



Análise do cliente e da marca

1. Análise de mercado

- 1.1. Buscar referências
- 1.2. Analisar pontos fortes e pontos fracos da estratégia digital
- 1.3. Analisar posicionamento
- 1.4. Observe as tendências atuais e futuras do mercado
- 1.5. Analise o comportamento do consumidor
 - 1.5.1. EX: o cliente sempre busca boas fotos quando o assunto é restaurante. Quando é manicure ou clínica de estética, gosta de ver o antes e depois
- 1.6. Identifique oportunidades e ameaças (análise SWOT)

2. Análise de marca

- 2.1. Posicionamento
- 2.2. Identificar público-alvo
- 2.3. Propósito de marca/valores/bandeiras/missão
- 2.4. Avalie a presença online
- 2.5. Diferenciais da marca
- 2.6. Avalie a mensagem da marca
- 2.7. Identifique pontos fortes e fracos
- 2.8. Tom de voz
- 2.9. Identidade visual (cores, tipografia, elementos, estilo visual, fotografia...)

