

BRANDING & IDENTIDADE VISUAL

METODOLOGIA



METODOLOGIA

Qual a melhor
forma de
aprender sobre
as pessoas?

FALANDO COM AS PESSOAS!

Metodologias de pesquisa

Desk research

qualitativo



Institutos de pesquisa

IBGE
Kantar IBOPE
Ipsos
Nielsen
Gfk
Mintel

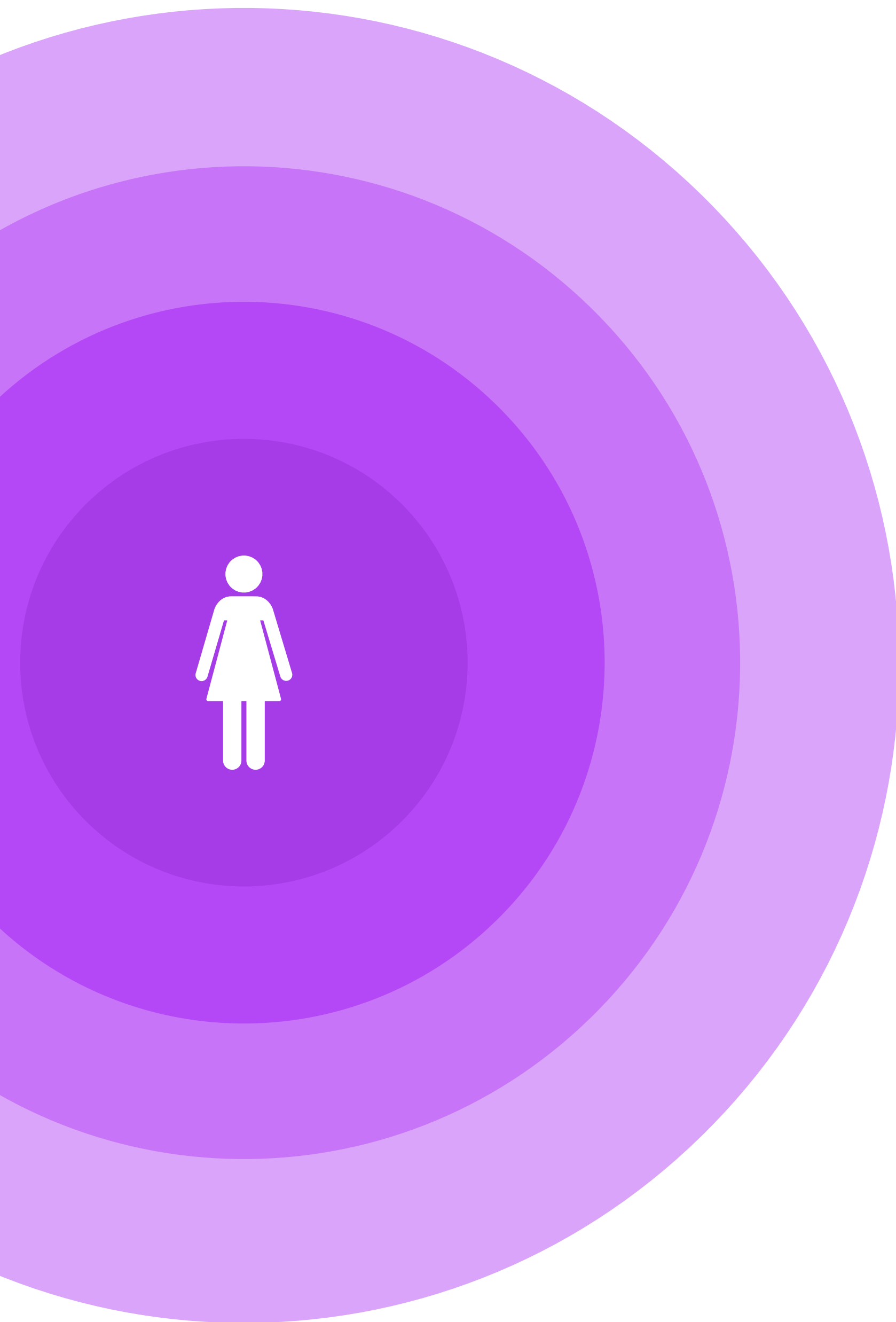
...

Reportes sazonais

Senso
We are Social

...

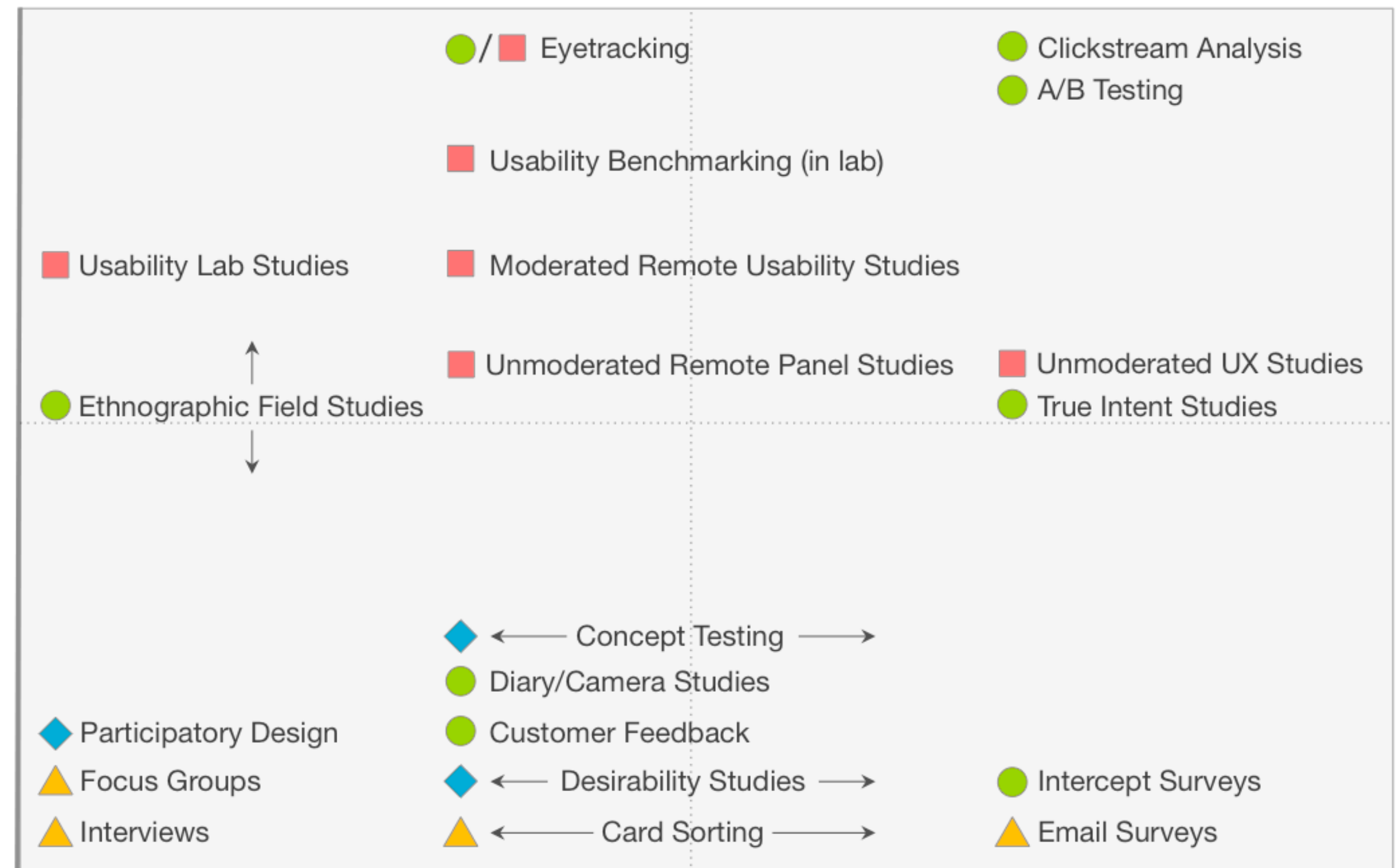




A LANDSCAPE OF USER RESEARCH METHODS

BEHAVIORAL

ATTITUDINAL



QUALITATIVE (DIRECT)

QUANTITATIVE (INDIRECT)

KEY FOR CONTEXT OF PRODUCT USE DURING DATA COLLECTION

Green circle: Natural use of product

Red square: Scripted (often lab-based) use of product

Yellow triangle: De-contextualized / not using product

Blue diamond: Combination / hybrid

METODOLOGIA

**Qual a melhor
forma de prever
o futuro?**



METODOLOGIA



METODOLOGIA

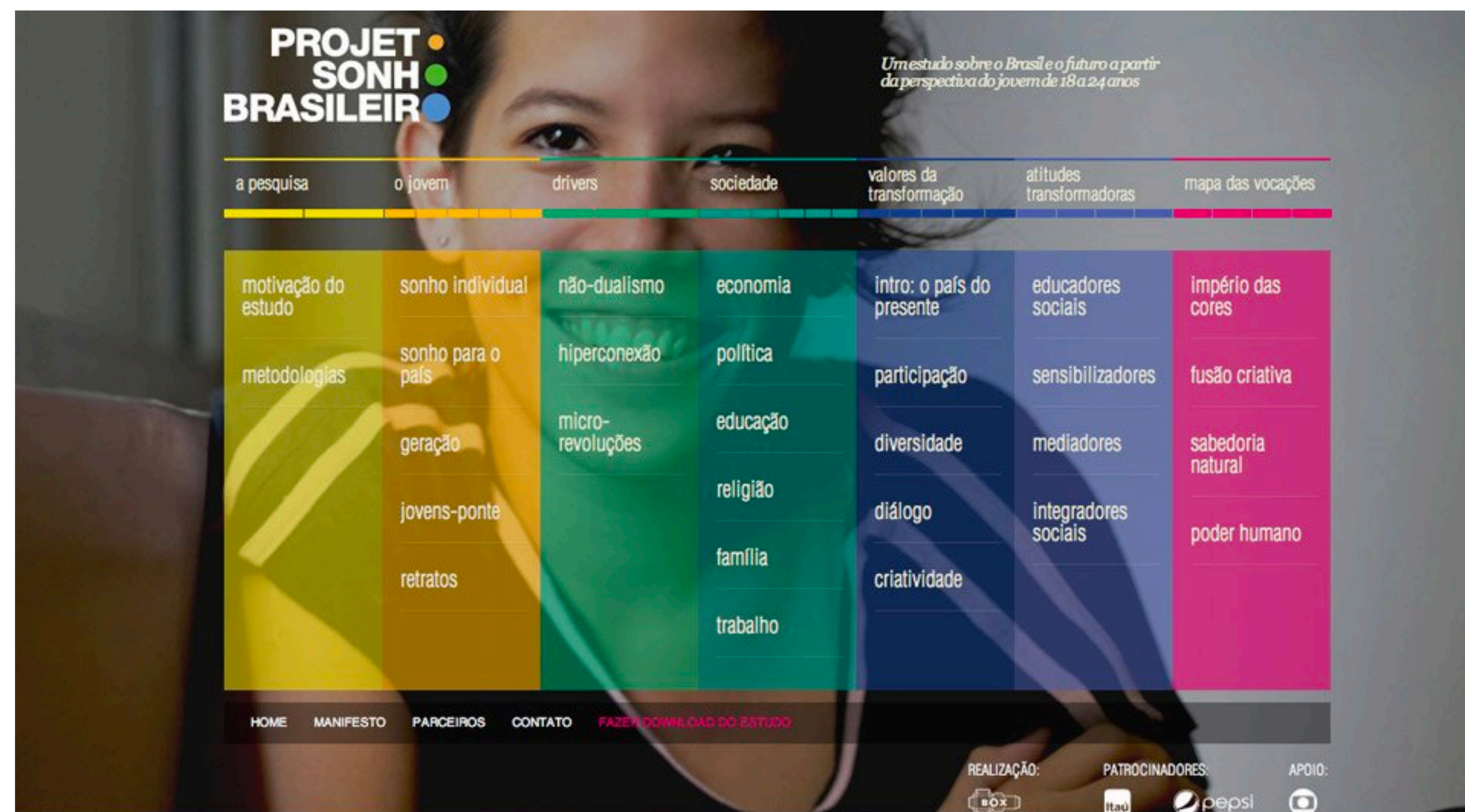
WGSN



METODOLOGIA



**PROJET
SONH
BRASILEIR**



tendências

segmento

1

HIGHTECH

Falam sobre o processo tecnológico investido na produção dos seus produtos



2

SPIRIT

Evocam uma relação além da física com o tratamento. Muitas vezes se conectam com fé e religiosidade



3

FUNCTION

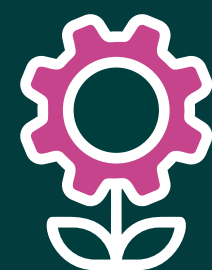
Comunicam com um foco em apenas uma função ativa de forma bem direcionada



4

INGREDIENT

Se apoiam em um princípio ativo e esperam que o consumidor compreenda sua função



5

CBD

Apesar de ser um princípio ativo, o canabidiol já compõe um universo tão vasto que merece um destaque



6

TARGET SPECIFIC

Marcas que focam um nicho ou comportamento específico e usam na comunicação



segmento

FREEZONE (FREE OF)
VEGAN

1

HIGHTECH

Falam sobre o processo
tecnológico investido na
produção dos seus produtos



2

SPIRIT

Evocam uma relação além da
física com o tratamento.
Muitas vezes se conectam
com fé e religiosidade



3

FUNCTION

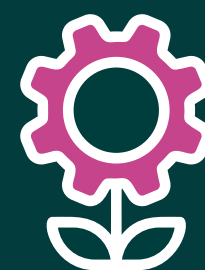
Comunicam com um foco em
apenas uma função ativa de
forma bem direcionada



4

INGREDIENT

Se apoiam em um princípio
ativo e esperam que o
consumidor compreenda sua
função



5

CBD

Apesar de ser um princípio
ativo, o canabidiol já compõe
um universo tão vasto que
merece um destaque



6

TARGET SPECIFIC

Marcas que focam um nicho
ou comportamento
específico e usam na
comunicação





Dispositivo mecanobiológico vestível de tratamento contínuo. Com as ondas ultrassônicas que emite, o sam melhora a circulação, o fornecimento de oxigênio e nutrientes para uma região específica do corpo e ajuda a promover a remoção de produtos residuais como o ácido láctico



O ácido poliglutâmico estimula a hidratação natural



Quadpack cria embalagem biodegradável, comportável e com escala industrial



A coleção clássica da iYura consiste em formulações ayurvédicas puras tiradas diretamente de textos ayurvédicos autênticos



Knours "skin meditation cream" promete trazer paz para a pele



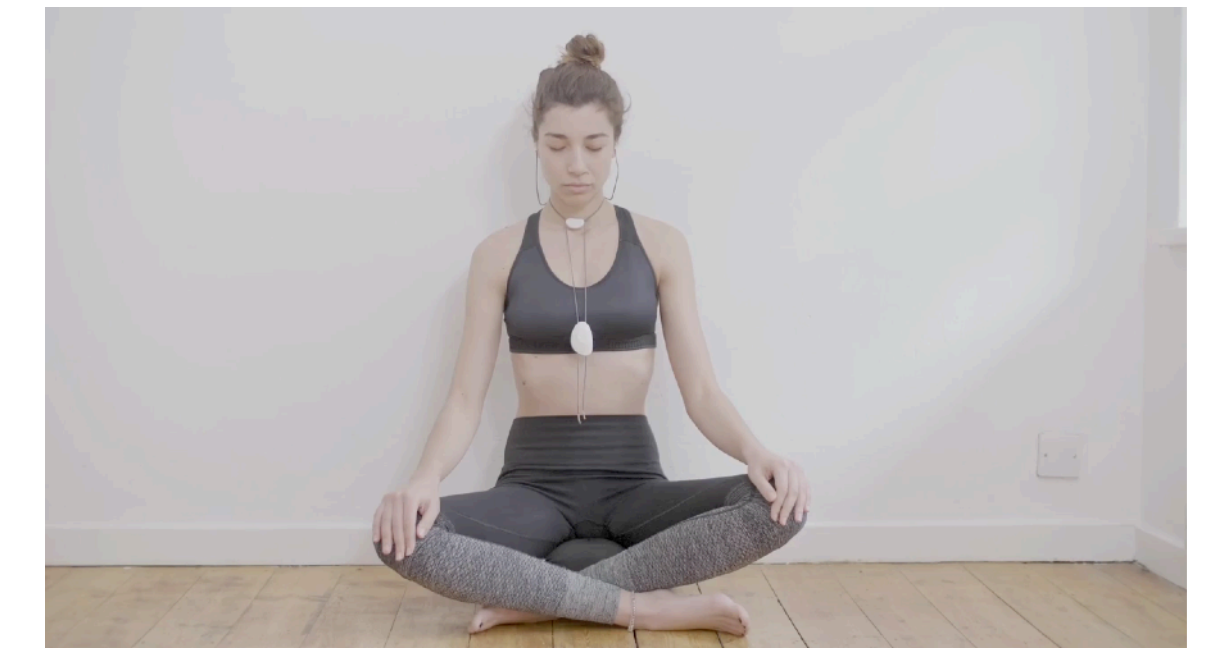
Produtos naturais a base de lavanda que prometem melhorar a qualidade do sono. Spray para o travesseiro, pomadas, rolo de massagem, etc



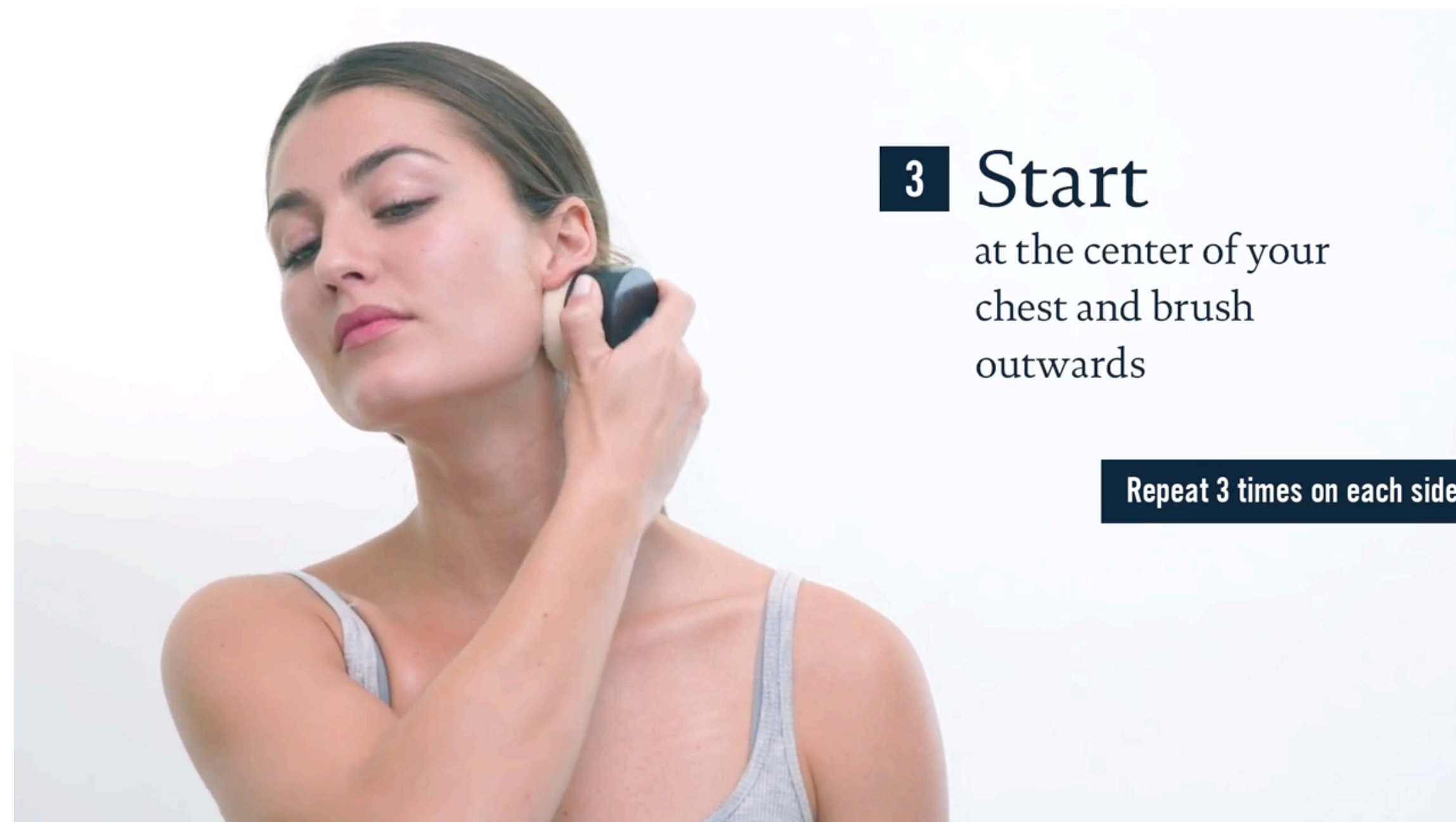
Vela aromática para meditação profunda que controla o tempo usando a gravidade



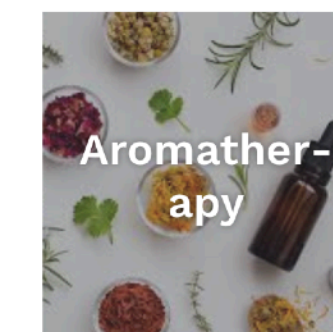
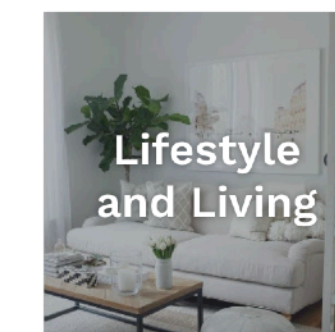
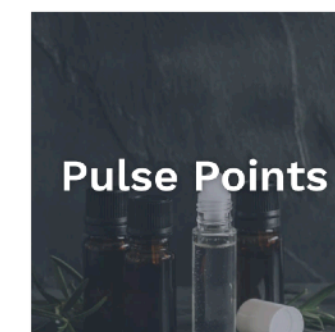
Touchey ajuda no stress, ansiedade e concentração através uma terapia analógica que usa diferentes texturas, pesos, aromas, etc.



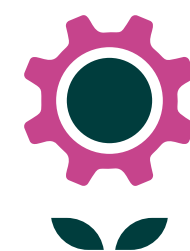
O device "XHA" funciona como amuleto de meditação para ajudar a manter o foco na respiração



O bálsamo de limpeza Manuka da Naturopathica apoia o microbioma e o ritual do autocuidado



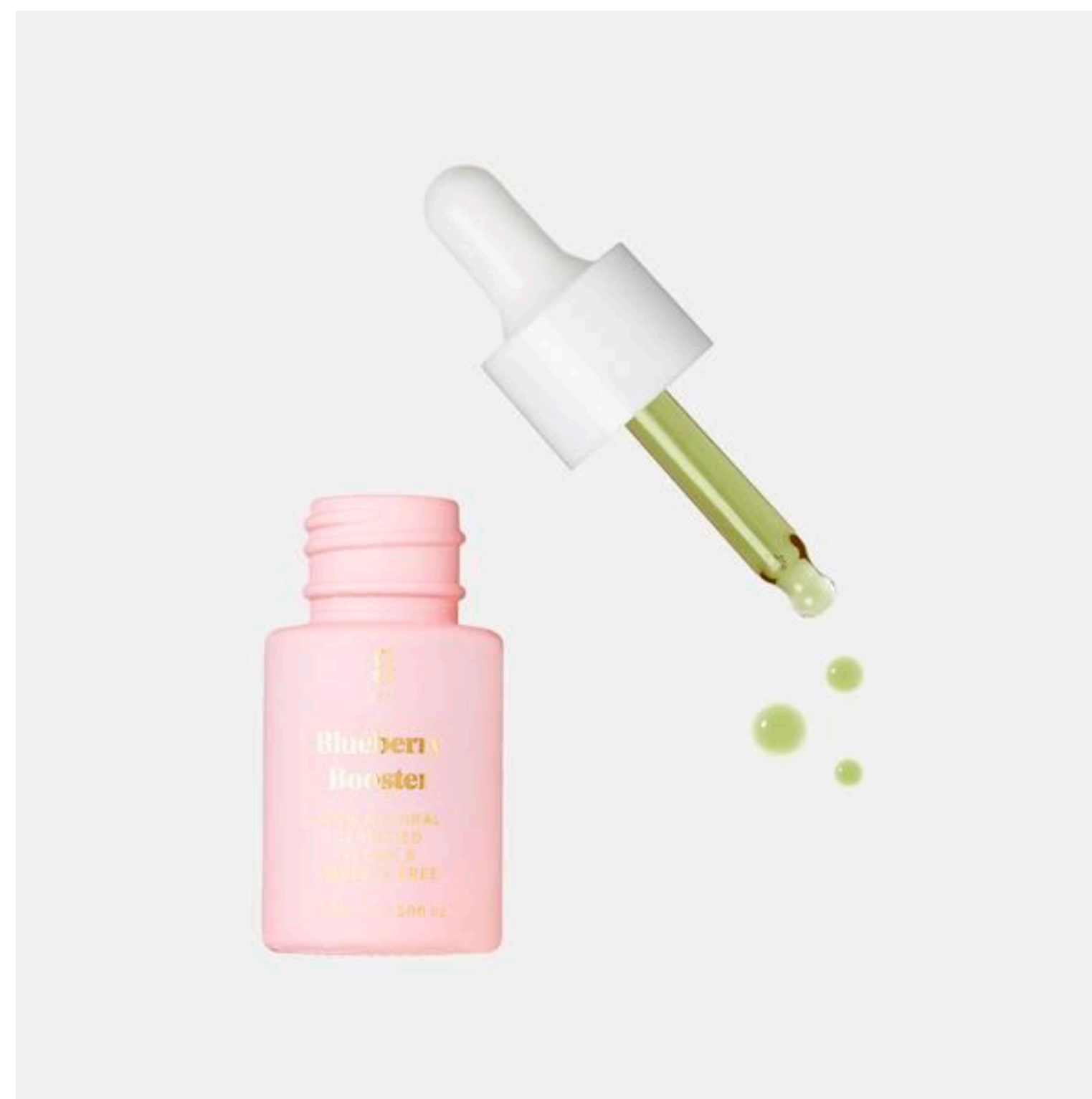
A Soulistic Roots fabrica produtos variados que trazem benefícios específicos



INGREDIENT



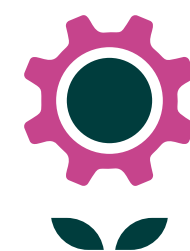
Manteiga de cera de abelha que promete hidratação imediata e efeito duradouro



Blueberry Booster da BYBI usa um subproduto da indústria de sucos



Pop Beauty lança mascara com romã e kombucha



INGREDIENT



Rinascita Delle Olive Balm da Furtuna Skin repara a pele estressada com ativos da oliva



O creme hidratante para os olhos Sweet Chef combina cúrcuma, gengibre, vitamina C e probióticos



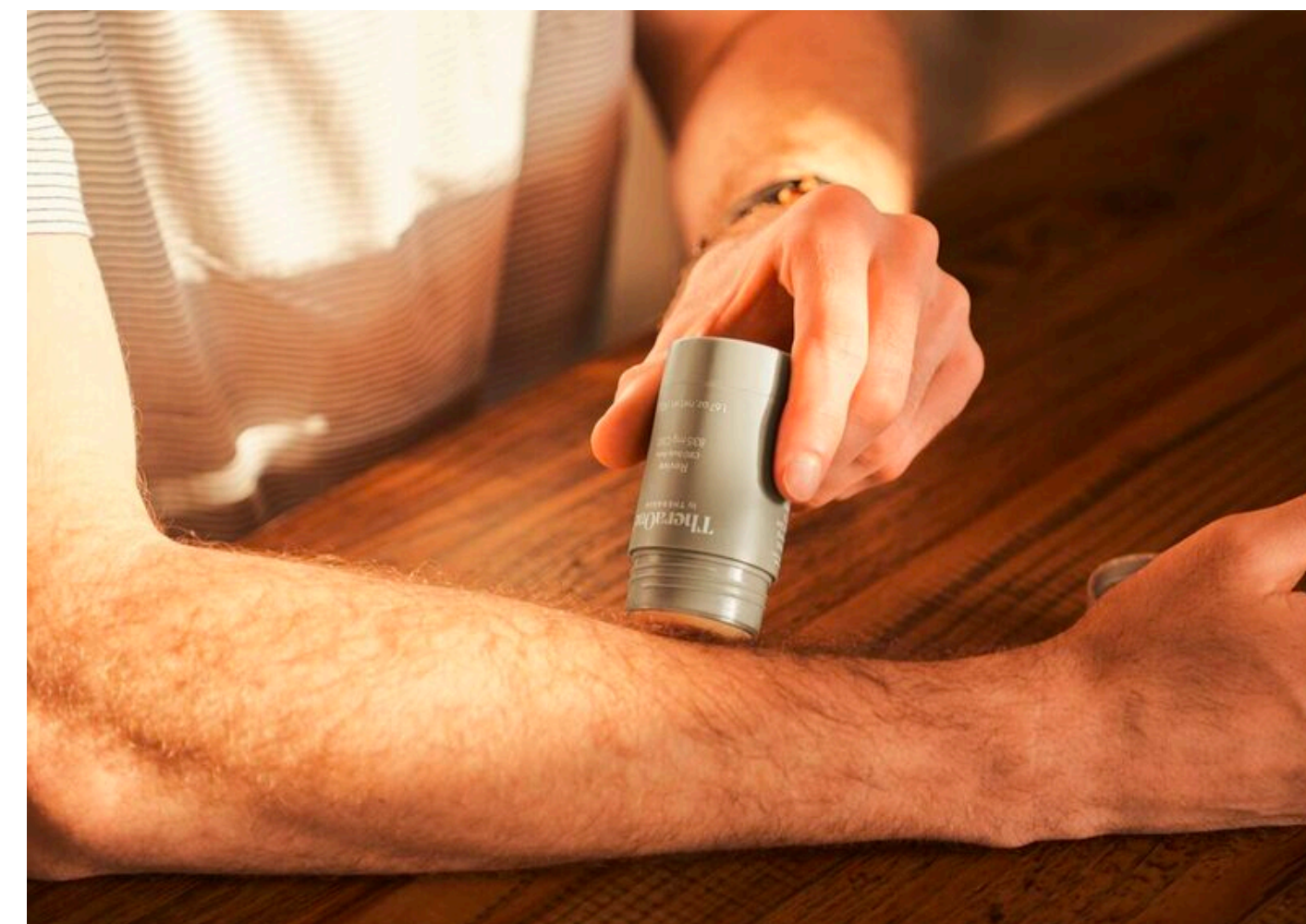
Diptyque's Infused Face Serum é feito a base de jasmim e é rico em antioxidantes



Kush Queen oferece o "infused bath bomb" para dar um up na imunidade



A Moons Crus faz o "galactic body glitter", um esfoliante corporal que faz a pele brilhar



TheraOne oferece soluções pré e pós-treino infundidas com CBD



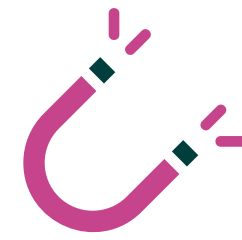
O enxágue bucal com CBD de Klen reduz a dor e a inflamação



CBD Balm hidratante da Bawdy's foca nos "chilled-out glutes"



CBDerma lança a máscara facial de nanofibra



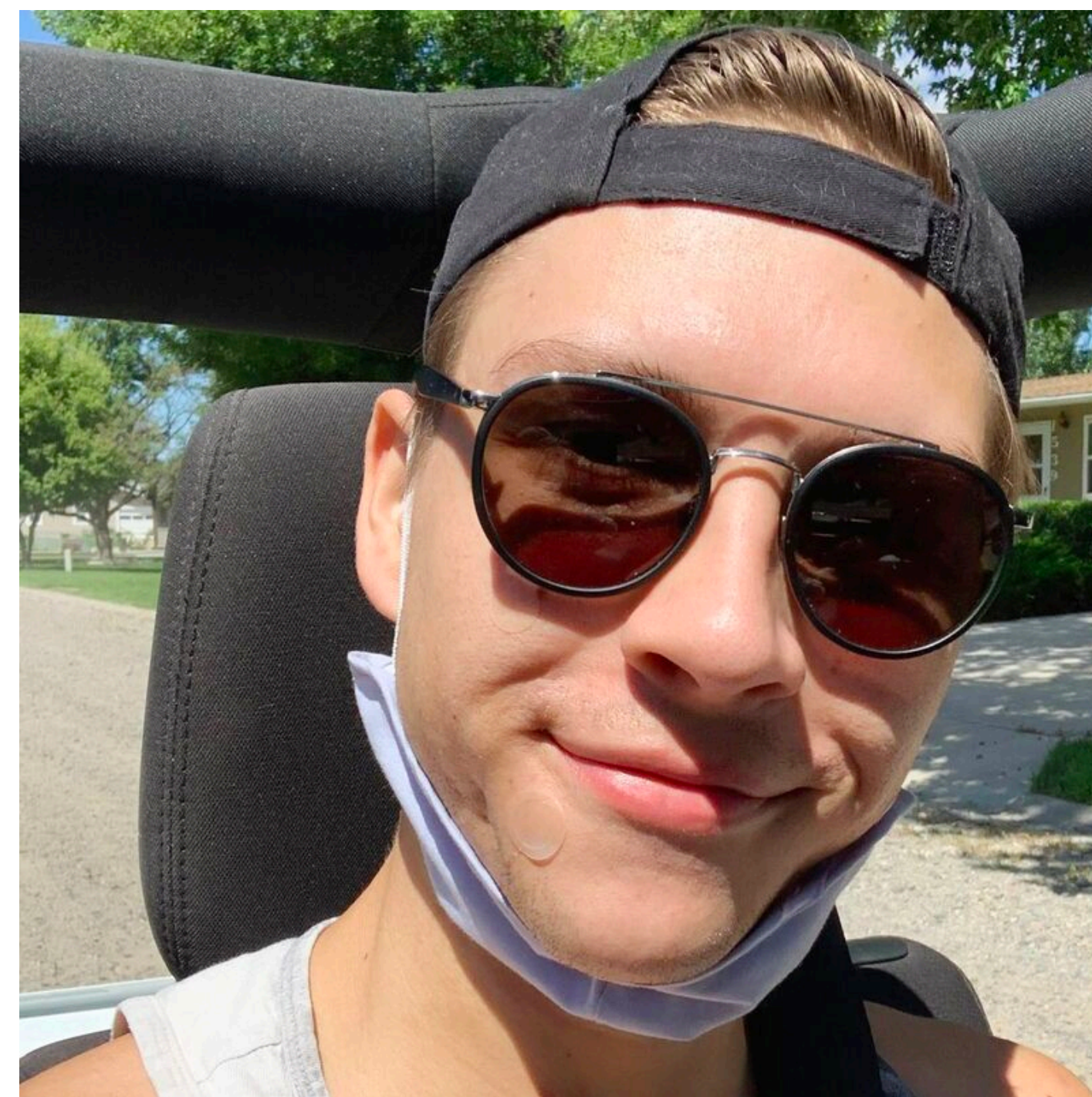
TARGET SPECIFIC

Cria uma barreira que protege a pele do rosto, nariz e orelhas da fricção da pressão e atrito constante. Formulado com olhos de coco, aloe vera, azeite de oliva e cera de abelha



Apply Face Balm on areas where your mask irritates your skin





O pacote da Hero Cosmetics oferece suporte a "todas as fases do "Maskne Cycle"



Woo - tattoo aftercare kit



Bawdy Beauty - bastão que hidrata e protege o mamilo e areola

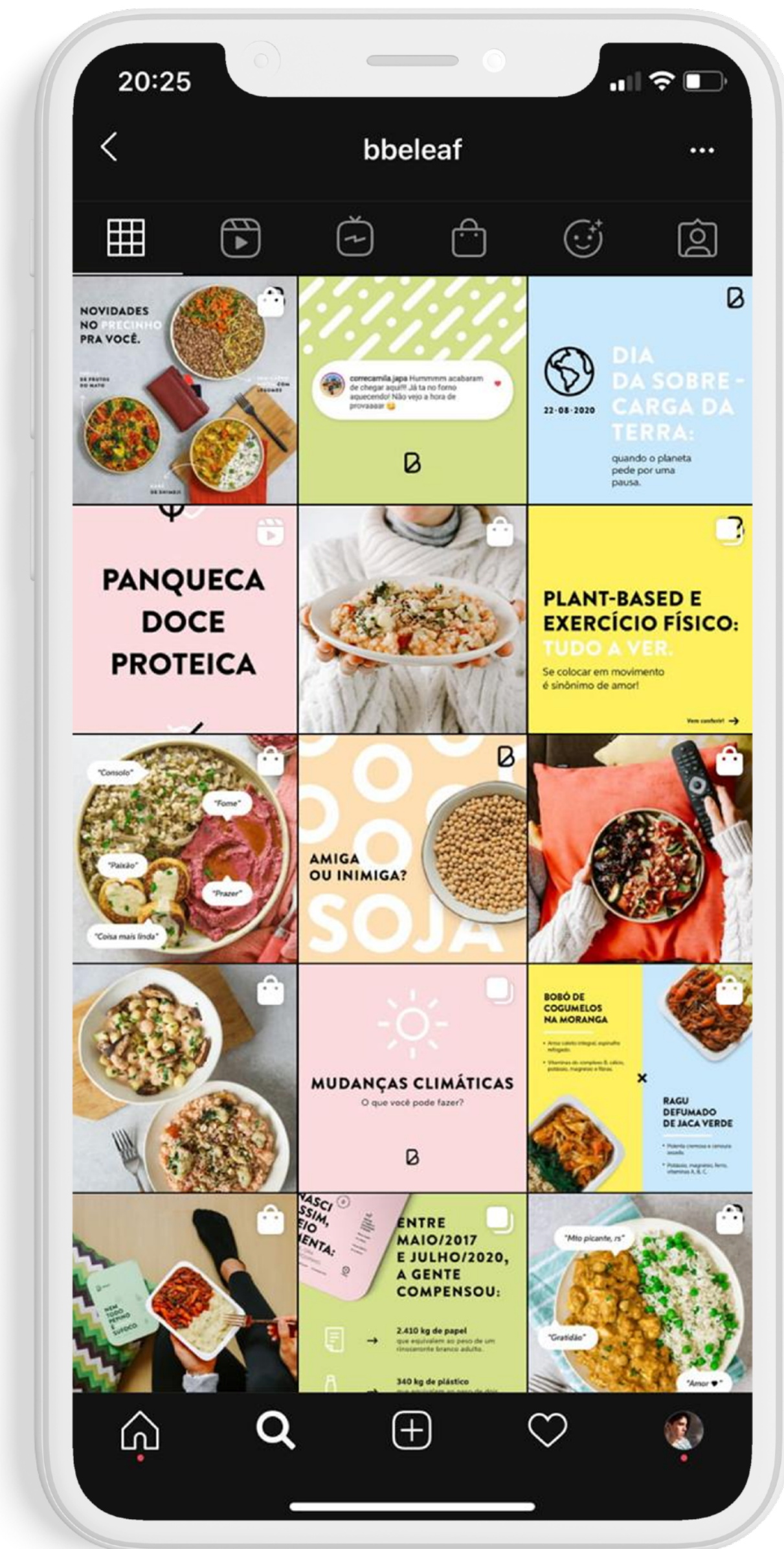


Base+ é uma base feita com um pseudo-colágeno a partir de plantas. O consumidor pode adicionar ingredientes e ativos como chá verde, algas, aloe vera, óleo de argan, semente de limão e mais

O NOVO VEGAN



Se autodenominam plant-based,
uma talking brand

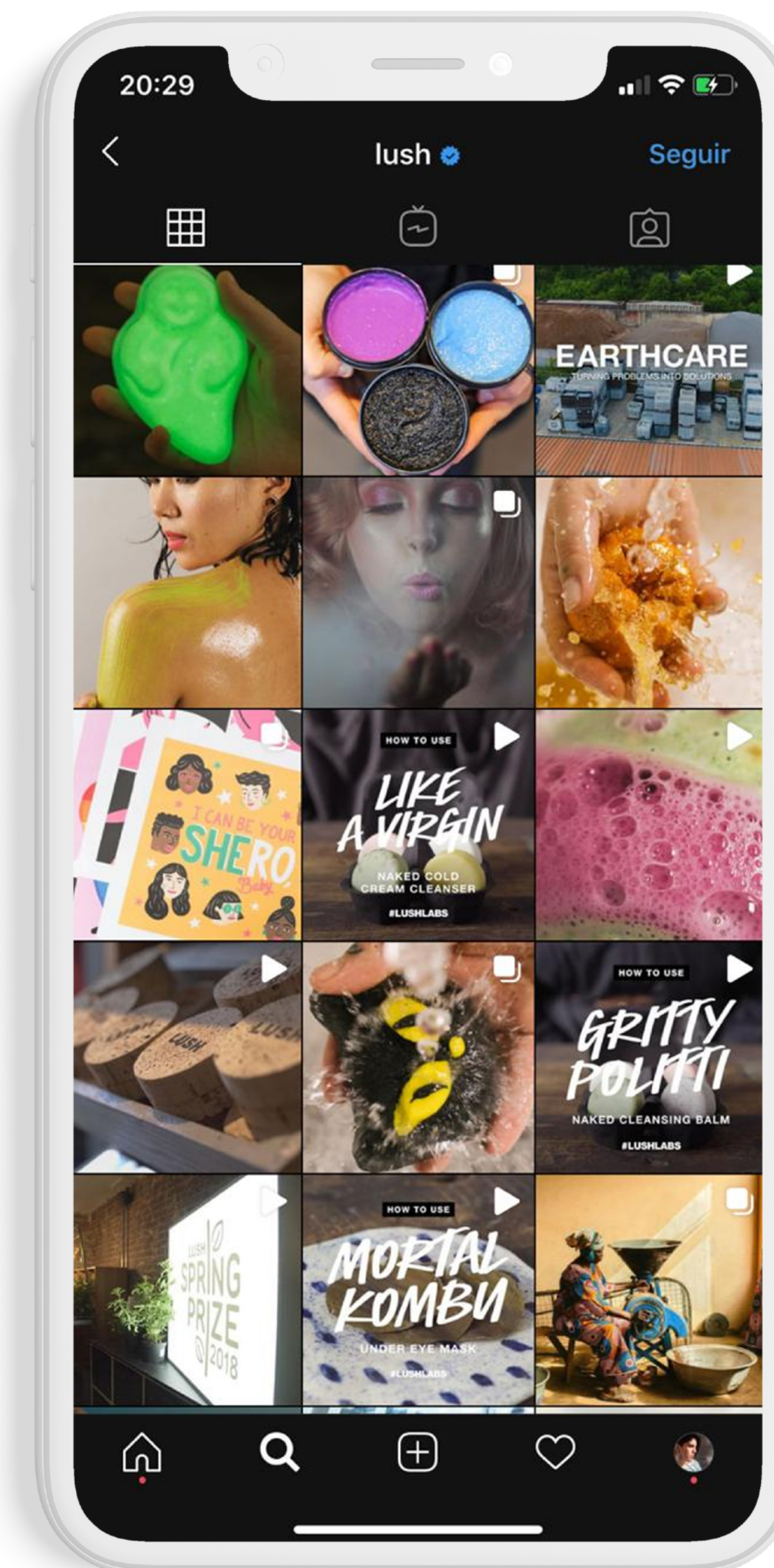


Intercalam produto e conteúdo
nas redes sociais

LUSH
FRESH HANDMADE COSMETICS



A Lush Now oferece consultas pessoais para consumidores por telefone durante a pandemia



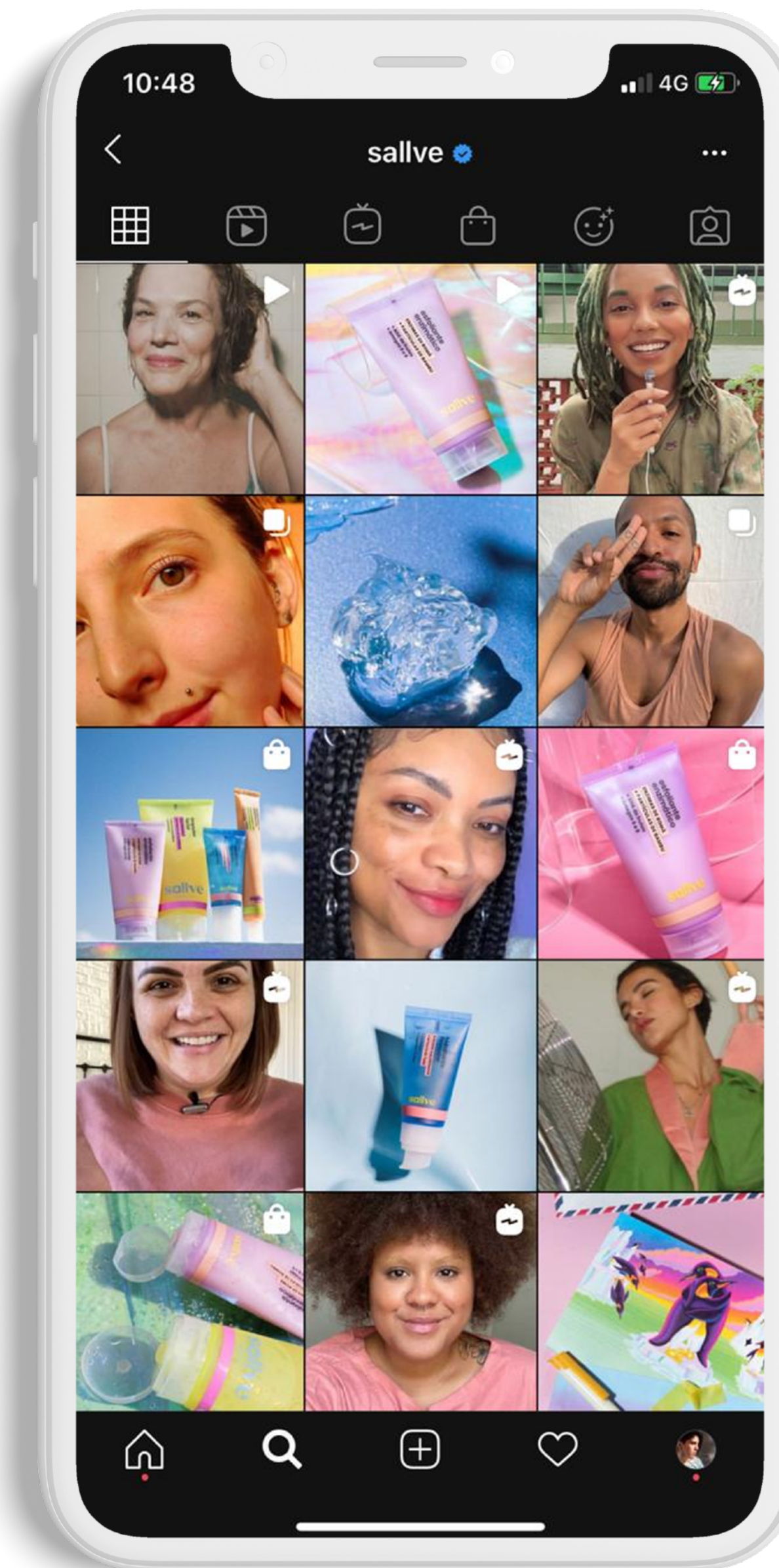
A comunicação da Lush é pautada na sensorialidade

O NOVO VEGAN

sallve



A Sallve não fala isso em sua comunicação,
mas é uma marca vegana de skincare



Nas redes sociais, utiliza creators como porta-
vozes da marca, sempre com muita diversidade

NOVAS MARCAS



A Liv Up lança sua submarca de salada: Salad Stories



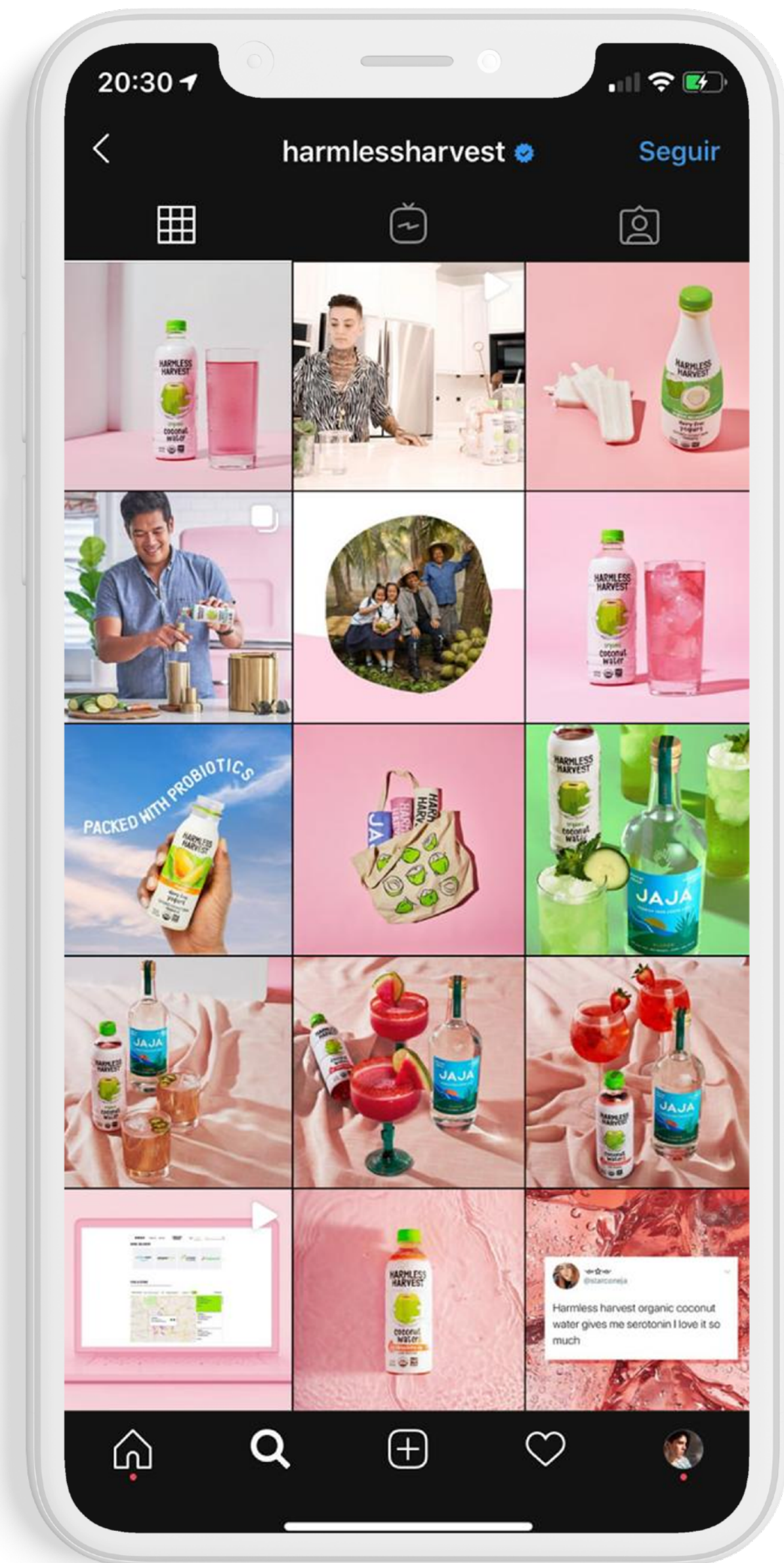
Conecta, nas suas redes, os consumidores com os produtores orgânicos parceiros

NOVAS MARCAS

HARMLESS HARVEST®



A marca prega uma cadeia honesta, justa e sustentável para todos os trabalhadores envolvidos no processo de produção e distribuição do produto, o que reflete no próprio nome da marca

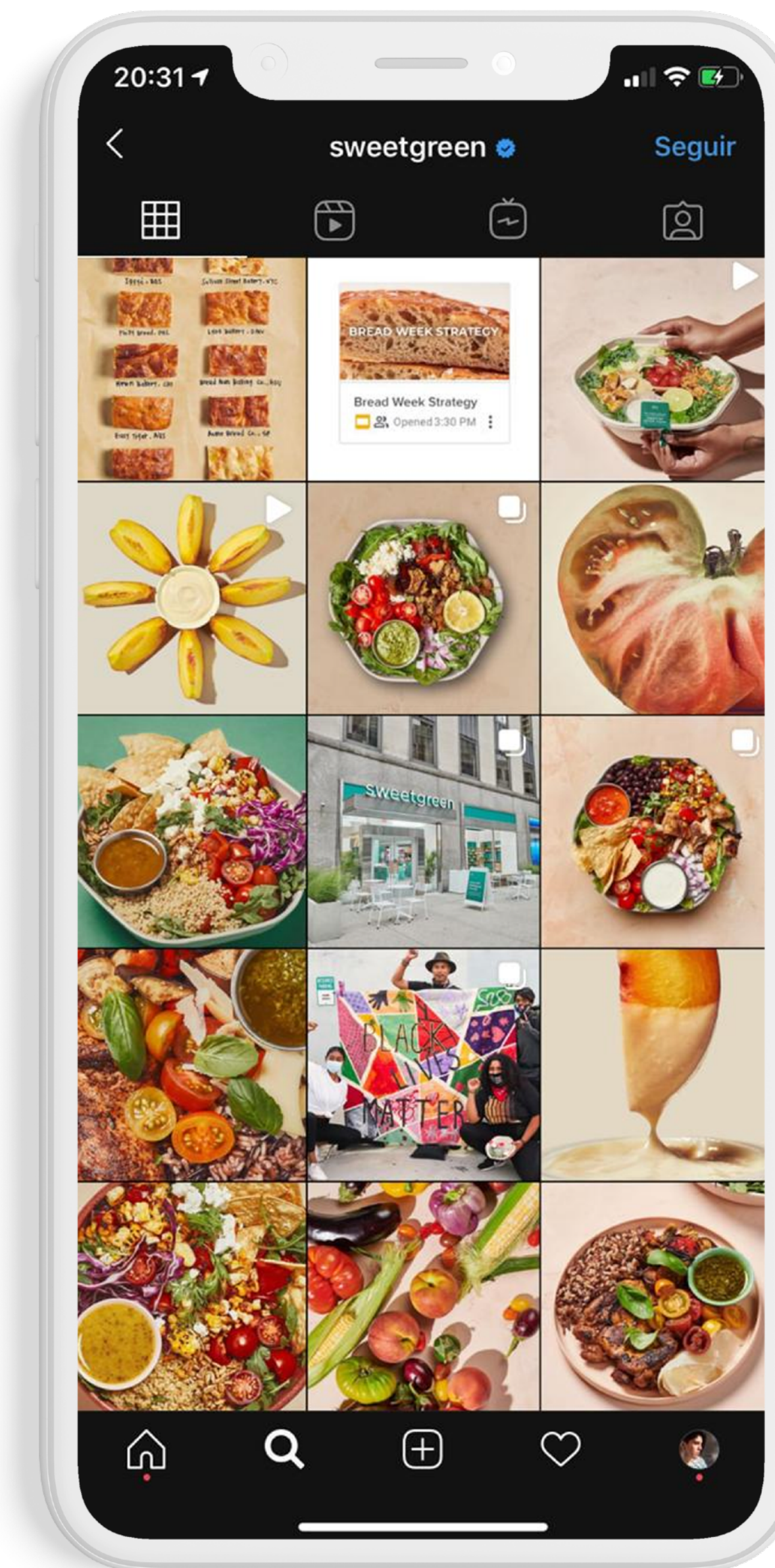


No social trabalha muito mais o produto, de diferentes formas

NOVAS MARCAS



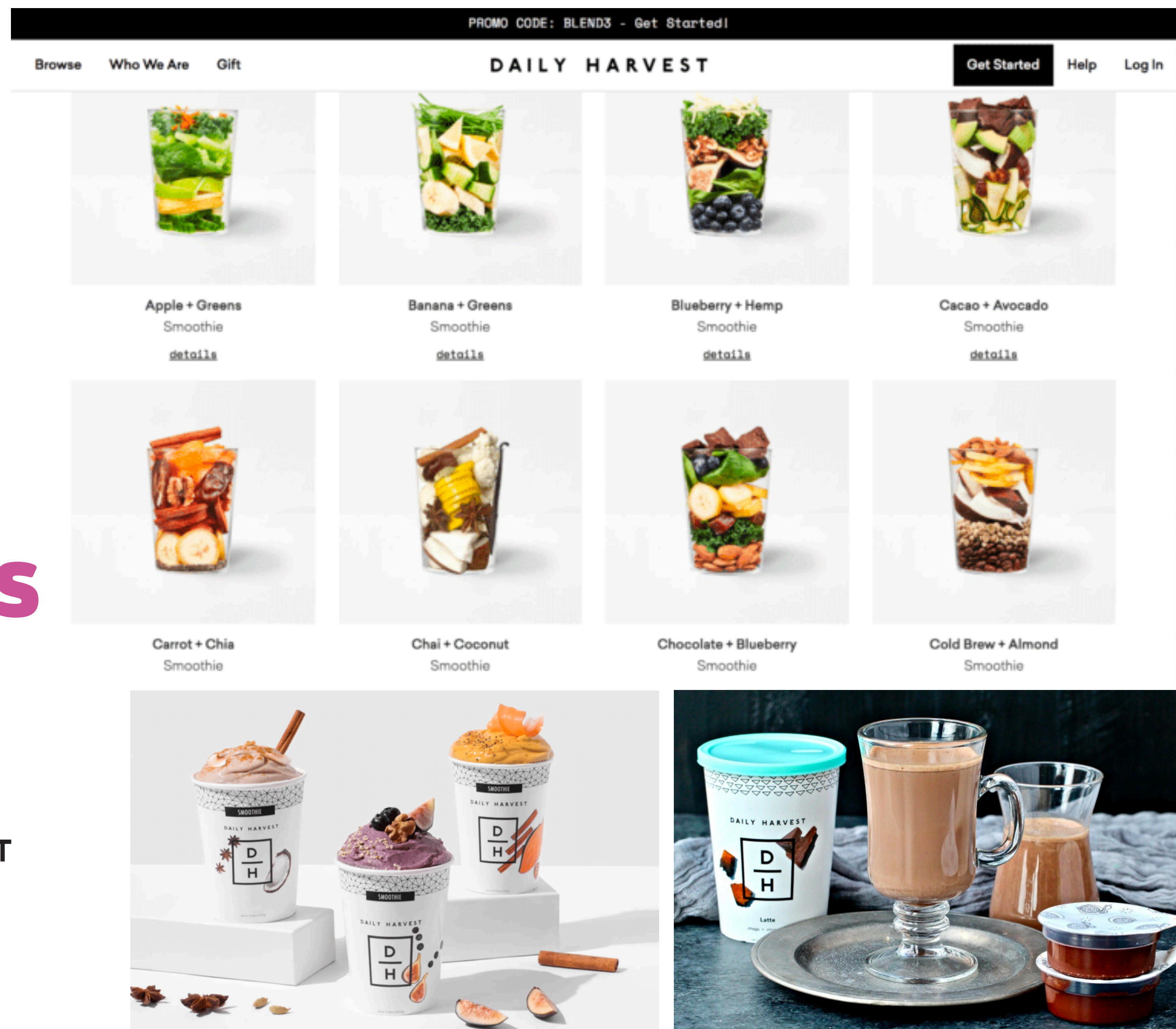
A Sweetgreen transformou o hábito de comer salada nas refeições em algo hype nos EUA, tornando a marca uma lovebrand



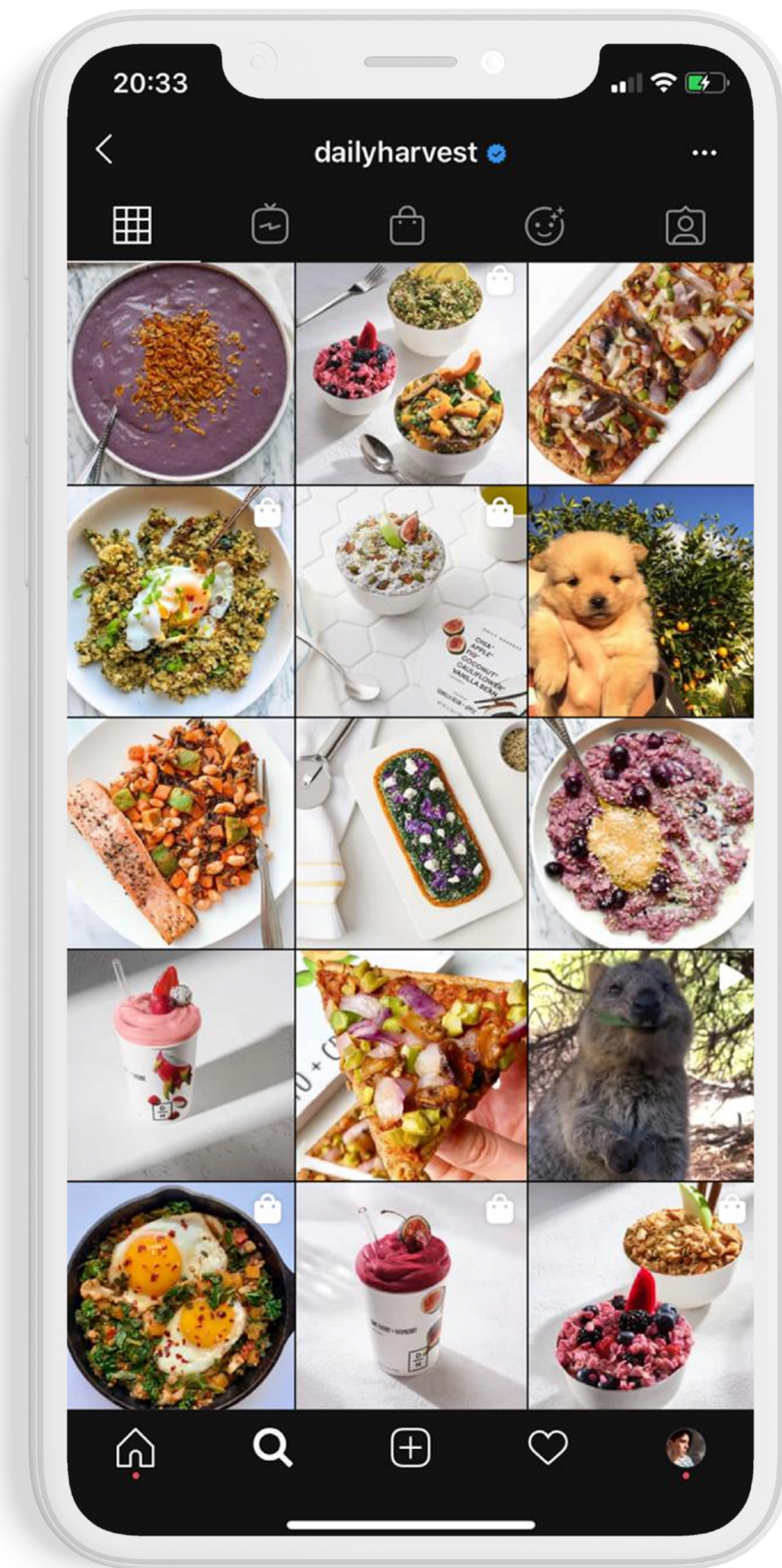
Uma diretriz proprietária de tratamento de cor, traz unidade na comunicação da marca, que é pautada pela localidade. As próprias lojas mudam conforme o local

NOVAS
MARCAS

DAILY HARVEST



A marca é famosa pelos smoothies, mas rápida na resposta ao mercado e soube trabalhar a baixa sazonalidade do inverno criando pods para bebidas quentes

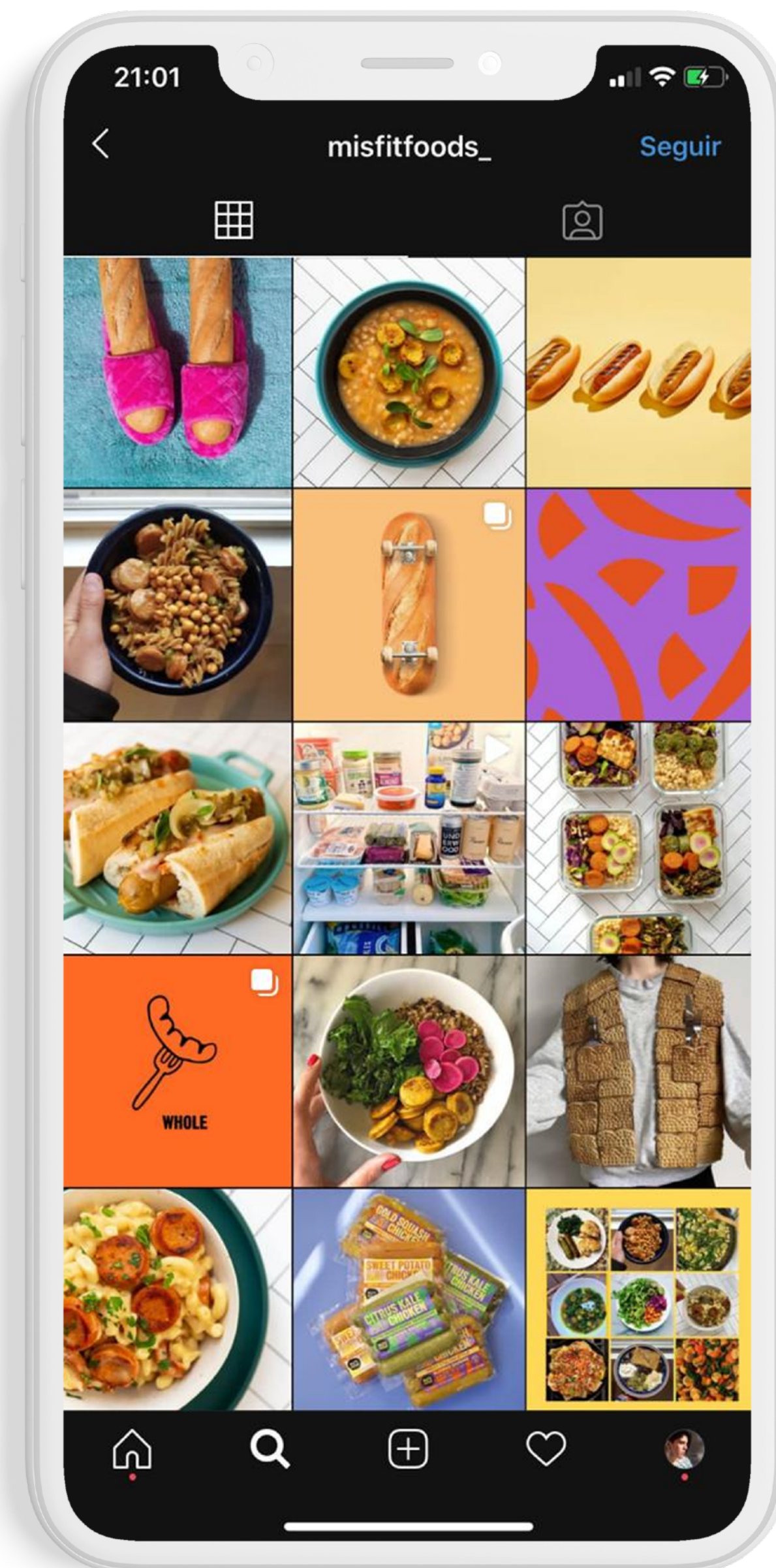


Appetite appeal é o grande guia das comunicações da marca em social

NOVAS MARCAS



A marca começou vendendo sucos prontos feitos com frutas rejeitadas para comercialização por não terem uma estética adequada. Mudaram o rumo dos negócios e agora fazem salsichas com baixo impacto no corpo e no planeta



Trabalham a comunicação colorida e jovem

CURADORIA DO CONHECIMENTO

✓ Assistir: Megatrends Report 2020-2025

<https://www.youtube.com/watch?v=GZ68i2Nt5KI>



branding &
identidade visual

—
OBRIGADA