

6º PRÊMIO


DIREÇÕES
ABICALÇADOS



INTER NACIONA LIZAÇÃO

CATEGORIA
PRÊMIO



DISPOSIÇÕES GERAIS:

1. O Caso Prático deverá ser escrito em fonte Arial, tamanho 12, espaçamento simples;
2. Estruture o Caso Prático de forma detalhada, mas obedecendo ao limite de páginas de cada tópico;
3. O Caso Prático deverá ser salvo preferencialmente em formato *.PDF e enviado para a Abicalçados através do e-mail direcoes@abicalcados.com.br juntamente com Logotipo da marca citada no Caso Prático (em alta resolução, em formato *.jpeg ou *.ai).

ESTRUTURA PARA O CASO PRÁTICO:

A estrutura abaixo é um guia completo de apoio criado pela Abicalçados que tem por objetivo auxiliar as empresas na construção dos cases.

1. Capa (1 página)

Identificar o nome da ação/projeto, logomarca da empresa/marca, nome dos responsáveis pela ação, ano de realização.

2. Contexto da Empresa no momento da ação/projeto (2 páginas)

Apresentar o cenário (político, econômico, social, tecnológico e setorial) em que a empresa se encontrava durante a execução da ação/projeto, assim como o apresentar o cenário/mercado internacional alvo das ações desenvolvidas.

Apresentar a marca da empresa e seu conceito para o mercado internacional como, por exemplo, logomarca, identidade visual, descrição da identidade da marca (o que ela representa) e do conceito (a que se propõe).

3. Justificativa da ação/projeto (2 página)

Identificar o motivo pelo qual a ação/projeto foi realizada. Apresentar as oportunidades e o potencial identificado no(s) mercados(s).

4. Planejamento e Estratégia (2 página)

Descrever de forma breve o planejamento e/ou o(s) objetivo(s) da empresa (onde a empresa quer chegar?).

Identificar a relação entre os objetivos da empresa e os objetivos específicos da ação no mercado internacional (por que essa ação é estratégica?).

Identificar a implicação dessa ação/projeto no planejamento da empresa.

5. Implementação (6 páginas)

Descrever sobre o planejamento e execução desta ação/projeto no mercado internacional.

Identificar quais foram as ações de posicionamento internacional que reforçaram a imagem da marca (participação em evento, feira, lançamento, coletiva de imprensa, outros).

Identificar como essa ação/projeto é diferenciada e por que deve ser reconhecida.

6. Resultados (4 páginas)

Apresentar os resultados qualitativos e quantitativos da inserção da marca no(s) merca-



do(s)-alvo das ações, descrevendo a metodologia e obtenção dos mesmos. Quais foram os resultados em negócios para a empresa? Existe um crescimento histórico? Quais os valores que expressam esse crescimento? Existe algum dado sobre reconhecimento de marca?

7. Anexos (7 páginas)

Anexar evidências de sucesso da ação/projeto (fotos, imagens, gráficos, links de vídeos, depoimentos de clientes, de diretores da empresa, etc).

PREMIODIRECOES.COM.BR

6º PRÊMIO



DIREÇÕES

ABICALÇADOS

REALIZAÇÃO



PATROCÍNIO

