

Plano Anual 2025
Documento de Referência
Processo Nacional
Gestão da Marca



1. Dados Básicos

Nome do Processo Nacional: Gestão da Marca

Unidade Coordenadora: Unidade de Comunicação

Gestor: Jamile Guerra

2. Objetivo

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. Indicadores de Desempenho:

- Imagem junto à Sociedade

A meta mínima a ser proposta para os indicadores é o desempenho alcançado pelo Sebrae/UF na última medição disponível.

4. Público:

- Público Interno
- Público Direto
- Rede Sebrae

5. Descrição do Processo:

O Processo de Gestão de Marca engloba desde a elaboração das estratégias 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. Assim, permite que em qualquer lugar em que esteja a marca, ela represente uma mesma personalidade, fale com o mesmo tom de voz, transpareça os mesmos atributos. Por fim, fomenta a consistência de marca no Sistema Sebrae, fazendo com que os pontos de contato da marca guardem uma mesma identidade.

6. Temas Indutores

a) Readequação de pontos de contatos com a marca (*touchpoints*), a partir das diretrizes de *branding*. Contempla mudanças em todos os espaços em que haja a manifestação da marca, incluindo a sinalização das agências de atendimento.

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*.

7. Lista de Documentos Complementares:

- Diretrizes para a Atuação do Sistema Sebrae em Comunicação;
- Brand Book;
- Manual de Sinalização;
- Pesquisa de Imagem junto à Sociedade 2023.

8. Orientações Operacionais

- A CSN pode contemplar os seguintes tipos de ações de Comunicação: Sinalização das Agências de Atendimento, Campanhas Publicitárias (online e offline), Comunicação Interna/Endomarketing, Branding e Design, Assessoria de Imprensa, Experiência de Marca e Criação e Produção de Conteúdo de Audiovisual.
- Os recursos podem ser utilizados para criação e planejamento, produção e mídia.
- O recurso de CSN não poderá ser usado para concessão de prêmios, patrocínio e realização de eventos.
- Os projetos/processos vinculados ao Processo de Gestão da Marca precisam obrigatoriamente prever meta relacionada ao Índice Imagem junto à Sociedade.
- É facultada a vinculação de um ou mais projetos/processos ao Processo de Gestão da Marca.
- A análise da Gestora Nacional avaliará: meta mínima do indicador obrigatório, marcos críticos detalhando as ações de comunicação a serem realizadas e previsão de recurso por ação de comunicação.
- O Relatório Anual de Gestão, a ser apresentado em 2026, deverá conter os seguintes tópicos: principais ações, análise de resultados obtidos, análise de recursos financeiros, vinculação das ações com os pilares de marca, atributos de marca reforçados pelas ações, boas práticas, justificativa de falhas de desempenho, próximos passos e apresentação de peças/campanhas.
- A não aprovação do Relatório poderá implicar na suspensão da participação do estado no Processo de Gestão da Marca do ano seguinte.

