



*PLANO ANUAL 2023*  
*Documento de Referência*  
*Programa Nacional*  
*Gestão da Marca*





## 1. Dados Básicos

**Nome do Programa Nacional:** Gestão da Marca

**Unidade Coordenadora:** Unidade de Comunicação

**Gestor:** Jamile Guerra Messias Sales

## 2. Objetivo do Programa Nacional

Promover a imagem institucional do Sebrae, por meio do desenvolvimento e da disseminação de estratégias de gestão de branding para nortear a comunicação de todo o Sistema.

## 3. Vinculação com a Estratégia

**Objetivos Estratégicos:** Compartilhar e integrar recursos visando à eficiência operacional

**Eixo de Atuação:** Programa Habilitador

**Metas Mobilizadoras Organizacionais:** Não se aplica

## 4. Indicadores de Resultado do Programa Nacional

- Imagem junto aos Pequenos Negócios
- Imagem junto à Sociedade

## 5. Público

- Rede Sebrae: Imprensa, Governo e Sociedade geral
- Público direto: Clientes
- Público interno: Sistema Sebrae

## 6. Descrição do Programa Nacional

O Programa Nacional de Gestão de Marca abarca desde a elaboração das estratégias básicas de marca até sua aplicação prática em toda a comunicação do Sistema Sebrae. Dedicar-se a fazer com que a imagem do Sebrae seja expressa por um mesmo repertório verbal e visual de norte a sul do País, na internet ou presencialmente, no trato com a sociedade ou com parceiros. Assim permite que em qualquer lugar em que esteja marca, ela represente uma mesma personalidade, fale com o mesmo tom de voz, transpareça os mesmos valores. Pretende ainda definir uma estratégia unificada de gestão de marca no Sistema, fazendo com que as peças de comunicação e os pontos de contato com o cliente, por exemplo, conversem entre si, e guardem uma mesma identidade.



## 7. Temas Indutores

- a) Readequação de pontos de contatos com a marca (*touchpoints*), a partir das definições de branding. Inclui ajustes em todos os meios e peças digitais ou não, onde haja manifestação da marca.
- b) Ações de Comunicação para fortalecimento do posicionamento, dos pilares e dos atributos de marca, incluindo:
- Campanhas para fortalecimento regional e/ou local do posicionamento da marca, em convergência com as orientações nacionais.
  - Campanhas de produtos vinculados aos pilares da marca (gestão de negócios, ambiente de negócios e cultura empreendedora) e que reforcem as estratégias definidas pelo trabalho de branding.
- 

## 8. Regras Específicas

Não há.



**SEBRAE**

**50+50**

