

Posicionamento de marca em uma frase

Um modelo para preencher e testar.

Posicionamento é o lugar que a sua marca quer ocupar na cabeça de quem a conhece. Preencha cada campo com o máximo de especificidade e, no fim, monte a frase.

A fórmula

Para [público], o [marca] é [categoria] que [benefício principal], diferente de [alternativa], porque [prova].

Público

Quem é a pessoa que você quer atender? Seja específico: perfil, momento de vida ou de negócio, o que ela valoriza.

Categoria

Em que categoria a sua marca compete? Como o cliente descreveria o que você é?

Benefício principal

Qual problema você resolve ou qual desejo realiza? Pense na mudança que o cliente sente.

Alternativa

Com o que o cliente compara você hoje: um concorrente direto, outra solução ou não fazer nada?

Prova

O que sustenta a promessa: processo, materiais, experiência, resultados, método?

Escreva a sua frase

Teste

Alguém de fora entenderia o que você faz e por que importa? Se a frase serve para qualquer empresa do segmento, ainda está genérica: volte aos campos e seja mais específico.

Exemplo fictício, só para ilustrar

Para donas de pequenas confeitarias que vendem por encomenda, a Doce Ateliê é o estúdio de bolos personalizados que deixa a festa com cara de casamento, diferente das confeitarias de vitrine, porque cada bolo nasce de uma conversa sobre a história da cliente.