação com concorrentes, o que pode diminuir a percepção de valor quando somos comparados.



Categoria de produto

Quais são as categorias de mercado que estamos inseridos e concorrendo?



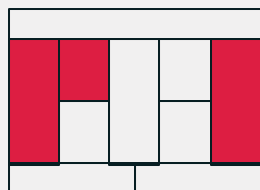
Somos uma nova geração de consultoria em aceleração de resultados. Trabalhamos em conjunto com lideranças inovadoras.

Risco: O termo "nova geração de consultoria" pode não conectar com clientes ou gerar alguma insegurança.



Uso e aplicação

Quais são as situações, contextos e problemas que a nossa empresa se aplica enquanto solução?



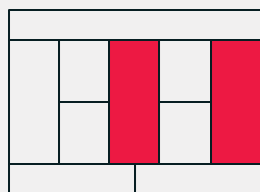
Fazemos sua estratégia ser executada do nível estratégico à operação, trazendo novas formas de trabalhar em colaboração que alavanquem os resultados de negócio continuamente.

Risco: Seremos vistos como quem operacionaliza a estratégia toda, apesar das pessoas dos times.



Benefícios

O que nós geramos de resultado positivo para os nossos públicos?



Entendimento dos desafios mais relevantes com visão especialista, resultados visíveis em ciclos mais curtos (desburocratização) e potencialização de times que consigam gerar valor consistente a longo prazo dentro da organização.

Risco: Nossos resultados curtos serem vistos como entregas pequenas demais para gerar valor para a organização.



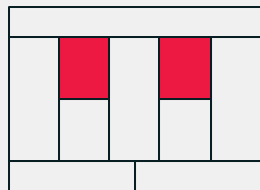
Aspectos de posicionamento K21 B2B

voltar ←



Atributos

Quais são as características que praticamente só nós temos e não são simples de copiar.



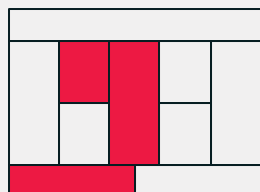
Nossos consultores de referência são especialistas capacitados desde o olhar estratégico até o acompanhamento operacional. Tudo isso em uma abordagem integrativa entre várias áreas em entregas mais curtas que geram valor de forma mais rápida e mais consistente ao longo dos projetos.

Risco: O discurso de entrega de valor consistente é perigoso para a percepção de valor final dos clientes (expectativa x realidade).



Qualidade e preço

Qual é o nosso custo x benefício quando relacionamos investimento financeiro com resultado recebido?



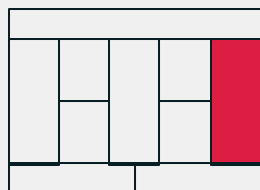
Nossa solução não é cara para nosso grau de personalização, especialização e impacto. (melhor ser visto como caro e efetivo)

Risco: Estamos no limbo da precificação entre consultorias muito caras de renome e consultorias muito baratas vistas como alternativas acessíveis.



Usuário

Quem são os segmentos de usuário que mais se beneficiam dos nossos serviços?



Empresas com líderes conectados à proposta de valor de formar pessoas com capacidade de transformação e um olhar para o futuro.

Risco: Temos que ter um discurso de referência para não nos desconectarmos de figuras mais executivas como C-Level.

Cenários de posicionamento

Cenários de posicionamento são descrições de como queremos ser percebidos pelo nosso público e quais os impactos, riscos e oportunidades que este cenário pode trazer ao nosso negócio.

**No workshop criamos nosso
cenário de posicionamento B2B.**

K21

B2B

Somos uma consultoria empresarial focada na aceleração de resultados para que empresas alcancem sua estratégia. Desvendamos e priorizamos com você os desafios de maior impacto; preparamos as pessoas e times, em todos os níveis organizacionais, para identificar e vencer todos os novos desafios continuamente, com ciclos curtos e recorrência, para aumentar a sua capacidade de gerar resultados de negócio.



Posicionamento

K21 B2B

K21

B2B

Para
público-alvo

Empresas de médio a grande porte.

que precisam
necessidades ou
contextos que o
produto se encaixa

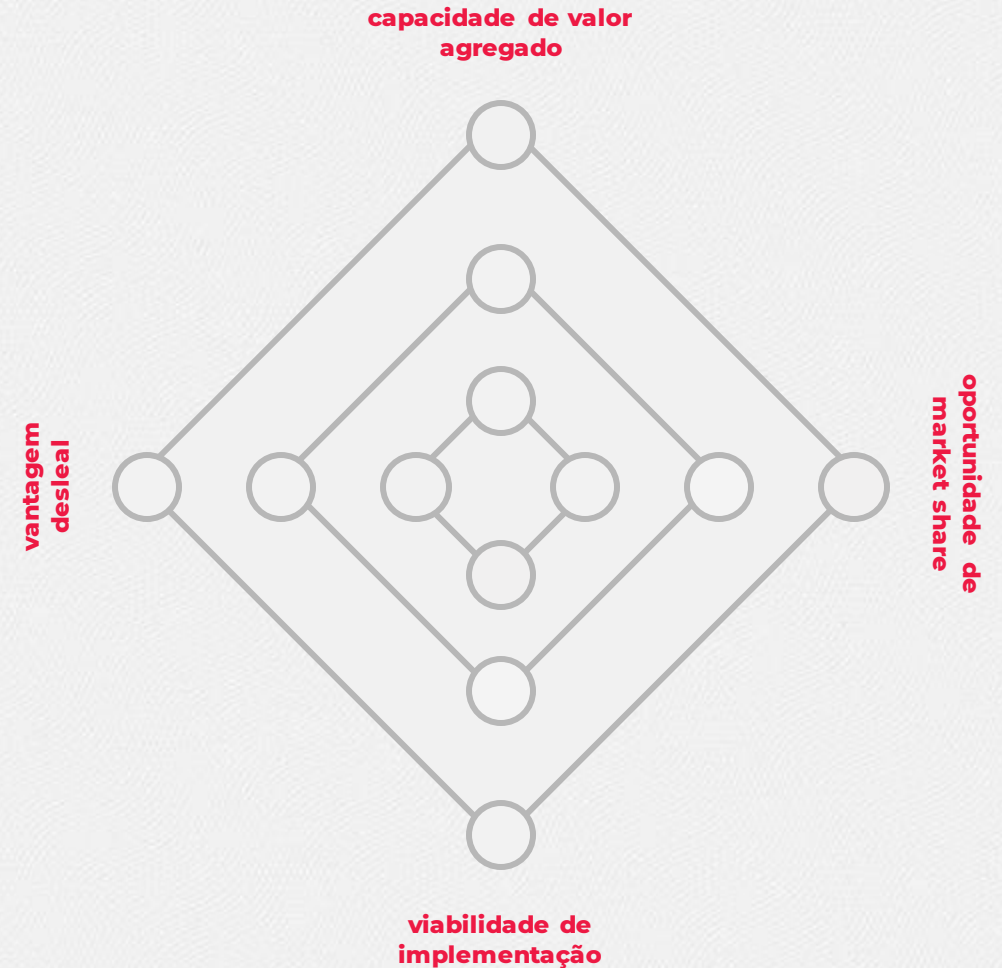
**Melhorar performance e resultado
empresarial / implementar uma
estratégia.**

que entrega
quais são os
benefícios que
entregamos

**Potencialização de pessoas e times, em
todos os níveis organizacionais, capazes de
implementar estratégias e gerar resultados
sustentáveis a longo prazo.**

diferente de
quem são nossos
concorrentes e
como eles fazem

**Consultorias com modelos e
diagnósticos de prateleira e
bodyshops**





Posicionamento

K21 B2B

K21

B2B

Alta
Capacidade de
Valor Agregado

Com cases, conteúdos próprios e consultores de referência, temos bastante capacidade de gerar valor além do próprio serviço. Quanto mais nos posicionarmos pela nossa forma diferente de gerar resultados, mais nosso serviço é visto como diferenciado.

Média para Alta
Oportunidade de
Market Share

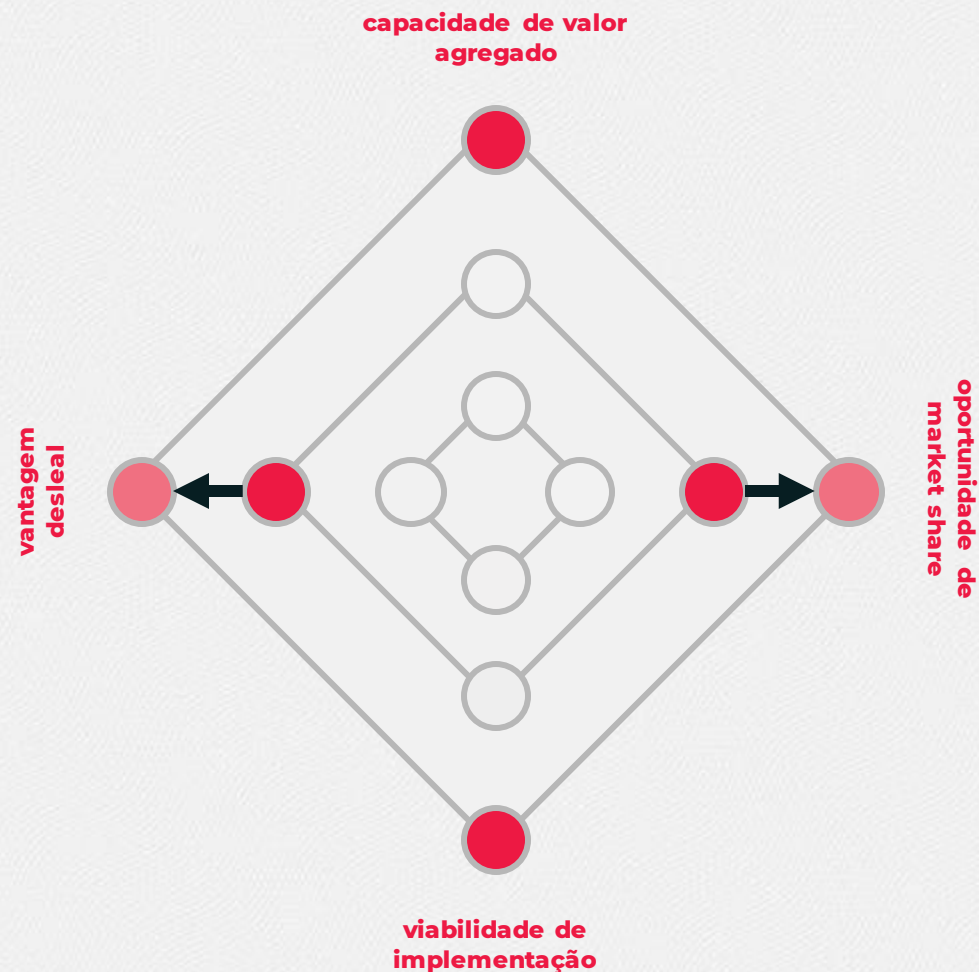
Ainda temos dificuldade de penetração em organizações maiores por terem muitos perfis conectados com um modelo mental mais tradicional executivo. Nossa barreira de entrada é a segurança no potencial do nosso método.

Alta
Viabilidade de
Implementação

Já temos uma metodologia e jeito de entregar muito conectados com a proposta de valor que queremos que seja percebida. Nosso desafio é materializar em discurso de marca.

Média para Alta
Vantagem Desleal

Nossa maior vantagem desleal é a nossa rede de influencers como referência de especialidade. Ainda precisamos trabalhar melhor a imagem e influência deles para que isso se torne um ativo de marca consolidado. Nosso portfólio de clientes também é uma vantagem desleal.



**Posicionamento necessariamente
é sobre renúncia e foco.**

**Nosso cenário mais adequado
é o cenário B2B como foco de posicionamento.**



nós somos

A nova geração de consultoria em aceleração de resultados de negócio - com mais de 10 anos de experiência.

por isso, conseguimos entregar

Um processo colaborativo que traz resultados em ciclos mais curto e impacto em várias áreas - do estratégico ao operacional.

garantindo

Resultados de negócio e aplicação da sua estratégia de forma contínua e perene pela sua equipe.

nos tornamos

Aceleradores de estratégias que habilitam resultados de negócio contínuos.

Como queremos ser percebidos

Posicionamento por categoria & aplicação

A consultoria que desenvolve modelos de gestão e pessoas capazes de fazer a estratégia acontecer para vencer desafios em ciclos curtos com recorrência.

Entendimento mais realista de problemas e uma capacidade de resolução mais rápida em múltiplas áreas para aplicação da estratégia, que gera resultados de negócio.

Nossos benefícios percebidos

Nossos atributos percebidos

#Desburocratizados

#Protagonistas

#Colaborativos

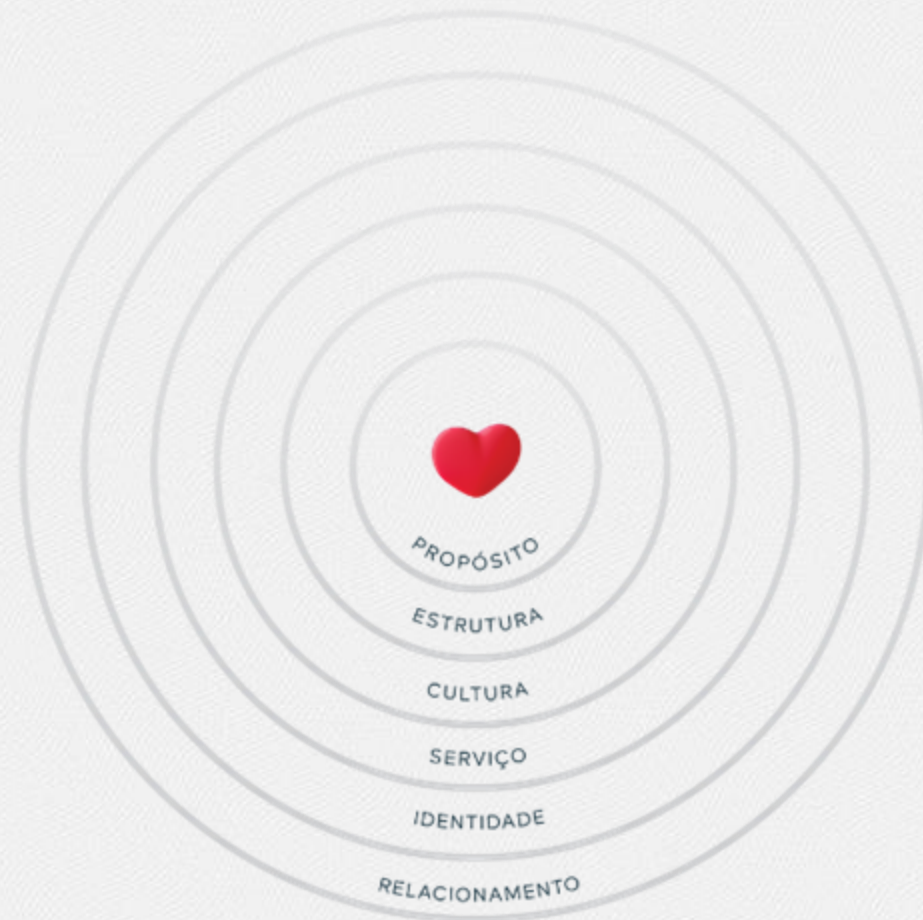
Empoderar organizações para identificar e vencer desafios continuamente.

nossa essência de marca

Inovação, velocidade e foco nas pessoas.

Nossa personalidade transmite

**Next
Day**



K21 B2B



O que implica na prática

K21 B2B

[voltar](#) ←

Impacto

Verbal

- Nosso discurso de marca equilibrará um lado inspiracional no desenvolvimento de pessoas e times, sem desviar do foco no resultado de negócio como proposta de valor prática final;
- Nosso tom de voz terá elementos ousados para conseguirmos passar uma percepção inovadora e vanguardista, sempre modulando e equilibrando quando estivermos em contato com empresas mais tradicionais.

Impacto

Visual

- Nossa expressão visual será mais moderna, mostrando nossa essência leve e vanguardista;
- Nossa identidade fotográfica tem foco em pessoas, times; trazendo nosso jeito de fazer na prática a 4 mãos;
- O uso de elementos modernos e as imagens mais humanizadas precisam ter um equilíbrio para não ter cara de startup. Queremos manter uma percepção de empresa que possa ser mais comparada com outras tradicionais que startups.

Impacto

Comunicação

- Precisaremos reforçar canais de influência para nos posicionarmos com conteúdos e construir nossos ícones de marca como pessoas e como grupo;
- Precisamos utilizar nossos cases como forma principal de materialização da nossa proposta de valor dentro do discurso de marca.

Etapas do Projeto



Estratégia de Marca

Para organizar nossa proposta de valor de modo coerente.

Como entender o mercado, deixar clara a visão do nosso negócio e fortalecer nossa proposta?



Identidade de Marca

Para projetar e diferenciar as nossas marcas e iniciativas.

Como traduzir nossa estratégia em um universo proprietário, gerenciável e único?

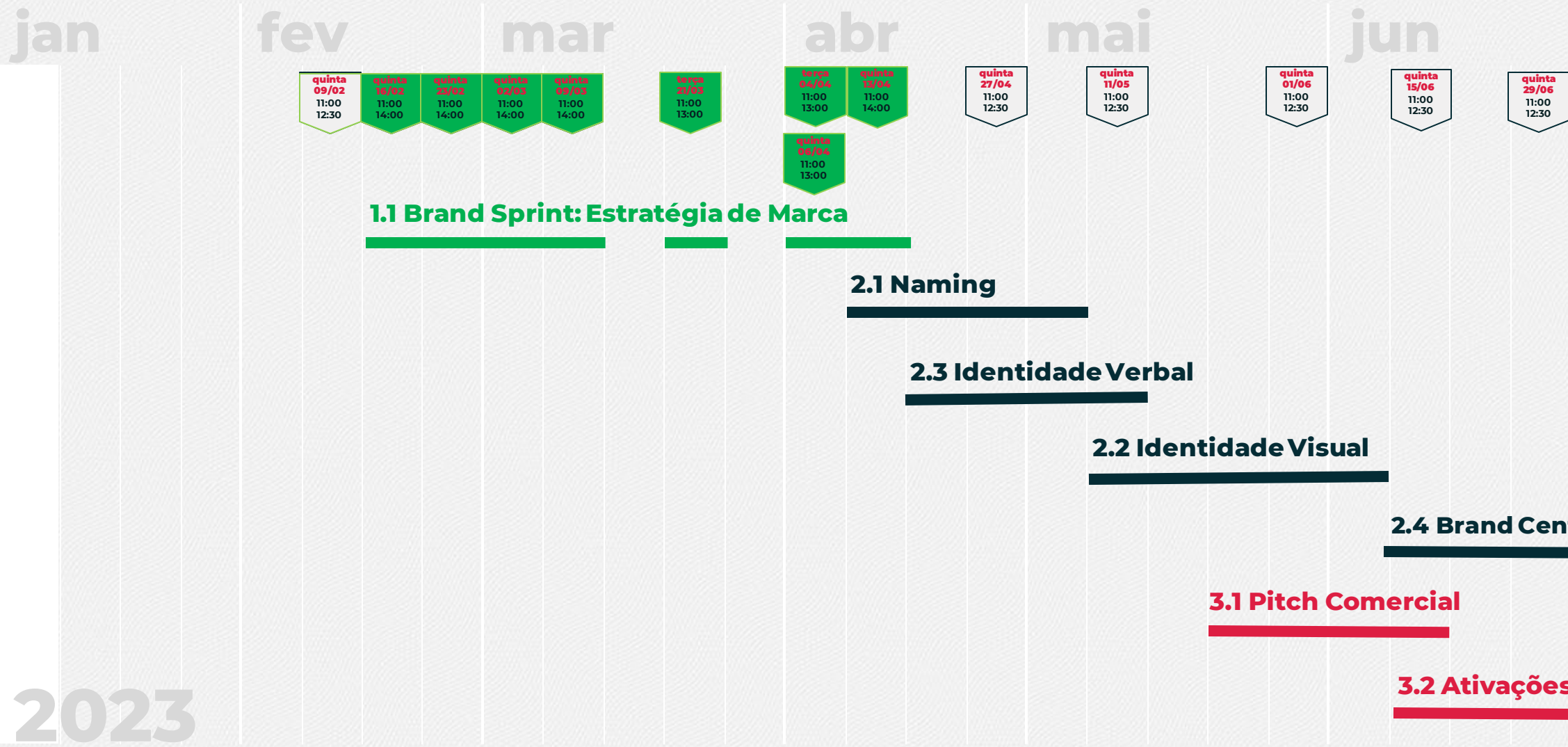


Ativações e Site Institucional

Para criar uma experiência de marca coerente e gerar resultado.

Quais artefatos e soluções entregam nossa estratégia na relação com nosso público?

Encontros Atualizados



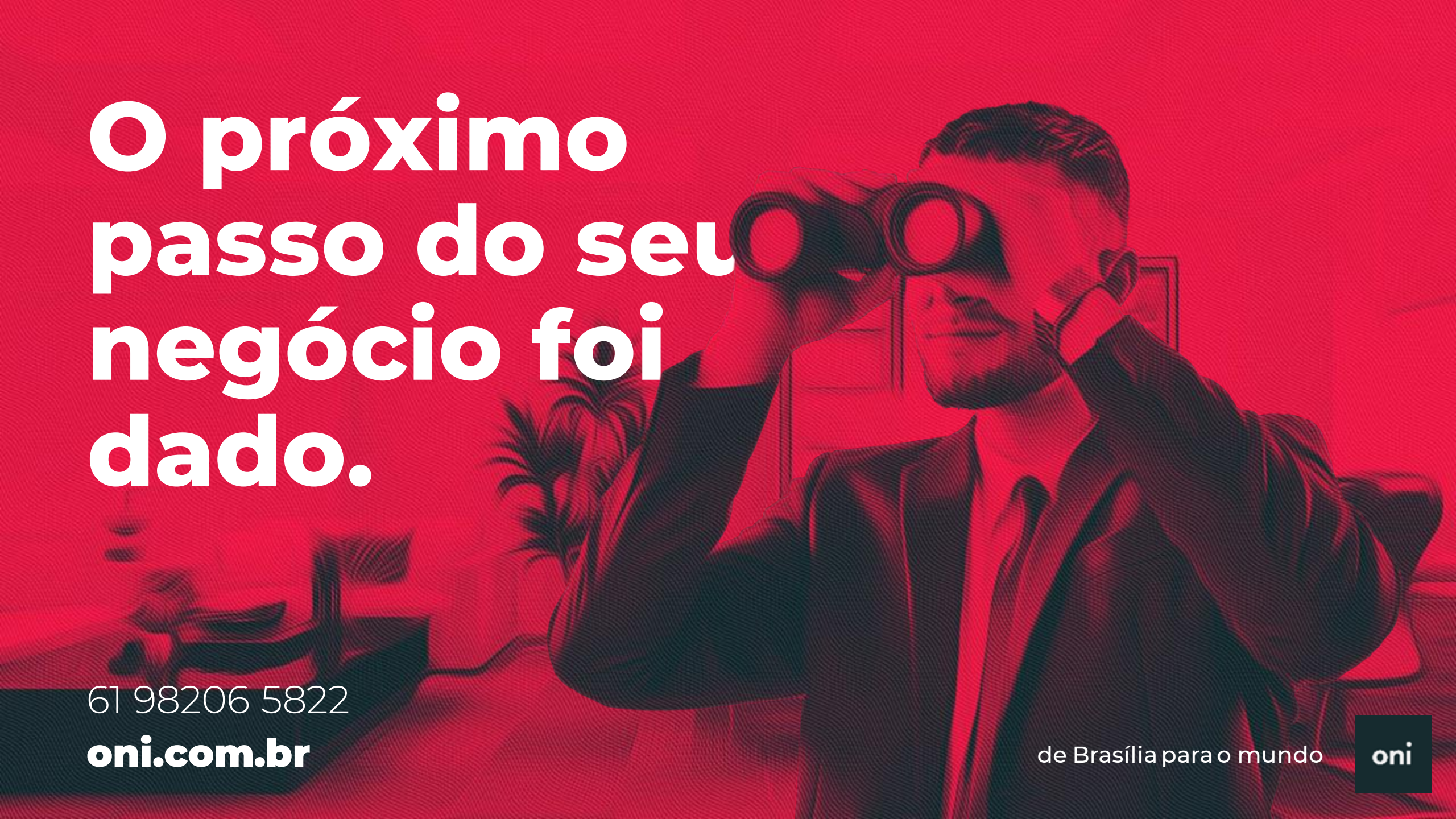
Encontros Atualizados

quinta
20/07
11:00
12:30

3.2 Ativações Institucionais

**Agradecemos pelo
tempo de hoje!**





O próximo
passo do seu
negócio foi
dado.

61 98206 5822

oni.com.br

de Brasília para o mundo

oni