



BRAND STRATEGY & ALWAYS ON

Escopo de Trabalho

Liv Up

04 de Julho de 2026

PROPOSTA 01

ESTRATÉGIA DE MARCA

DESAFIO

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

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.*
- **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.

**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.*

Duração estimada: 4–5 semanas

Entrega(s): Diagnóstico de Marca (PDF)

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

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. No total, prevemos até 4 lideranças Rastro e 12 integrantes Liv Up.

Duração estimada: 1 dia (até 6h)

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.

Contempla

- 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)

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.

Duração estimada: 2–3 semanas

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

6 | Brandbook [ADD-ON]

Aplicação de novas diretrizes estratégicas e criativas da marca em Playbook para as frentes de comunicação, contemplando uma revisão completa na identidade verbal. Além disso, há a migração da identidade visual atual, suas regras e aplicações para esse mesmo documento.

Contempla

- Posicionamento
- Defesa de Conceito Criativo
- Tagline & Desdobramentos
- Diretrizes por Linha de Produto
- Pilares para Tom de Voz
- Aplicação em Exemplos
- Glossário de Palavras-Chave
- Dos & Don'ts por Pilares

Duração estimada: 1–2 semanas

Entrega(s): Brandbook (PDF)

7 | Design de Embalagens [ADD-ON]

Revisão das embalagens dos produtos Liv Up, com a aplicação do novo conceito criativo. Criação de um estudo visual para embalagens, respeitando a identidade atual da marca, mas tendo como base as mensagens desenvolvidas para cada linha de produto em etapa anterior.

Contempla

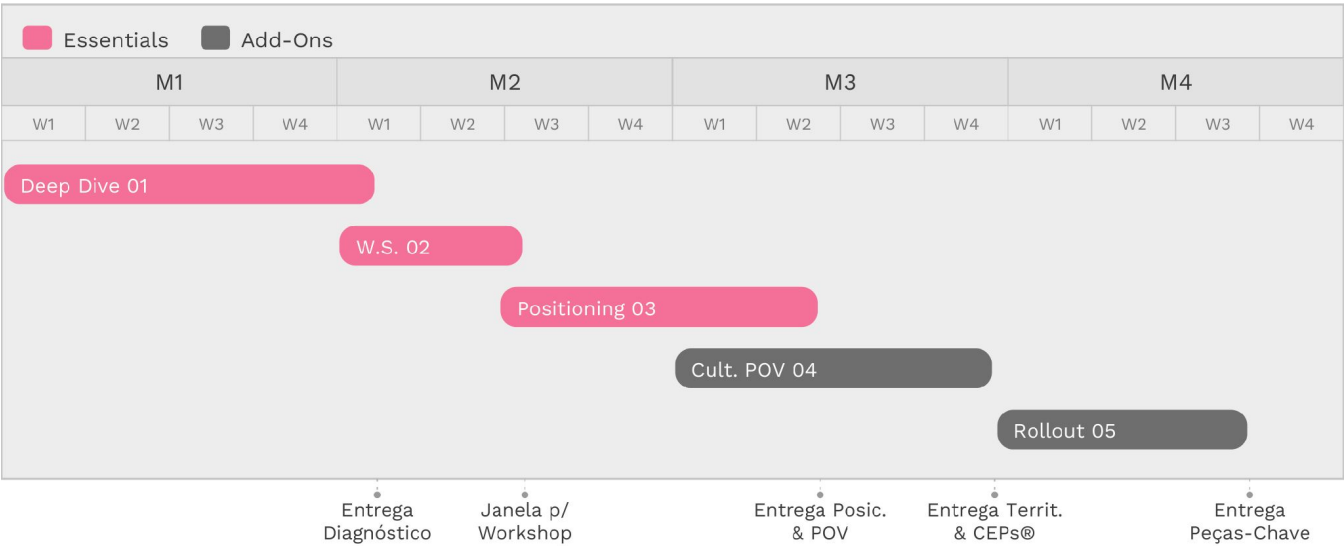
- Conceito Visual
- Mockups de Embalagens
- Arte Final p/ Produção

Obs.: Escopo contempla a produção de até 7 embalagens, de acordo com as diferentes linhas comercializadas pela Liv Up. Porém, não prevê o acompanhamento técnico de produção. Previsão de até 2 rodadas de ajustes no total. Não contemplamos estudo para alteração de formato ou materiais das embalagens, apenas design gráfico.

Duração estimada: 2-3 semanas

Entrega(s): Mockups & Artes Finais (PDF + Arquivos)

CRONOGRAMA



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

Após a Estratégia de Marca, a Liv Up escolhe entre Campanha (Proposta 2) ou Always On (Proposta 3).

EQUIPE

Liderança & Gestão

- Sócio & Dir Criativo
- Sócio & Dir Estratégia
- Ger Projetos

Estratégia & Conteúdo

- Planner Especialista
- Redator(a)
- Ass Pesquisa

Direção de Arte

- Dir Arte Sr
- Dir Arte Ass

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

INVESTIMENTO

Estratégia de Marca — Essentials

- [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

[6] Brandbook — R\$ 22.000,00

[7] Design de Embalagens — R\$ 44.000,00

[2.1] Participação de Especialistas

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

PROPOSTA 02

ALWAYS ON - CONSTRUÇÃO DE MARCA

DESAFIO

Transformar o novo posicionamento estratégico da Liv Up em presença viva de marca com conteúdo, relevância cultural e mídia andando juntos. É o braço de implementação da estratégia com fluxo recorrente de conteúdo social, ideias de talkability e escuta ativa da cultura e da sua audiência. A marca ganha presença e relevância nas redes, sustentando o novo core com consistência e congruência.

ESCOPO

1 | Produção de Conteúdo Social (Always On)

Produção do conteúdo orgânico da marca, a partir da direção da Revisão de Marca e das oportunidades captadas no listening.

- Desenvolvimento de um Social Playbook antes do início da produção das peças de Always On:
 - Elaboração de um guia estratégico voltado exclusivamente para as redes sociais, com direcionais para orientar a produção dos conteúdos de Social.
 - O material será desenvolvido com base na Estratégia de Marca (primeira entrega que faremos para Livup), garantindo consistência na comunicação, no posicionamento e na atuação da marca nos canais digitais.
- Levantamento e apuração de pautas e calendário editorial mensal.
- Redação e produção das peças (estáticos, motion, GIFs, carrosséis e edição de vídeos curtos).
- Conteúdo reativo de oportunidade.

Volumetria: até 3 peças por semana (~12/mês).

2 | Produção de Peças de Mídia

Produção dos formatos de mídia para veiculação, em sinergia com os direcionamentos de marca e o Social Playbook.

- 4 Key Visuals por mês, cada um com até 6 desdobramentos de peça para os diferentes tamanhos e formatos para os canais previstos. Volumetria mensal: 28 peças

Obs.: A produção das peças de mídia está incluída no fee. O planejamento e a execução/veiculação de mídia são módulos opcionais desta proposta.

ALWAYS ON - CONSTRUÇÃO DE MARCA

3 | Ideias de Talkability (2 por mês)

Além do conteúdo de linha, o time criativo apresenta, no mínimo, duas ideias de maior fôlego por mês, com motes de conteúdo que ampliam a conversa da marca para além do social corrente. Cada ideia contempla:

- Defesa técnica e insight que a sustenta.
- Mensagem-chave e conexão com o posicionamento.
- Potencial de desdobramentos e formatos.
- Estimativa de orçamento para eventual produção.

Obs.: Caso uma ideia seja aprovada, o seu desdobramento/produção é orçado à parte, em proposta complementar.

4 | Listening & Acompanhamento Criativo

- Escuta ativa (semanal): monitoramento das conversas da categoria e dos sinais de cultura da audiência, integrados aos insights vindos do Purple Metrics.
- Da escuta à pauta: os sinais captados viram conteúdos de oportunidade e reações no timing certo, alimentando o calendário do Always On.
- Acompanhamento criativo: leitura contínua de contexto que zela pela coerência de toda a comunicação com o novo posicionamento e ajusta a rota mês a mês.

Cronograma e Rotina mensal:

- Mês 1: time trabalhará no desenvolvimento do Social Playbook que guiará a comunicação da marca, em seu novo momento de comunicação
- A partir do Mês 2: Produção de Peças Social e Mídia / Listening & Talkability
- Reunião mensal de calendário e aprendizados do Always On.
- Reunião mensal de integração com os insights da Purple Metrics.
- Reunião mensal de apresentação das Ideias de Talkability.

O QUE ESTÁ CONTEMPLADO (Inclui · no fee mensal)

- Produção de conteúdo social Always On (~12 peças/mês)
- Produção das peças de mídia (4 KVs/mês com 6 desdobramentos / 28 peças/ mês)

= 2 Ideias de Talkability por mês
PROPRIETÁRIO & CONFIDENCIAL



agenciarastro.com.br | +55 (21) 99263-3962

- Listening semanal e acompanhamento criativo

- Governança mensal (calendário, integração Purple Metrics e Talkability)

ALWAYS ON - CONSTRUÇÃO DE MARCA

NÃO INCLUSO NO FEE (orçado à parte, quando aplicável)

- Desdobramento/produção das Ideias de Talkability aprovadas
- Planejamento e execução/veiculação de mídia
- Investimento de mídia
- Cachês e verbas de ativação
- Produção audiovisual
- SAC & Responding
- Postagem dos conteúdos produzidos

EQUIPE

- | | |
|-----------------------|-------------------|
| - Estrategista | - Social Insights |
| - Diretor de Arte SR | - Redator SR |
| - Supervisor Criativo | |

INVESTIMENTO

ALWAYS ON - CONSTRUÇÃO DE MARCA - Proposta 02

Parcelas mensais de R\$77.000,00

6 meses · R\$ 462.000,00

Parcelas mensais de R\$ 70.000,00

12 meses · R\$ 840.000,00

VISÃO DE INVESTIMENTO

QUADRO GERAL

Estratégia de Marca • Proposta 01

Essentials — Deep Dive • Workshop • Brand Positioning Framework · R\$ 95.000

Cultural Point of View (add-on) · R\$ 45.000

Creative Rollout (add-on) · R\$ 29.000

Brandbook (add-on) · R\$ 22.000

Design de Embalagens (add-on) · R\$ 44.000

Todos os impostos incluídos.

ALWAYS ON - CONSTRUÇÃO DE MARCA - Proposta 02

Parcelas mensais de R\$77.000,00

6 meses · R\$ 462.000,00

Parcelas mensais de R\$ 70.000,00

12 meses · R\$ 840.000,00



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.