

São Paulo, 15 de outubro de 2024.

Briefing para Contratação de Agência de Branding

1. Sobre a FECAP

Nome: Fundação Escola de Comercio Alvares Penteado - FECAP

Fundação: 1902

Localização: Av. da Liberdade, 532

Segmento: Colégio e Ensino Superior

Cursos Oferecidos: Colégio, Graduação, Pós-Graduação, Mestrado, Educação Executiva e Extensão

Missão: *Educamos pessoas para que transformem organizações. Apoiamos organizações para que transformem a sociedade*". Ou seja, opta-se por uma educação transformadora para a consecução de uma aprendizagem significativa.

Visão de futuro:

- Financeiramente capaz de investir para a melhor Educação, Extensão e Pesquisa em suas áreas de atuação;
- Referência em transformar pessoas e organizações;
- Consistentemente reconhecida por sua excelência com notas máximas pelo MEC e acreditada por agência internacional;
- Inovadora, com cultura digital, e em constante intercâmbio com a sociedade;
- Ambiente sempre inclusivo, justo, colaborativo e engajado.

2. Objetivos da Contratação

- **Reposicionamento de Marca:** Revisar a identidade institucional para se alinhar às novas tendências e expectativas do mercado educacional.
- **Fortalecimento da Marca:** Consolidar a presença da FECAP como uma instituição moderna, inovadora e relevante.
- **Unificação de Mensagens:** Garantir que todas as comunicações da instituição transmitam uma identidade visual e verbal coesa.
- **Atração e Retenção de Alunos:** Criar uma marca que ressoe com as aspirações dos alunos e que fortaleça o vínculo com ex-alunos e comunidade.
- **Experiência de Marca:** Desenvolver uma experiência consistente em todos os pontos de contato, incluindo digital, físico e eventos.

3. Escopo

- **Estratégia de Marca:**
 - Análise e diagnóstico da percepção atual da marca.
 - Pesquisa de mercado e mapeamento de concorrentes.
 - Definição de propósito, posicionamento e pilares estratégicos da marca.
- **Identidade Visual:**
 - Desenvolvimento ou modernização dos símbolos visuais.
 - Criação de um manual de identidade visual.
 - Definição de cores, tipografia, ícones e elementos gráficos.
- **Identidade Verbal:**
 - Definição de tom de voz e linguagem da marca.

- Elaboração de *slogans*, *taglines* e mensagens-chave.
- Manual de aplicação da identidade verbal em diferentes contextos.
- **Experiência de Marca:**
 - Planejamento de ações de branding para jornadas digitais e presenciais.
 - Criação de materiais de apoio para eventos institucionais.
 - Alinhamento da marca em todos os pontos de contato (site, redes sociais, campus, entre outros).
- **Treinamento Interno:**
 - Workshops para colaboradores e professores sobre o uso da nova identidade visual, escrita e verbal.
 - Integração da cultura institucional com a nova estratégia de marca.

4. Público-Alvo

- **Primário:**
 - Alunos e candidatos
 - Comunidade acadêmica
 - Ex-alunos
 - Empresas
- **Secundário:**
 - Famílias, pais e/ou responsáveis
 - Parceiros institucionais e patrocinadores
 - Comunidade local e imprensa

5. Cronograma e Prazos

- **Início do contrato:** janeiro 2025
- **Duração:** 6 a 12 meses com possibilidade de renovação.
- **Marcos principais:**
 - Pesquisa e diagnóstico: a definir
 - Apresentação da nova estratégia e identidade: a definir
 - Implementação e lançamento: a definir

6. Indicadores de Desempenho (KPIs)

Para garantir que o projeto de branding atinja os objetivos propostos, os seguintes indicadores serão monitorados:

- **Percepção de Marca:** Avaliar como diferentes públicos (alunos, candidatos, ex-alunos e comunidade) percebem a nova identidade.
- **Posicionamento competitivo:** Comparar o reconhecimento da marca com instituições concorrentes antes e após o *rebranding*.
- **Engajamento Digital:** Medir curtidas, compartilhamentos, comentários e menções nas redes sociais.
- **Tráfego no site institucional:** Verificar aumento no número de visitas e tempo médio de navegação nas páginas.

- **Captação de Alunos:** Avaliar junto ao time de marketing o aumento significativo no volume de leads qualificados e matrículas após a implementação da nova identidade.
- **Adesão Interna:** Alinhamento de colaboradores e professores com a nova cultura e estratégia.
- **Satisfação:** Avaliação positiva de alunos e *stakeholders*.

7. Apresentação das propostas

Dia: 29/10/2024 – **horário:** a definir

Tempo de apresentação: 1 hora, sendo 40 minutos para apresentação da proposta e 20 minutos para dúvidas

Na proposta deve conter: cronograma de execução, metodologia utilizada e valores.

Responsável técnico: Rafael de Cerqueira

Cargo: Gerente de Marketing

E-mail: rafael.cerqueira@fecap.br

Telefone: (11) 99283-8001

Responsável comercial: Ricardo Grossert

Cargo: Gerente de Projetos

E-mail: grupo.compra@fecap.br