



BRAND STRATEGY

Posicionamento de Marca

Liv Up

17 de Junho de 2026

DESAFIO

Revisar o posicionamento estratégico e a proposta única de valor da Liv Up: redescobrir o DNA que já existe e amplificá-lo numa nova envelopagem narrativa, com fit cultural, que diferencie a marca no cenário competitivo atual e desdobre atributo-chave e mensagens para cada linha de produto.

ONDE QUEREMOS CHEGAR

Criar diretrizes estratégicas de marca que traduzam a verdade da Liv Up em um discurso de marca capaz de sustentar o seu novo posicionamento, garantindo uma comunicação consistente e de destaque na categoria de alimentação saudável.

Consolidar o lugar de quem abriu a categoria e segue à frente dela.

ESCOPO

1 | Deep Dive

Etapa de investigação sobre as diferentes percepções da marca Liv Up, contemplando os olhares de suas lideranças, parceiros e clientes próximos. Queremos escutar os stakeholders mais relevantes para o modelo de negócio da Liv Up, mapeando o que já é admirado por eles e o que gostariam que fosse diferente na marca e na categoria, as suas dores. Em paralelo, aprofundamento nas pesquisas e materiais estratégicos existentes e desenvolvimento de pesquisa de tendências e benchmark de concorrentes e players inspiradores para o novo momento da marca.

1.1 Kickoff

Reunião para início de trabalho entre lideranças Rastro e Liv Up, para coleta de expectativas de sucesso do projeto, alinhamento com duração de até 2 horas de cronograma detalhado e prazos previstos, compartilhamento de diretrizes estratégicas e outras informações para aprofundamento do time.

1.2 Deep Dive

Etapa para aprofundamento e pesquisa contemplando:

- **Análise de Materiais & Pesquisas Recentes:** leitura do acervo estratégico, do Brandbook atual e das pesquisas de saúde de marca já realizadas.
- **Tendências (Alimentação Saudável):** scan dos sinais de mercado e cultura que abrem espaço para conexão autêntica.
- **Entrevistas 1:1 com lideranças e clientes/parceiros (até 5):** calls individuais, com roteiro padrão alinhado previamente, de até 45 min cada, para colher percepções e expectativas sobre marca e categoria. As gravações são disponibilizadas para análise posterior.

Obs.: A disponibilidade de horário e o agendamento com entrevistados é de responsabilidade do cliente, podendo interferir no cronograma projetado para o trabalho caso ultrapasse a janela de datas prevista para essa etapa.

- **Análise de Concorrência (até 4 players):** leitura de como concorrentes se apropriam e comunicam seus diferenciais.
- **Brand SWOT (Matriz FOFA):** síntese de forças, fraquezas, oportunidades e ameaças do momento da marca.
- **Pesquisa de Referências Inspiradoras (até 3 players):** players de dentro e fora da categoria como inspiração para o novo momento.
- **Oportunidades & Caminhos:** primeiras hipóteses de direcionamento a aprofundar nas etapas seguintes.

Entrega: Diagnóstico de Marca (PDF)

Duração estimada: 4–5 semanas

ESCOPO

2 | Workshop

Encontro para apresentação do Diagnóstico sobre a marca Liv Up, com espaço para discussão e alinhamento entre as lideranças presentes sobre o momento da marca e suas oportunidades para o novo posicionamento e proposta de valor. Este é um passo de alinhamento, com a participação direta do time da Liv Up. Na sua forma essencial, o Workshop entrega a apresentação do Diagnóstico, a dinâmica de avaliação conjunta e a priorização de caminhos.

Como Add-On de alto valor, o encontro pode incorporar uma rodada de talks e perguntas e respostas com especialistas que representam o público-chave de cada linha de produto. É a frente que agrega percepções externas e qualificadas sobre a categoria e o consumo dos produtos Liv Up, enriquecendo o alinhamento e a leitura do momento da marca.

Estrutura do Workshop:

- [1] Apresentação de Diagnóstico (60 min)
- [2] Dinâmica QQQ (30 min)
- [3] Priorização de Caminhos Sugeridos + Comentários (20 min)
- [4] Intervalo — 60 min
- [5] Talks com especialistas + Q&A (120 min / 30 min cada) — 2 Especialistas para Marmitas e 2 Especialistas para Porções Individuais
- [6] Fechamento & Considerações Gerais — 10 min

Duração estimada: 1 dia (até 6h)

Obs.: Para facilitar o agendamento, previsão de Workshop via videoconferência. Caso seja da preferência da Liv Up, o encontro pode ser contratado em formato presencial. Os custos de logística e a disponibilidade de datas serão revistos e podem impactar o cronograma do projeto.

ESCOPO

3 | Brand Positioning Framework

Após alinhamento sobre o material do Diagnóstico e finalizados os ajustes finos, desenvolvimento do novo ponto de vista para a marca Liv Up, contemplando uma plataforma completa de direcionamento estratégico: contexto de mercado, crença proprietária, conceito criativo geral, mensagem central, personalidade e credenciais/fortalezas. Além disso, desdobramento de atributos e mensagens-chave para cada linha de produto, de forma que a comunicação por categoria dialogue com o core da marca sem se dispersar.

- Racional Estratégico
- Framework de Posicionamento (one-page)
- Conceito Criativo & Tagline
- Desdobramento de Mensagens-Chave (por linha de produto)

Duração estimada: 2-3 semanas

Entrega(s): Posicionamento de Marca (PDF)

4 | Cultural Point of View [ADD-ON]

Desenvolvimento de estratégia para a ativação da marca Liv Up em territórios culturais, a partir de metodologia proprietária da Rastro para a definição dos pontos de entrada em cada nicho. Nessa etapa, o objetivo é tangibilizar o novo posicionamento e conceito da marca em POVs relevantes para as comunidades culturais que queremos impactar, com a entrega de sugestões de ações estratégicas e matriz de decisão que oriente o time sobre quando, como e por que ativar cada território.

O trabalho contempla:

- Definição de Territórios (até 2)
- Análise de Território & Fit Cultural
- POV & Cultural Entry Points®
- Roadmap p/ Ativação de Marca
- One-Page c/ Ideias (até 6)

Duração estimada: 3-4 semanas

Entrega(s): Estratégia de Ativação Cultural (PDF)

5 | Creative Rollout [ADD-ON]

Aplicação do novo conceito criativo em peças-chave para a comunicação da marca Liv Up. A entrega é feita com mockups para direcionamento visual e contempla o compartilhamento de arquivos editáveis, para facilitar o handover e dar autonomia ao time Liv Up.

Aplicações-chave:

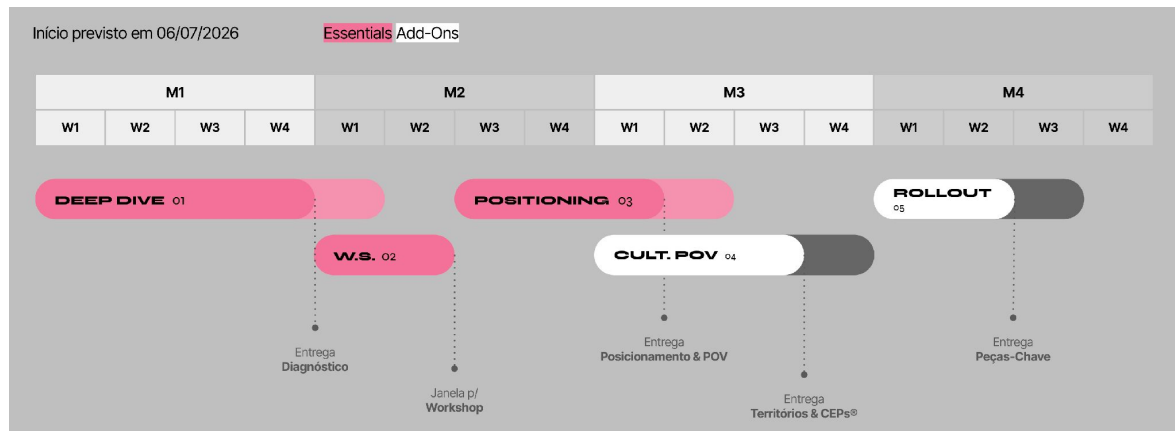
- Exemplos p/ Redes Sociais (até 6)
- Prévia de Homepage (1 página)
- Intro de Pitch Deck (até 10 slides)

Duração estimada: 2–3 semanas

Entrega(s): Exemplos & Aplicações (PDF + Arquivos)

Obs.: As aplicações do Creative Rollout são exemplificações para a tangibilização do novo posicionamento estratégico e da mensagem central, em peças selecionadas pelo time Liv Up. Elas não podem ser consideradas a mensagem final de uma campanha: para se chegar a uma campanha, é necessária uma nova etapa de desenvolvimento da mensagem de comunicação, que constitui um processo próprio.

CRONOGRAMA



**Obs.: Cronograma pode variar de acordo com definição de prazos, tempo de aprovação e ajustes.*

EQUIPE

- Sócio & Dir Estratégia
- Sócio & Dir Criativo
- Planner Especialista
- Redator(a)
- Dir Arte Sr
- Dir Arte Ass
- Ger Projetos
- Ass Pesquisa

**Obs.: Time final é definido após aceite da proposta, confirmando disponibilidade.*

INVESTIMENTO

Liv Up — Brand Strategy

- [1] Deep Dive
- [2] Workshop*
- [3] Brand Positioning Framework

R\$ 95.000,00

Todos os impostos incluídos.

Forma de pagamento: 50% no início do projeto e 50% 30D, após a emissão da 1ª Nota Fiscal.

Add-Ons (Opcionais)

[4] Cultural Point of View — R\$ 45.000,00

[5] Creative Rollout — R\$ 29.000,00

*** [2.1] Participação de Especialistas**

Comissão: 15% sobre investimento em cachês dos Especialistas selecionados, caso a marca opte pela presença destes no Workshop.



RASTRO

CONTATO

Lucas Djahjah e Fábio de Medeiros

comercial@agenciarastro.com.br

AVISO DE CONFIDENCIALIDADE

Todas as informações contidas nesta apresentação, incluindo ideias, conceitos e métodos, são propriedade intelectual da RASTRO e são protegidas pelas leis de propriedade intelectual aplicáveis.