L'AKADÉMIE DU DIGITAL · PROGRAMA DE FORMAÇÃO Certificação Qualiopi em preparação

Imagem de Marca e Comunicação

FOR-MKT-M5-A · Marketing Digital e Comunicação

Construir uma identidade de marca forte e uma comunicação coerente

DURAÇÃO
7 h

PREÇO
450 € s/ IVA

PÚBLICO
Empresas e particulares

PRAZO DE ACESSO
Acesso em 2 dias úteis após validação da necessidade e dos pré-requisitos.

Preços indicados «a partir de», excluindo orçamento específico e promoções. Preços sem IVA, a partir de 2 participantes. IVA a 20 %.

Objetivos pedagógicos

- Compreender as noções de marca, de identidade e de imagem de marca (percebida vs pretendida)
- Definir uma plataforma de marca: missão, valores, posicionamento, personalidade
- Construir uma identidade verbal (voz da marca, mensagens-chave) e visual (logótipo, cores, tipografia)
- Elaborar uma carta gráfica e garantir a coerência em todos os pontos de contacto
- Dominar as bases do storytelling de marca e da narrativa de marca
- Adaptar a marca numa comunicação digital coerente e medir a sua perceção

Público-alvo

- Empreendedores, trabalhadores independentes, criadores de marca ou de projeto
- Responsáveis de marketing/comunicação que queiram estruturar a sua imagem de marca
- Qualquer pessoa responsável pela coerência da comunicação de uma organização

Pré-requisitos

- Saber utilizar um computador, um navegador web e as ferramentas online.
- Conhecer os fundamentos do marketing digital (módulo 5.1 aconselhado).
- Dispor de uma marca ou de um projeto a estruturar (uma mais-valia).
- Não é exigida nenhuma competência em design gráfico.

Programa

TEORIA Módulo Teórico — Construir e encarnar a sua marca

Este módulo define as noções de marca, de identidade e de imagem (imagem percebida vs pretendida, capital de marca) e detalha depois a plataforma de marca (missão, visão, valores, posicionamento, personalidade e arquétipos). Aborda a identidade verbal (voz da marca, tom, mensagens-chave, slogan), a identidade visual ao nível das noções (logótipo, cores, tipografia, universo gráfico), o papel e o conteúdo de uma carta de marca que garanta a coerência nos pontos de contacto e as bases do storytelling de marca (narrativa, valores encarnados, diferenciação).

Objetivo : saber construir uma plataforma de marca coerente e encarná-la numa comunicação alinhada em todos os pontos de contacto.

- Método de plataforma de marca (missão, valores, posicionamento, personalidade).
- Identidade verbal e visual ao serviço da coerência.
- Storytelling de marca e diferenciação.

Avaliação : Questionário de escolha múltipla sobre as noções, exercício de análise de uma marca (imagem percebida vs pretendida).

Acolhimento e apresentação	15 min	Apresentar o programa, os objetivos e o desenrolar. Apresentação oral, suporte visual (diapositivos), ronda de apresentações.	
Marca, identidade e imagem	45 min	Definições, imagem percebida vs pretendida, capital de marca. Exposição interativa, exemplos de marcas, debate.	Perguntas orais; questionário de escolha múltipla sobre as noções.
Plataforma de marca	55 min	Missão, visão, valores, posicionamento, personalidade (arquétipos). Exposição, modelo de plataforma, exemplos, oficina rápida.	Exercício de análise de uma marca.
Identidade verbal e visual	45 min	Voz da marca, mensagens, slogan; logótipo, cores, tipografia (noções). Exposição, exemplos, panorama dos elementos de identidade.	Questionário de escolha múltipla sobre a identidade de marca.
Carta de marca e storytelling	40 min	Carta de marca, coerência dos pontos de contacto, storytelling. Exposição, exemplos de cartas e de narrativas de marca.	Questionário de escolha múltipla sobre a carta de marca e o storytelling.
Síntese	10 min	Resumir os pontos-chave e preparar a oficina. Resumo, feedback dos participantes.	Questionário rápido de escolha múltipla no final do módulo.

OFICINA Oficina Prática — Construir a sua plataforma de marca

A partir de um caso condutor ou de uma marca/projeto real, os participantes realizam um diagnóstico da imagem atual, constroem a sua plataforma de marca (missão, valores, posicionamento, personalidade), definem a sua voz de marca e algumas mensagens-chave e esboçam depois uma carta (verbal e visual) que adaptam a dois a três pontos de contacto.

Objetivo : sair com uma plataforma de marca, uma voz de marca e um esboço de carta adaptado a vários pontos de contacto.

- Possibilidade de trabalhar sobre a marca ou o projeto real do participante.
- Construção de uma plataforma de marca completa.
- Definição da voz da marca e das mensagens-chave.
- Esboço de carta e adaptação a pontos de contacto.

Avaliação : produção dos entregáveis (plataforma de marca, voz de marca, esboço de carta), apresentação oral curta e revisão coletiva.

Início da oficina	15 min	Apresentar o objetivo e escolher o seu caso (real ou condutor). Apresentação, constituição dos grupos.	
Diagnóstico da imagem	40 min	Diagnosticar a imagem atual (percebida vs pretendida). Trabalho prático guiado, grelha de diagnóstico, acompanhamento.	Entregável: diagnóstico de imagem.
Plataforma de marca	55 min	Construir missão, valores, posicionamento, personalidade. Trabalho prático, modelo de plataforma, exemplos.	Entregável: plataforma de marca.
Voz da marca e mensagens	45 min	Definir a voz da marca e as mensagens-chave. Trabalho prático, modelo de voz de marca, acompanhamento.	Entregável: voz de marca + mensagens.
Carta de marca e apresentação de resultados	25 min	Esboçar uma carta, adaptar a pontos de contacto, apresentar. Modelo de carta, adaptação, apresentações, feedback.	Avaliação sumativa: plataforma + carta + questionário final de escolha múltipla.
Inquérito de satisfação	10 min	Recolher a satisfação a quente. Questionário de satisfação.	Inquérito de satisfação.

Modalidades e meios pedagógicos

Formação presencial nas nossas instalações ou nas suas, em grupo reduzido. Alternância de contributos teóricos, oficinas práticas e simulações.

Material necessário :

8 GB de RAM

Modalidades de avaliação

Avaliação das aprendizagens durante e no final da formação; certificado de conclusão entregue a cada formando.

Acessibilidade

Formação acessível a pessoas com deficiência. Contacte-nos antes da inscrição para estudarmos as adaptações necessárias.

Financiamento

Orçamento ou convenção de formação a pedido. A certificação Qualiopi está em preparação: a elegibilidade para financiamentos OPCO será aberta após a sua obtenção.

Auditoria de certificação prevista para T1 2027. Sem elegibilidade OPCO antes da sua obtenção.