



Brand Sprint

SUMÁRIO

BRAND SPRINT

O que é?	04
Como?	05
Etapas	06
Jornadas dos 20 anos	07
Círculo de Dourado	08
Top 3 Valores	09
Top 3 Audiências	10
Slide de Personalidade	11
Cenário Competitivo	12

RESULTADOS

Painel Semântico	14
Concepção	17
Elementos Visuais	18
Palavras - Chave	19
Conceito	20
Marca	21
Marca / Imagem	



Brand Sprint

O QUE É ?

O Brand Sprint é um método com o objetivo de ajudar os responsáveis pelo negócio a entender melhor suas marcas e criar a melhor estratégia de comunicação.



COMO ?



No projeto da **RAINFOREST SOCIAL BUSINESS SCHOOL**, O INDT aplicou esta metodologia com o cliente em reunião online no (*Zoom e Miro*) para ajudar a definir pontos importantes levantados durante a etapa de pesquisa. Geralmente, o cliente tem grande parte das informações necessárias para que a marca seja construída. O Brand Sprint cria um cenário de discussões que ajuda a equipe a chegar nas respostas.

Etapas

O Brand Sprint tem 06 etapas

1



Jornada dos
20 anos

2



Círculo
Dourado

3



Top 03
valores

4



Top 03
audiências

5



Slides
Personalidades

6

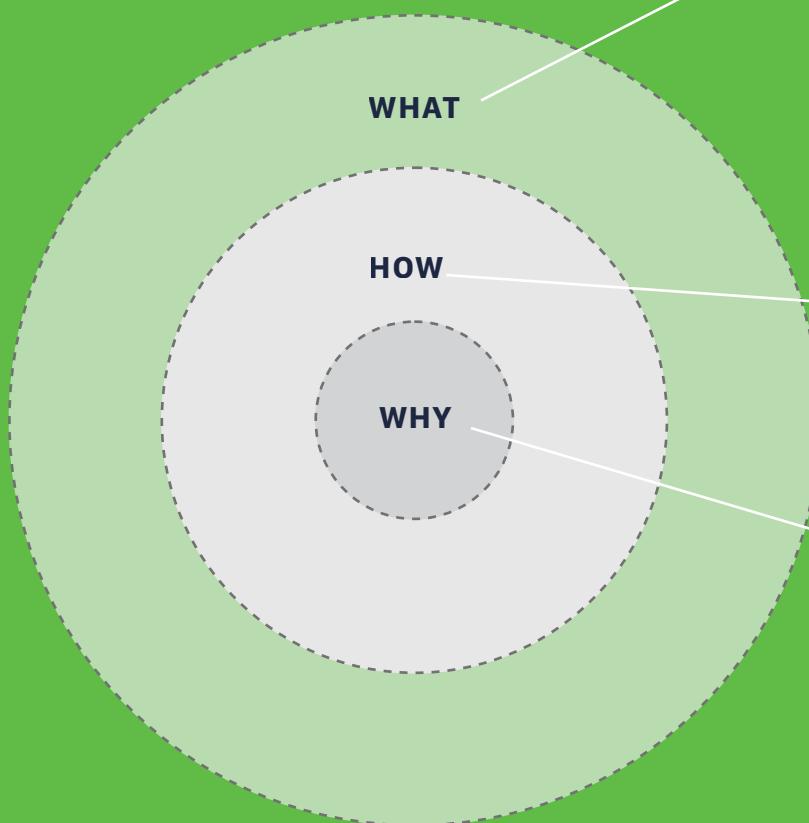


Cenário
Competitivo

Jornada dos 20 anos



Círculo Dourado



O QUE

Buscar oportunidades concretas de implementação de negócios e alternativas sustentáveis que sejam capazes de criar diferenciais competitivos para negócios na Amazônia

COMO

Realizar formação e incentivar a criação de novos negócios sustentáveis na Amazônia.

POR QUE

Incentivar e desenvolver mercados sustentáveis para fortalecimento econômico e social da região.

Top 3 Valores

1. Sustentabilidade

É a capacidade de harmonizar a expansão econômica, a justiça social e a conservação ambiental.

2. Empoderamento da comunidade local

É a ação coletiva onde o cidadão está plenamente apto para exercer seus direitos e defender sua cultura.

3. Potencialização dos negócios da floresta

É o incentivo necessário para o desenvolvimento de mercados sustentáveis voltados para o fortalecimento econômico e social da região.

Top 3 Audiências

1

Empreendedores e
egressos de cursos de gestão,
negócios e/ou áreas afins.

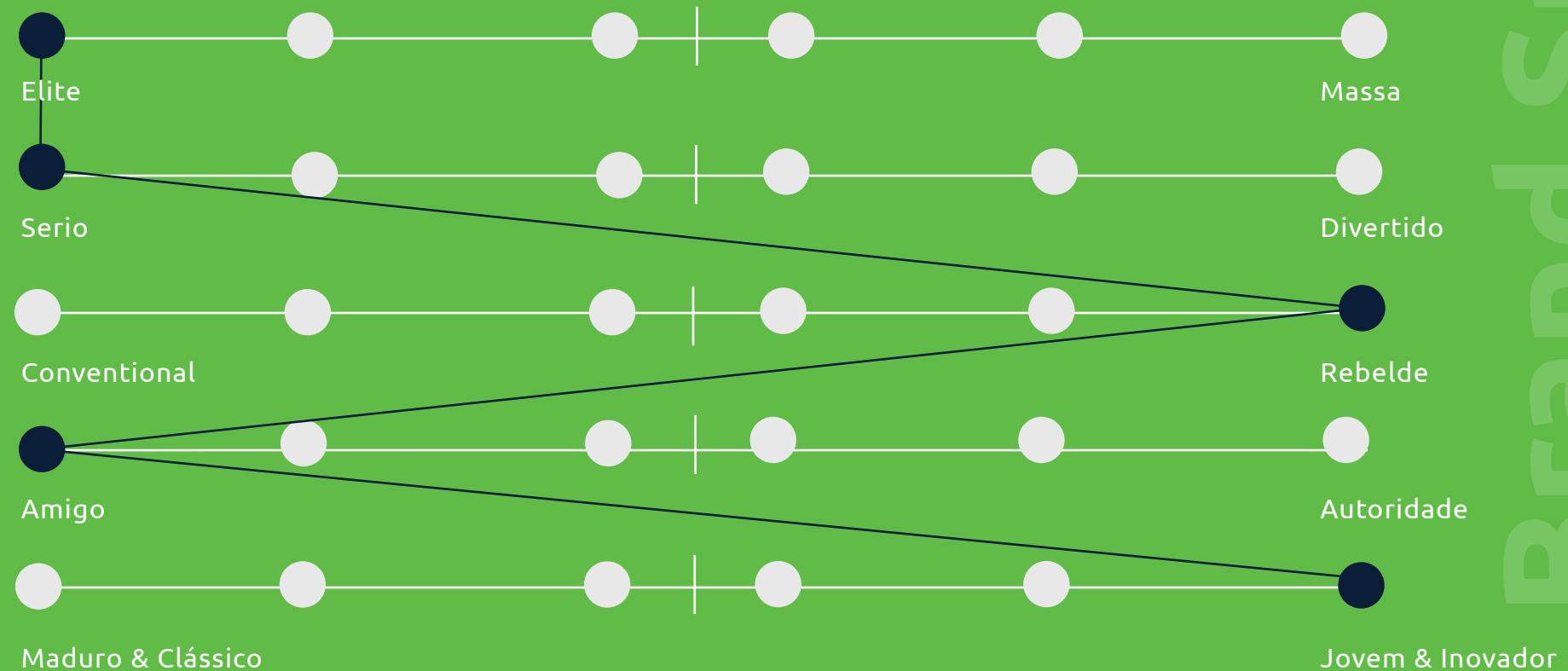
2

Parceiros nacionais
internacionais.

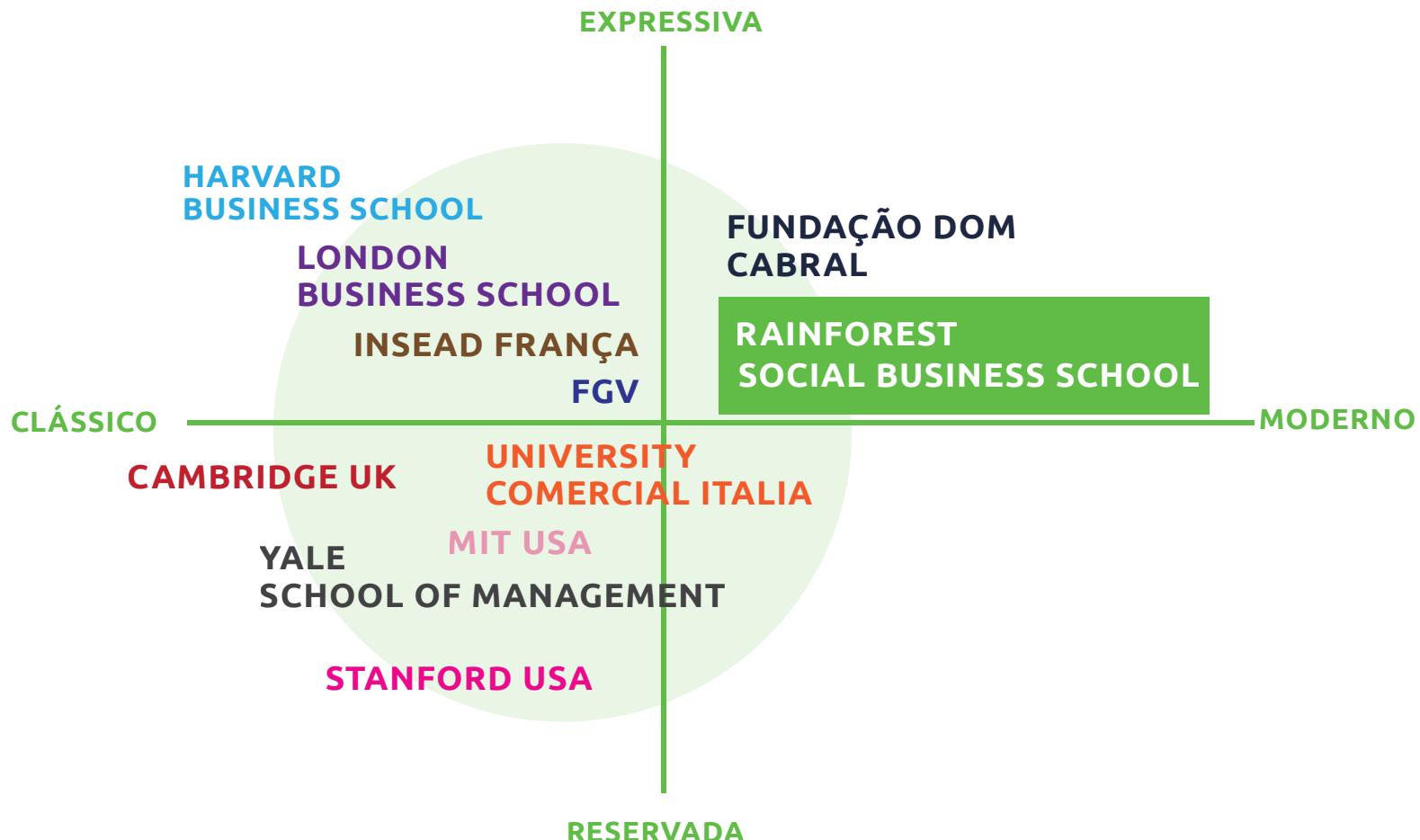
3

Grandes empresas que
procuram novos fornecedores
e que atuam em setores
sustentáveis.

Slides Personalidades



Cenário Competitivo

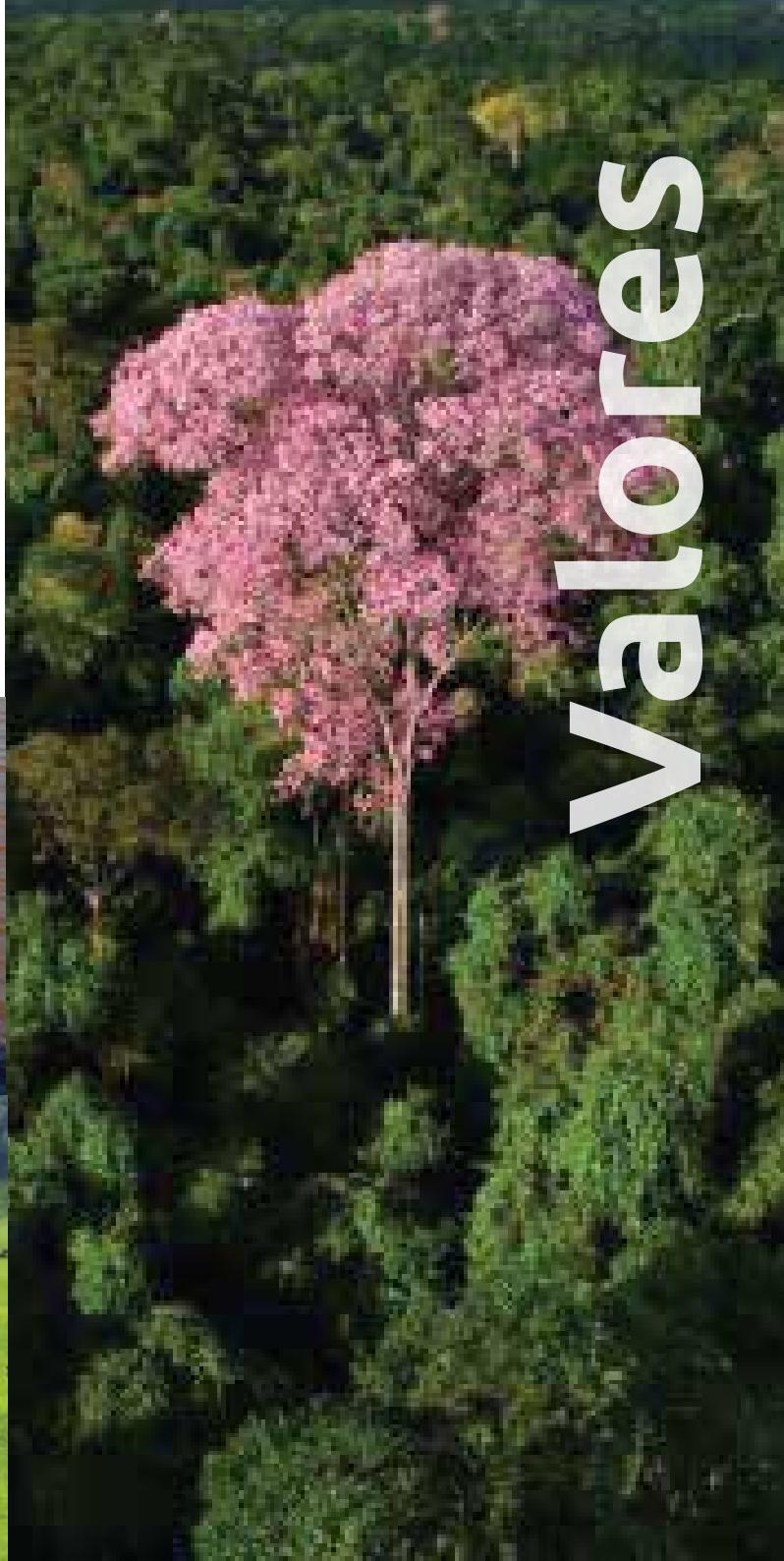




RESULTADOS

Sustentabilidade

É a capacidade de harmonizar a expansão econômica, a justiça social e a conservação ambiental.



Valores

Empoderamento

da comunidade local

É a ação coletiva onde o cidadão está plenamente apto para exercer seus direitos e defender sua cultura.



Potencialização

dos negócios da floresta

É o incentivo necessário para o desenvolvimento de mercados sustentáveis voltados para o fortalecimento econômico e social da região.



Concepção

Conceito do símbolo

1



FORMA GEOMÉTRICA
TRIÂNGULO

2



FORMA GEOMÉTRICA
QUADRADO

3



FLORESTA

4



GRAFISMO INDÍGENA

Elementos Visuais



Quadrado

São responsáveis por representar conformidade, igualdade e estrutura, sendo formas geralmente usadas como bases, inspiram **solidez e estabilidade**, passando seriedade em seus projetos.



Triângulo

O triângulo nos ajuda a desenvolver um **futuro mais confiável**. As estratégias podem ser definidas de acordo com as necessidades de cada empresa ou organização: colocar maior ênfase no impulso (pull) do futuro, no peso/importância (weight) do passado ou no empurrão (push) do presente. Enquanto muitas empresas recorrem a estudos do futuro para reduzir riscos e evitar futuros negativos, outras buscam **criarativamente futuros desejados**, com **visões positivas do amanhã**.



Grafismo Indígena

Muitos povos indígenas **têm perfil empreendedor** e são especialistas em fabricar alguns artefatos e usá-los como pagamento por itens criados por outros povos indígenas, como panelas de cerâmica, cintos ou colares de caramujo, por exemplo.



Desarmonia (Desordem)

Caracteriza-se também pela ausência de relações ordenadas naquilo que é visto ou incompatibilidade de linguagens formais ou, ainda, quando os desvios são bastante fortes para alterar o padrão ou estilo visual do objeto, remetendo a transformação.



Desequilibrio

Em uma composição ou em um objeto, os elementos constitutivos apresentam uma tendência para mudar de lugar ou forma, a fim de conseguir um estado que melhor se relacione com a estrutura total. Naturalmente, essa instabilidade pode ser utilizada com uma técnica compositiva para **provocar, inquietar, surpreender ou chamar a atenção do observador**.

Palavras - Chave

Solidez

Perfil empreendedor

Estabilidade

*Chamar a atenção
do observador.*

Provocar

surpreender Criarativamente
futuros desejados

inquietar
Futuro mais confiável

Visões positivas do amanhã

**Remetendo a
transformação.**

Conceito



A imagem do Ipê Rosa sobre a Copá das Árvores da floresta representa um elemento novo, que surge naturalmente a partir do ecossistema verde que o cerca. A partir dali ele cresce e floresce, mantendo sua essência natural e integrada à Amazônia. Seu posicionamento majestoso, no alto, remete a uma visão mais ampla. Sua mudança de coloração representa um movimento de transformação rumo à originalidade, que encanta, atrai olhares e impressiona.

Este simbolismo está alinhado à estratégia da Rainforest Social Business School de promover o crescimento e criação de novos negócios com fortes diferenciais competitivos, ultrapassando as fronteiras da Amazônia e alcançando patamares globais. Sua essência está ligada aos saberes e essências dos povos da floresta, e baseia-se nas inúmeras oportunidades e riquezas da Amazônia. Traz, em si, uma proposta tão contemporânea quanto visionária, que mobiliza crescimento social e econômico contínuo e virtuoso.

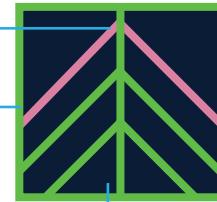
Marca



Marca / Imagem



Marca



RAINFOREST
Social Business School

