

A MARCA FAZ.

INSIGHTS PARA
CONSTRUIR VALOR
EM TEMPOS DE CRISE

TIP
INSIGHTS



**ANA
COUTO**

A MARCA É, FAZ E FALA.

LAJE

TIP

INSIGHTS

TIP é iniciativa da Ana Couto e Laje para trazer conteúdo com transparência e inspiração para pessoas no tipping point da humanidade.



PAN.
PREFIXO QUE
DESIGNA TODOS,
TOTALIDADE.
NESSES TEMPOS,
VIMOS O QUANTO
PRECISAMOS SER
COLETIVOS.



All artwork by Eike König

Onde estamos?

Enquanto isso, vamos migrar de estados emocionais ao longo dessas semanas. Tudo bem estar embaixo, mas vamos buscar caminhos para subir.

**A VIDA PAROU
LÁ FORA,
MAS ESTAMOS
TODOS NO
MESMO BARCO
EMPATIA**

**VAMOS
SEGUIR
BUSCANDO
NOVAS
SOLUÇÕES
OTIMISTA**

**SINTO QUE
TUDO VAI DAR
ERRADO
ANGUSTIADO**

**ESTOU
CONFUSO
NÃO CONSIGO
PLANEJAR
FRUSTRADO**

Inspirado no modelo de Claes Janssen, Four Rooms of Change.



**NÓS DA ANA COUTO E LAJE
TEMOS ALGUMAS
IDEIAS, PROPOSTAS E AÇÕES
PARA COMPARTILHAR.**

Antes de começar...

Ano passado, fizemos uma pesquisa para entender o que aprendemos dos anos 1920 para nos prepararmos para esta nova década.

Esperávamos já uma grande revolução. Nos perguntamos se, assim como século passado, 2020 seria a década dos anos loucos, ferozes ou de ouro.

Parece que loucos e ferozes vieram com tudo. Será que o de ouro vem também?



O material está disponível no site anacouto.com.br e a palestra está no nosso YouTube.

1920 LOUCOS FEROCES OURO

— A década de 1920 recebeu estes nomes devido ao dinamismo fenomenal nos campos social, econômico, político, cultural, comportamental e artístico.

**O momento pede reflexão.
Mas também pede ação.**

Nossa tagline sempre acreditou na responsabilidade de ser, fazer e falar.

**A MARCA É,
FAZ E FALA.**



**Ser, fazer e falar começa com a personalidade.
Se uma marca fosse uma pessoa, quem ela
seria? Como seu propósito pode engajar seu
ecossistema hoje?**

**Como ter um impacto relevante,
com tanto para ser feito agora?**



ONDA

No framework Ondas do Branding avaliamos como as Marcas performam e são percebidas nas esferas de Marca, Negócio e Comunicação.

01 HARD SELL

- Produto no centro
- Custo-benefício
- Transacional

02 PAPEL NA MINHA VIDA

- Pessoa no centro
- Valor agregado
- Emocional

03 VISÃO DE MUNDO

- Propósito no centro
- Troca de valores
- Colaborativo

MARCA

AWARENESS

RELEVÂNCIA

PROPÓSITO

NEGÓCIO

LUCRO

CRIAR VALOR

ECOSSISTEMA DE VALOR

COMUNICAÇÃO

VENDER

CONEXÕES EMOCIONAIS

ENGAJAR

*Metodologia proprietária Ana Couto.

O que o contexto no momento nos exige:

Fazer um esforço de hard sell agora, nem pensar. Isso pode machucar muito a sua reputação.

É o momento de você colocar seu propósito em prática, entender seu ecossistema e como pode usar essa força para engajar ao máximo as pessoas para resolverem problemas reais que o contexto exige.



03 VISÃO DE MUNDO

- Propósito no centro
- Troca de valores
- Colaborativo

PROPÓSITO

ECOSSISTEMA DE VALOR

ENGAJAR

Entendemos que agora é o momento da onda 3.

VOLTARMOS AO NOSSO **PROPÓSITO** COMO
ELEMENTO DE CONEXÃO E IMPACTO.

FOCO NA COMUNIDADE. COMO CRIAR VALOR AGORA?
QUE PROBLEMAS REAIS PODEMOS RESOLVER?
QUAL O SEU **ECOSSISTEMA DE VALOR**?

COMO **ENGAJAR** AS PESSOAS PARA UM MOVIMENTO REAL
DE ACOLHIMENTO, TRANSFORMAÇÃO E IMPACTO?

03 VISÃO DE MUNDO

- Propósito no centro
- Troca de valores
- Colaborativo

PROPÓSITO

ECOSSISTEMA DE VALOR

ENGAJAR



**Já que o momento é de propósito, este é o nosso.
Embarca nessa conversa com a gente?**

**DESAFIAR PESSOAS E
ORGANIZAÇÕES A CRESCEREM
A PARTIR DE SEUS PROPÓSITOS.**



É PRECISO FAZER HOJE. KEEP IT MOVING.

Nosso papel aqui é
compartilhar propostas
para retomar a construção
de valor em 3 visões: negócio,
marca e comunicação.
Vamos em frente.



**Vamos criar um
futuro mais viável
e conectado.**

**A inovação
no presente nunca
se fez tão necessária.**

**É preciso agir
com consciência e
responsabilidade
frente ao contexto.**



O QUE PODEMOS FAZER AGORA PELAS NOSSAS MARCAS

1

**TODOS EM
ISOLAMENTO.
MARCAS VIVEM
DENTRO DE
CADA UM.**

2

**PROPÓSITO
PROPOSITIVO.
É TEMPO DE AÇÃO.**

3

**CRIATIVIDADE
É CONTAGIANTE.
TRAZ OTIMISMO
E COLABORAÇÃO.**

4

**BE NICE,
BE HUMAN.**



O QUE PODEMOS FAZER AGORA PELAS NOSSAS **MARCAS**

1

TODOS EM ISOLAMENTO. MARCAS VIVEM DENTRO DE CADA UM.

Sem os nossos lugares, artefatos e dispositivos, todos nós viramos a Marca ou instituição que representamos.

Marcas são como pessoas e são feitas por pessoas. Antes de virar discurso, um símbolo ou um nome inspirador, ela nasce e se transforma por quem a cria e por quem a consome.

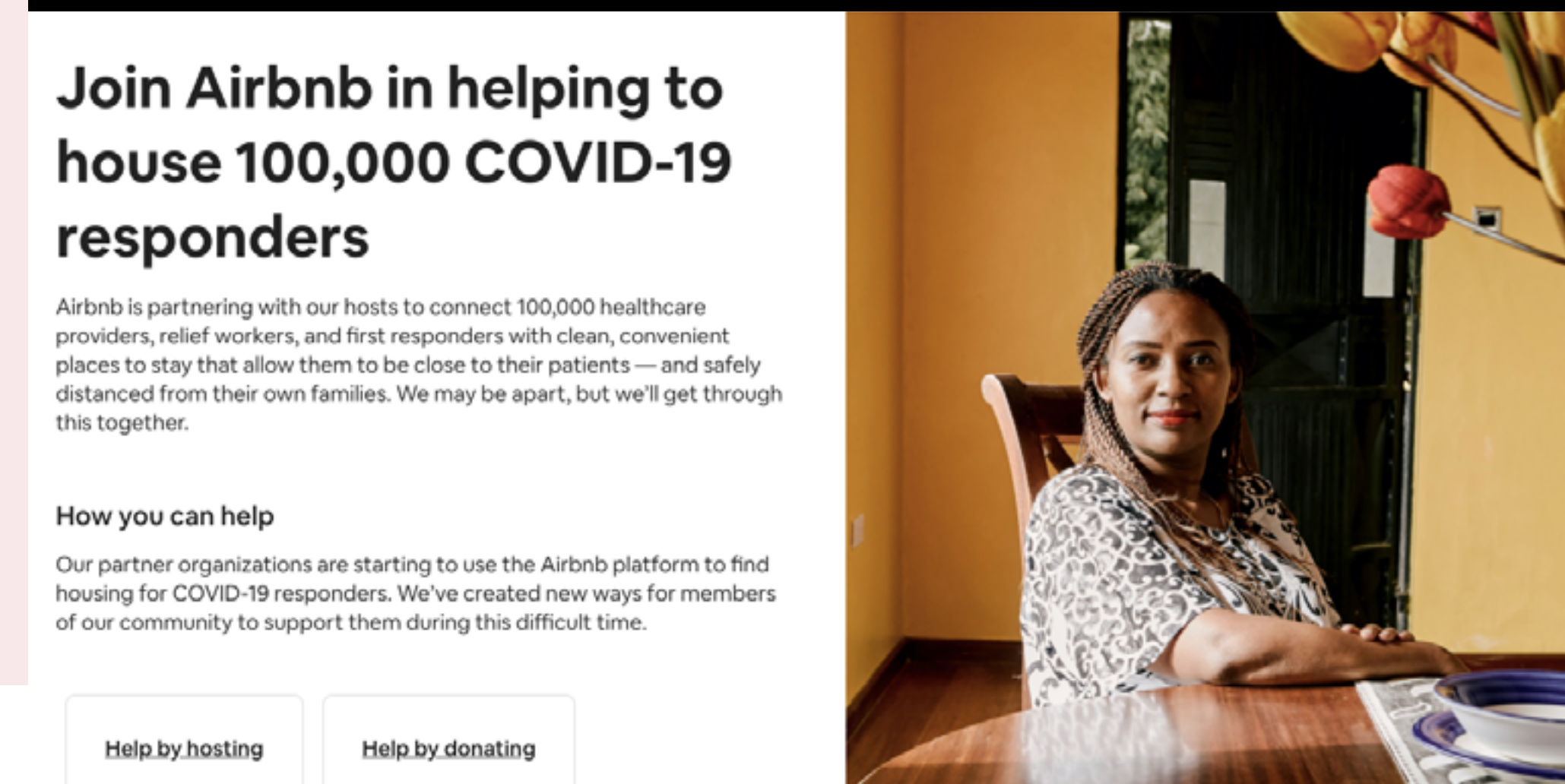


Marcas são verdades compartilhadas. O símbolo do que acreditamos.

A necessidade de (re)aprender o aprendizado, plugins para nos plugarmos uns aos outros, mesmo isolados e iniciativas para aproximar pessoas de suas necessidades, criando experiências relevantes.



ONU Brasil



Airbnb

O QUE PODEMOS FAZER AGORA PELAS NOSSAS **MARCAS**

2

PROPÓSITO PROPOSITIVO. É TEMPO DE AÇÃO.

Propósito é o que você, com o seu talento, pode trazer para a mesa e causar um impacto positivo no mundo.

Estamos no momento de agir agora. Propor soluções, operar coletivamente e melhorar o mundo. É esse senso de comunidade, com proposição de ideias, que vai resolver.



A ligação entre ser e fazer estará mais forte ainda depois disso.

Natura sensibiliza com o #CadaPessoaImporta e marcas como Burger King e Heinz contribuem para solucionar os problemas, o primeiro com foco na saúde e o segundo na alimentação infantil. Itaú lança campanha voltada para grupo de risco ensinando a usar serviços do banco em casa.

Vamos nos
unir para
cuidar da
nossa rede
de relações.



Cada
Pessoa
Importa

Natura #cadapessoaimporta. Design by Ana Couto



Burger King Brasil irá doar para o SUS parte das receitas da venda de seus sanduíches e da rede Popeyes entre 16 de março e o final deste mês. Crédito: Burger King Brasil/ Facebook

BREAKFAST ISN'T
GOING ANYWHERE.

Over the next 8 weeks, Heinz and our partner Magic Breakfast are committed to providing 12 million free breakfasts for the many schoolchildren who still need them the most.



HEINZ magic
breakfast
Good for learning

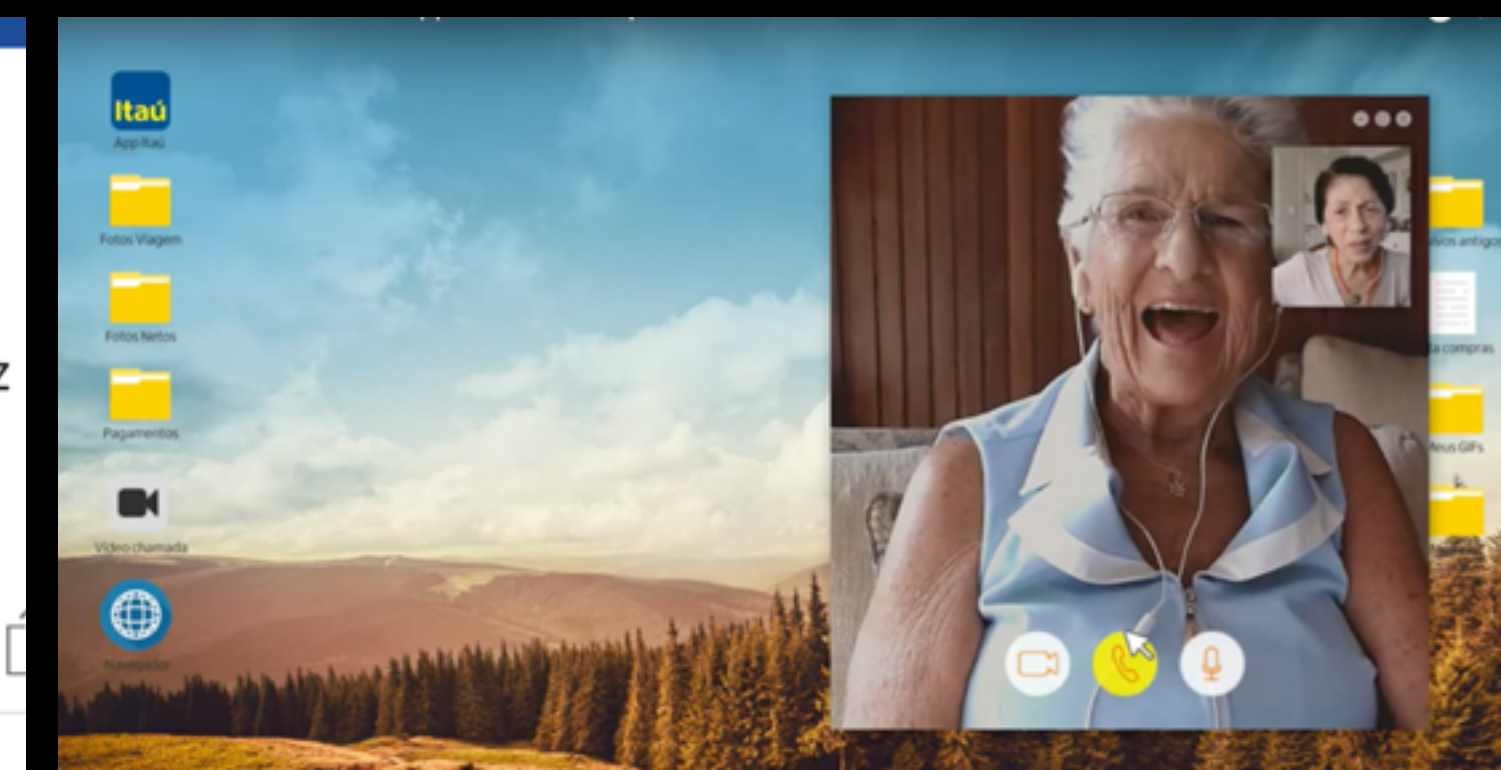
ELIO GASPARI

O que você fez durante a
epidemia?

Quando a crise passar, veremos quem fez
o quê

por

29/03/2020 04:30
atualizado 29/03/2020 04:30



O QUE PODEMOS FAZER AGORA PELAS NOSSAS **MARCAS**

3

CRIATIVIDADE É CONTAGIANTE. TRAZ OTIMISMO E COLABORAÇÃO.

As grandes ideias que “hackeiam” problemas e contagiam com soluções em rede já eram realidade. Esta é a nossa necessidade primordial agora.

Mais do que nunca, precisamos de grandes ideias circulando e se multiplicando.



É um momento da criatividade coletiva. Fora da caixa era ontem. Queremos agora o que está fora do eixo. O que subverte formatos e estéticas, que educa, esclarece, inspira e provoca transformações positivas.

Criatividade em todo lugar, seja desenvolvendo novos tipos de respiradores, seja a revista espanhola sobre futebol Libero trazendo dados sobre jogos ganhos “em casa” para estimular o público a permanecer em casa.



Revista Libero

Diante da alta demanda, eles tiveram uma segunda ideia: modificar uma máscara de mergulho já existente no mercado para criar uma máscara assistida por ventilação para hospitais.



Italianos adaptaram máscara de mergulho para uso em hospitais Foto: Reprodução / Isinnova



Johnny Brito

An unconventional coronavirus survival guide.
Max Siedentopf



3.DESIGN A HAUTE COUTURE OUTFIT USING KITCHEN UTENSILS

O QUE PODEMOS FAZER AGORA PELAS NOSSAS **MARCAS**

4 BE NICE, BE HUMAN.

Estamos aprendendo e nos habituando a ficar distantes uns dos outros. Se Marcas são como pessoas, que elas resgatem o que há de mais humano dessa relação.

Quanto mais virtuais, tudo o que fizermos deverá ser proporcionalmente mais afetuoso, sensível e divertido para nos reconectarmos com as pessoas.

O app Calm pede às pessoas para respirarem, ficarem calmas e oferece rotinas de meditação, playlists e recursos diversos para ajudar no autocuidado. Precisamos também de uma nova estética, humana, improvisada e afetiva, como a que mostrou o Jimmy Kimmel.



Pinterest



Following

Stay safe. Stay inspired.

15 sections · 348 Pins · 1,227,435 followers

A board filled with ideas from the Pinterest community for feeling better.

World Health Organizatio...



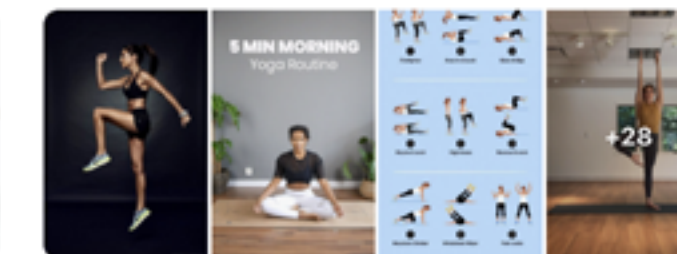
Comforting words



Great recipes, simple ingr...

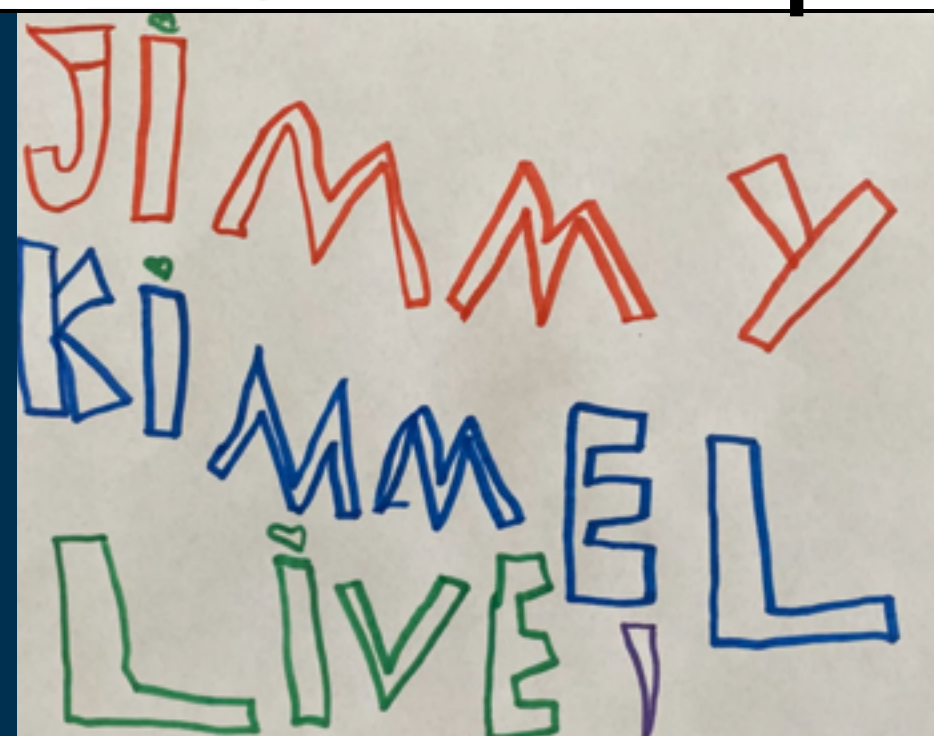


Workouts to destress



Your home, organized

Calming nature scenes



Marca Jimmy Kimmel Live “revitalizada” por sua filha em tempos de isolamento.

Orquestra Filarmônica de Rotterdam tocando virtualmente.



Calm



take a
deep breath

Soothing meditations

Sleep meditations

Sleep Stories

Calm Music

Calm Body

Calm Masterclass

Calm Kids

Mindfulness Resources

Practices to find ease

O QUE PODEMOS FAZER AGORA PELOS NOSSOS NEGÓCIOS

5

**VIRTUAL É O
NOVO NORMAL.
AGORA VAI.**

6

**INOVAR É
SOLUCIONAR
PROBLEMAS
REAIS DAS
PESSOAS AGORA.**

7

**UMA NOVA
ORQUESTRAÇÃO.
AUTONOMIA,
AGILIDADE E
ALINHAMENTO.**

8

**TEMPOS DE
COOPETIÇÃO.
SEU ECOSSISTEMA
É O SEU MAIOR
ALIADO.**



O QUE PODEMOS FAZER AGORA PELOS NOSSOS **NEGÓCIOS**

5 VIRTUAL É O NOVO NORMAL. AGORA VAI.

A transformação digital foi intensificada nos últimos anos e, hoje, é necessária. Além disso, por muito tempo vinha junto o estigma da desconexão. O virtual era o que nos distanciava uns dos outros.

Hoje, vemos o contrário. São essas ferramentas que fazem a ponte entre a

gente, seja no pessoal ou no profissional. Garantem a nossa possibilidade de conexão técnica e afetiva. Temos a oportunidade de acelerar e entender este papel agora, da tecnologia que possibilita o afeto.

Serviços básicos migrando para o modo delivery e ferramentas como Whereby facilitando a comunicação entre times.



leblonsimpleorganic

delivery

Simple Organic



durante o mês de março estaremos trabalhando com delivery personalizado, entregando seus produtos em casa com muito amor e responsabilidade

nos envie um direct ou WhatsApp (link na bi)

ATENÇÃO!

ESTAMOS EM UM MOMENTO DE **ALERTA**, NÃO DE **PÂNICO**. **INFORME-SE** EM FONTES CONFIÁVEIS! SE FOR O CASO, USE NOSSA **ENTREGA GRÁTIS**

2639-9206

- PEDIDOS DE 23 a 45 e ENTREGAS 5^{as} FEIRAS.
- MÍNIMO DE R\$50,00
- DISTÂNCIA DE 5 Km (MÁXIMA)
- ATÉ 03/04/20
- FORA DESSAS CONDIÇÕES, CONSULTE VALOR.

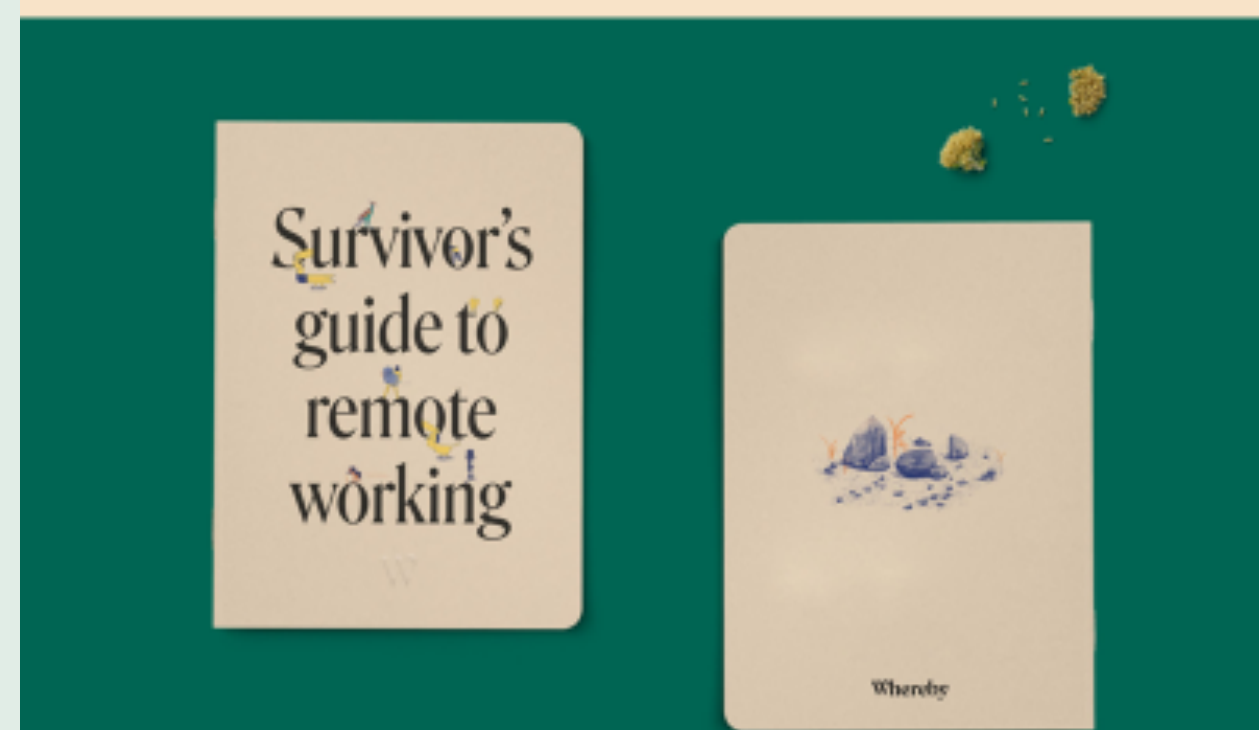
vegmais.copacabana02
Copacabana, Rio de Janeiro

NÃO QUER SAIR DE CASA?

VEG+

vai até você!

Compre pelo Whatsapp:
(21) 97490-4813
(21) 2513-1248



O QUE PODEMOS FAZER AGORA PELOS NOSSOS **NEGÓCIOS**

6 INOVAR É SOLUCIONAR PROBLEMAS REAIS DAS PESSOAS AGORA.

Relevância se mede com transformações reais. No contexto atual, inovar é atuar nos problemas que já se apresentam.

Empatia e foco no usuário são as capacidades que mais estamos exercitando em tempos de crise.



Marcas ajudam as pessoas a manterem suas rotinas. Academias fazem treinos virtuais, plataformas criam conteúdo especial para os dias em casa e até cafés de bairro mantêm o hábito de ler histórias para as crianças que frequentam o ambiente com suas famílias.

Creative Inspiration

How to keep kids creatively occupied during coronavirus

From downloadable colouring books to virtual illustration lessons, here is CR's go-to guide on artistic activities for children – and adults – to get stuck into during the ongoing lockdown

By Aimée McLaughlin 27/03/2020

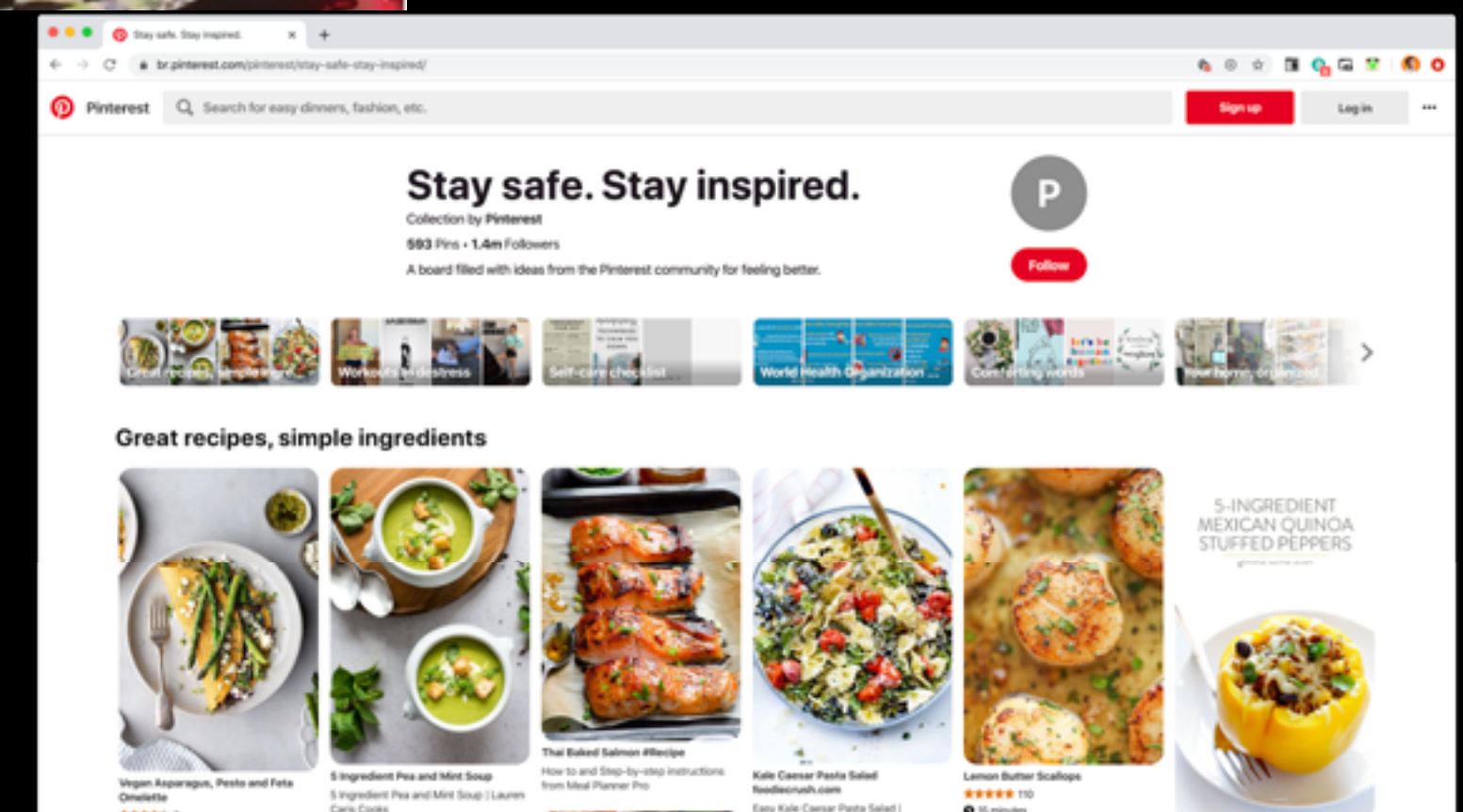
The Great Indoors by Scouts



Actually commissioned prior to the coronavirus outbreak, Scouts teamed up with Young Studio to create an illustrated guide of over 100 home-based activities. The aesthetically pleasing guide is filled with craft ideas, games and how-to guides designed to keep little ones both entertained and educated.

Coffeehouse uses virtual story time to interact with regulars

by Anna Weeks | March 24, 2020 5:46 pm



O QUE PODEMOS FAZER AGORA PELOS NOSSOS **NEGÓCIOS**

7

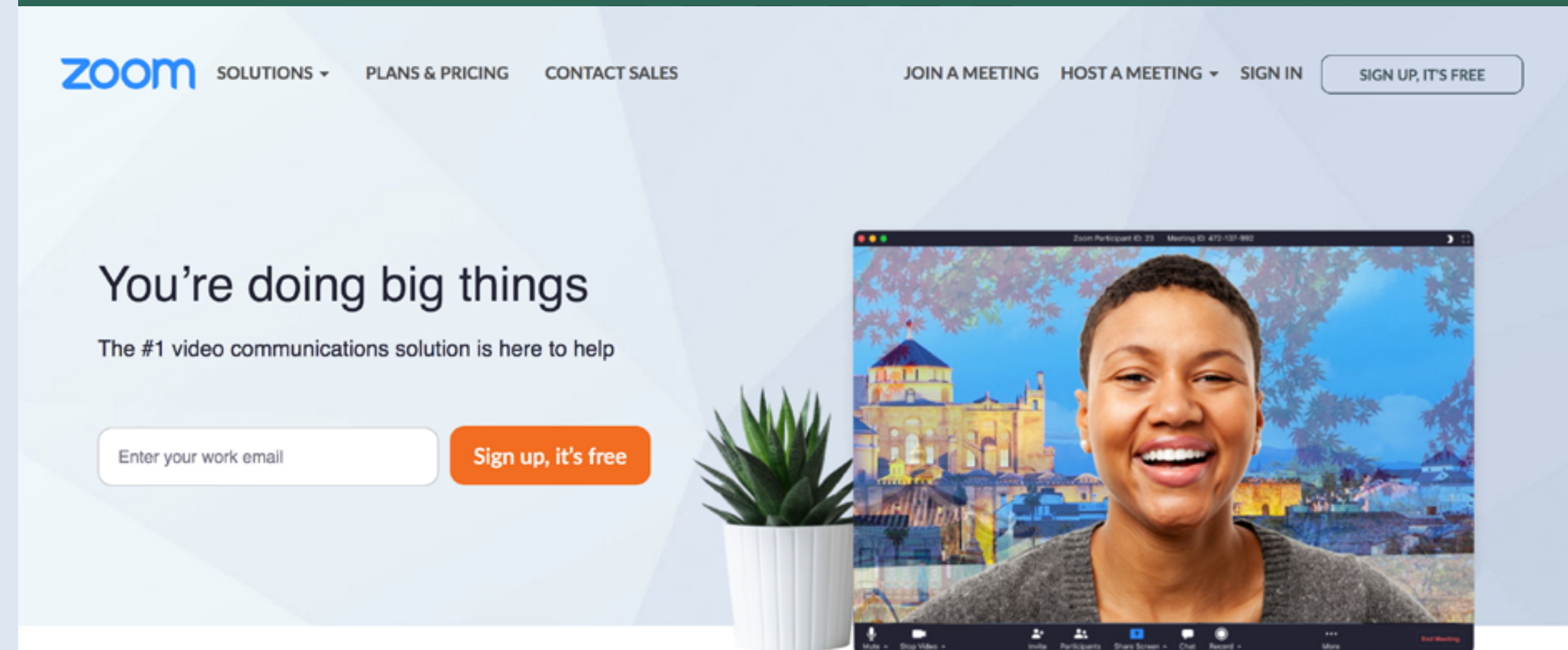
UMA NOVA ORQUESTRAÇÃO. AUTONOMIA, AGILIDADE E ALINHAMENTO.

Triple A: agilidade, autonomia, alinhamento. Mais do que nunca precisamos gerir e dar conta de times e negócios que precisam atuar de forma autônoma e rápida.

O momento é de construir e colocar à prova as relações de confiança que se tem com

cada um. Temos visto que o mundo funciona - ainda que de forma diferente - com cada um nas suas casas. O caminho é via confiança.

Ferramentas de comunicação, usadas de forma pontual, hoje são realidade para trabalhar e estudar.



CORONAVÍRUS

Zoom vira sucesso com avanço da Covid-19

Em pouco mais de um mês, app ganha 12 milhões de adeptos graças à agilidade para conectar grandes grupos



8

TEMPOS DE COOPETIÇÃO. SEU ECOSISTEMA É O SEU MAIOR ALIADO.

Precisamos já assumir que o modo de fazer mudou e vamos construir outro. Não se trata de fazer mais com menos. Em tempos confusos, nada pior que o exagero.

Entretanto, precisamos continuar fazendo. Entenda o seu ecossistema e otimize

recursos. É hora de se conectar mesmo com quem é seu concorrente.

Estamos vivendo tempos de coopetição.

Na Argentina e no Brasil, jornais diversos fizeram uma ação coordenada para lançar a mesma capa. Operadoras de telefonia se juntam, pedindo às pessoas que fiquem em casa. Itaú, Bradesco e Santander se unem para financiar pequenos negócios.



VIVO, CLARO, OI e TIM
SE UNIRAM PARA
VOCÊ PODER FICAR
EM CASA CONECTADO
A TUDO QUE IMPORTA.



FIQUEBEM
FIQUEEMCASA



O QUE PODEMOS FAZER AGORA PELA NOSSA COMUNICAÇÃO

9

**NÃO É HORA DE
FOCAR EM VENDA.
É HORA DE BUSCAR
RELEVÂNCIA.**

10

**FALAR MENOS E
FAZER MAIS.**

11

**MÍDIAS SÃO AS
NOVAS PRACAS,
EVENTOS E PONTOS
DE ENCONTRO.**

12

**ALÉM DO LIKE.
ENGAJAMENTO É
PODER DE AÇÃO E
DE CONSTRUIR
NOVAS REALIDADES.**



9

NÃO É HORA DE FOCAR EM VENDA. É HORA DE BUSCAR RELEVÂNCIA.

O foco é na Onda 3. Construir valor com propósito no centro e engajando o ecossistema. Seja dando o exemplo, seja chamando para a ação. Entenda seu talento, absorva o contexto e aja.

Além disso, precisamos refletir, observar, conversar e aprender com quem está do nosso lado. É o momento de menos polarização e de aprender mais com o diferente.

A Patagonia fechou temporariamente seu e-commerce e reduziu a operação, garantindo pagamento a todos os colaboradores, como consta na carta da CEO publicada no website. Campanha #QueroUmGuia da Guide Investimentos usa sua vocação para resolver inseguranças com relação ao seu dinheiro.



patagonia



Dear Patagonia community,

The COVID-19 pandemic is taking over communities around the world at an astounding rate. While testing availability in the United States is still limited, and so the extent of the virus's spread is largely unknown, we want to do our part to protect everyone. The safety of our employees and our communities is our top priority, and we are taking responsible precautions to help stop the spread of this scary virus where we can.

We have temporarily closed our stores, offices and other operations in the United States. We have also closed stores and offices in Argentina, Chile, Japan and across Europe. Our Australia and South Korea operations will continue on a modified work schedule in stores and offices, with some stores closed depending on location. Employees who can work from home will do so. All Patagonia employees will continue to receive their regular pay during these closures.

G

A Guide decidiu ajudar você e seus investimentos neste momento de incertezas.

G

Poste sua dúvida sobre investimentos com a #QueroUmGuia. A gente responde.

G



#QueroUmGuia

Guide
mais vida no seu dinheiro

O QUE PODEMOS FAZER AGORA PELA NOSSA COMUNICAÇÃO

10

FALAR MENOS E FAZER MAIS.

Todo dia somos bombardeados com informação e com mensagens que não constroem nada.

Informação demais vira ruído e passa despercebida. É hora de fazer e não só falar. Fale menos, mas fale com relevância e com planos de ação claros.

Marcas como Uber Eats, Rappi e Stella Artois vão além do discurso com iniciativas para os mais atingidos. Pessoas começando movimento de cuidar dos entregadores.



Rappi disponibiliza Rappi Prime de graça para usuários idosos

Nina Gattis, editado por Lilliane Nakagawa 26/03/2020 17h45



Vamos apoiar a nossa comunidade.
Peça de um restaurante local.

Entrega grátis em milhares de restaurantes independentes.

Peça aqui

Termos e condições: tuber.com/Loca

22:02 31%

Wellington Silva Santos
Seu Rappi

fala meu querido, tudo bem?
35 minutos atrás

como ta ai no restaurante?
33 minutos atrás

acabei bde chegar tá de boa
27 minutos atrás

esse lanche é seu, ok?
27 minutos atrás

não só entrego
27 minutos atrás

quando pegar, pode encerrar a corrida e
pegar pra você
27 minutos atrás

é pra você jantar
26 minutos atrás

tá obrigado
26 minutos atrás

agradeço sua correria aí!
26 minutos atrás

bom apetite
26 minutos atrás

vou levar pro meu filho
25 minutos atrás

obrigado
25 minutos atrás

ninguém nunca fez isso
25 minutos atrás

obrigado
25 minutos atrás

Caio Lima em
@_caiolima

Gente, acabei de ver uma idéia que achei muito legal. Nesse período de quarentena, algumas pessoas não podem parar, como os entregadores de app. Assim, podemos pedir refeições pra eles para que eles se alimentem. Isso já ajuda. Rola em qualquer app, Rappi, Ifood ou Uber Eats.

O QUE PODEMOS FAZER AGORA PELA NOSSA COMUNICAÇÃO

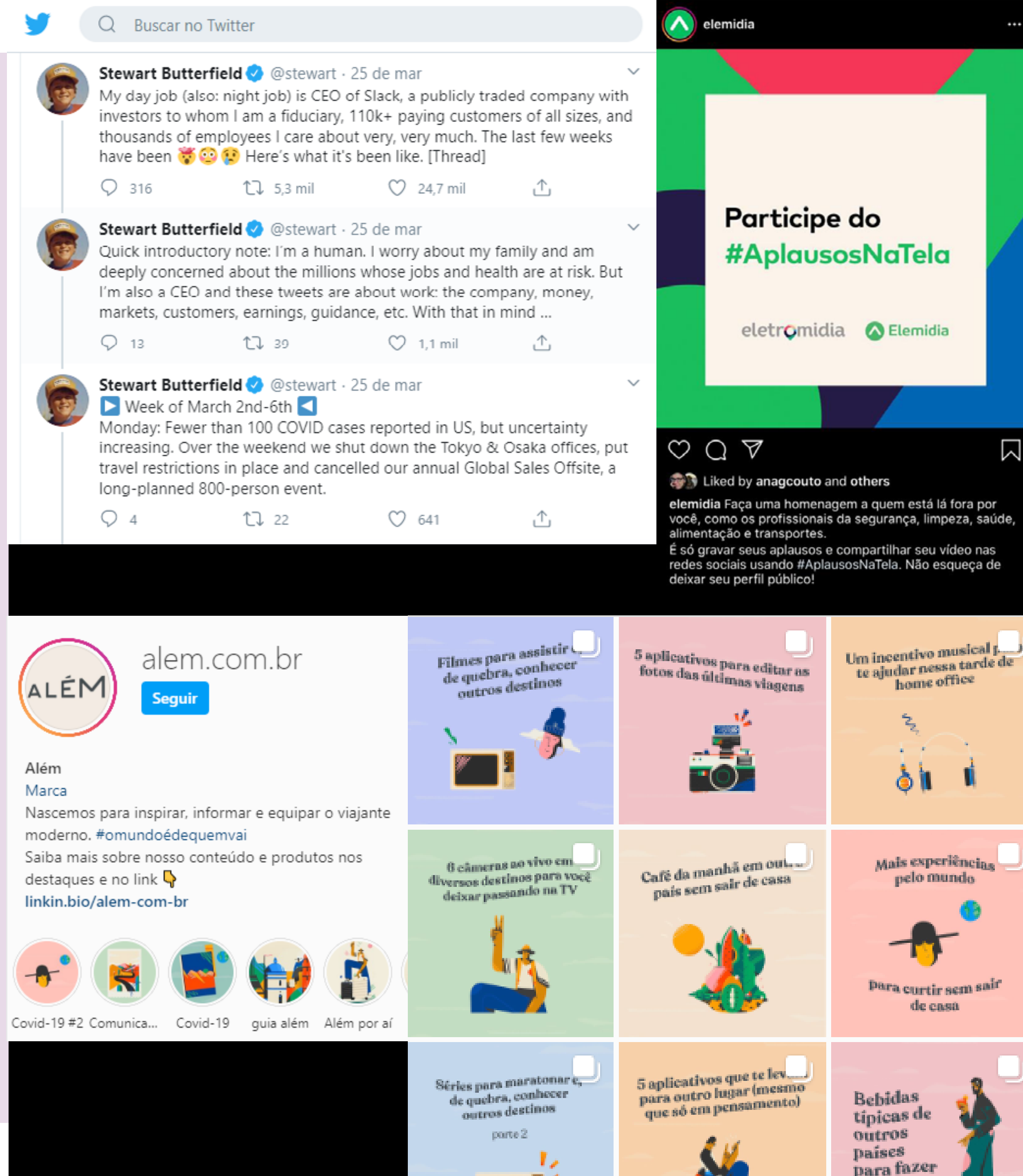
11

MÍDIAS SÃO AS NOVAS PRACAS, EVENTOS E PONTOS DE ENCONTRO.

Na década passada, vimos as redes sociais ganharem uma importância enorme. Hoje, aprendemos que nossos canais, veículos e redes são os pontos de encontro da humanidade. Uma nova socialização.

Se a importância de transmissão de conteúdo estava dada, agora se destaca a sua importância social e cívica.

No Twitter, o CEO do Slack faz um diário de bordo sobre decisões da empresa e conversa sobre o cenário atual. No Instagram, a empresa de viagens Além cria roteiros virtuais (de viagem e de conteúdo) para o público fazer durante o período de isolamento.



O QUE PODEMOS FAZER AGORA PELA NOSSA **COMUNICAÇÃO**

12

ALÉM DO LIKE. ENGAJAMENTO É PODER DE AÇÃO E DE CONSTRUIR NOVAS REALIDADES.

Poder de ação é a nova comunicação. Quem não for relevante hoje será cobrado disso lá na frente.

Se o “like pelo like” ficou na década passada, neste início de anos 20 Marcas devem cumprir seus papéis de líder e de cidadã para construir essas novas realidades.

Ambev coordena esforços para produzir álcool em gel e Nubank implementa medida econômica trazendo soluções para milhares de pessoas.



Buscar

Valor | Finanças

Nubank cria fundo de R\$ 20 mi para apoiar clientes na crise do coronavírus

Fintech estabeleceu parceria com Hospital Sírio-Libanês, plataforma de terapias Zenklub, empresas de entregas iFood e Rappi e loja de produtos de pet shop Zee.Dog



FIAT



AUTO
ESPORTE

Fiat e Jeep anunciam criação de hospitais de campanha em MG e PE e ajuda no conserto de respiradores

Empresas vão auxiliar fabricantes de ventiladores pulmonares na compras de suprimentos. Toyota também disse que vai arrumar ventiladores pulmonares.



TAKEAWAYS 1.0

Compartilhamos aqui os principais aprendizados dessas três primeiras semanas e acreditamos que o que está aqui continuará valendo. Em breve, traremos novos insights, já que estamos aprendendo mais conforme o mundo vai acontecendo.

#somajunto

MARCA

Marcas precisam recuperar o que têm de mais humano, ouvindo e fazendo do seu propósito algo propositivo. Marcas são plataformas vivas de criação.



NEGÓCIO

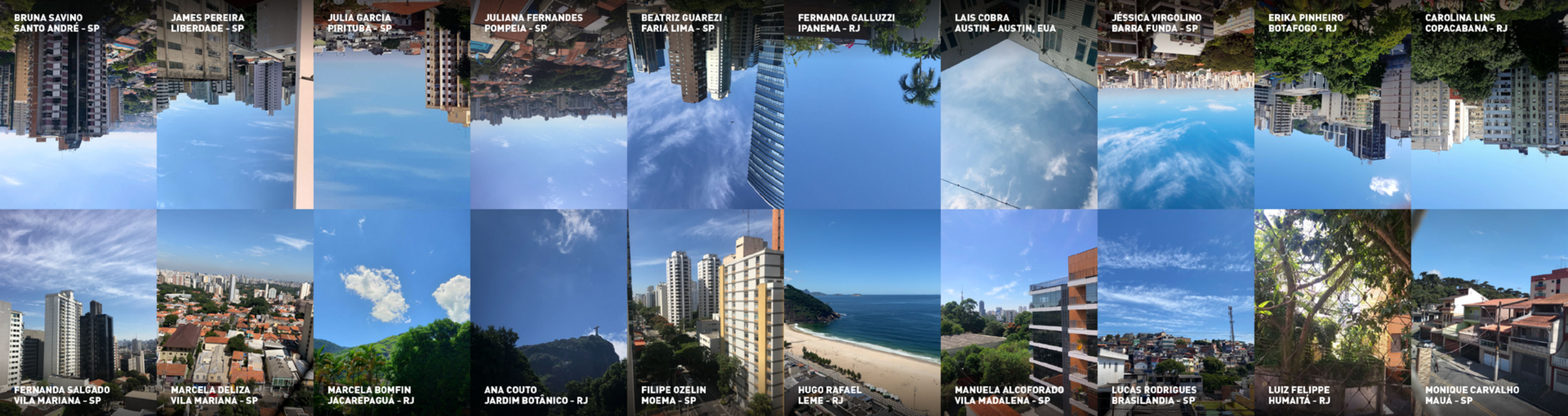
Ver oportunidade na crise, migrar para o virtual e focar em necessidades reais vai separar o que é importante do que não é. O que vai ficar com a gente e o que vai ser deixado para trás.

COMUNICAÇÃO

Engajar agora é agir, é colocar em prática. O like ficou nos anos 10. Pense o que você gostaria de ver acontecer. Poder de ação é a nova comunicação. Faça algo, faça agora.

**LEMBRANDO
QUE MARÇAS
FORTES SÃO,
FAZEM E FALAM.**





Enquanto isso, a beleza da vida lá fora. **Conectados pelo céu:** registros de algumas janelas da equipe Ana Couto e Laje numa manhã de sexta-feira.






A MARCA FAZ.

**INSIGHTS PARA
CONSTRUIR VALOR
EM TEMPOS DE CRISE.**

TIP
INSIGHTS

ANA COUTO

Há mais de 25 anos é parceira estratégica de seus clientes, construindo valor para Marcas por meio do propósito. Desenvolve Estratégias de Marca e Publicidade para alinhar Marca, Negócio e Comunicação.

 anacouto.com.br
 contato@anacouto.com.br
 [anacouto.ag](https://www.facebook.com/anacouto.ag)
 [anacouto.ag](https://www.instagram.com/anacouto.ag)
 Ana Couto

Rio de Janeiro

Praça Santos Dumont, 80 – Gávea
tel.: 21 3205 9970

São Paulo

R. Mourato Coelho, 1404, 1º andar -
Vila Madalena | tel.: 11 3089 4949



**ANA
COUTO**

A MARCA É, FAZ E FALA.

LAJ**E**