

programa de incubação de startups

# *mentoria* *estratégica* fael ferreira borges





## **bio**

professor e estrategista de marca pessoal + corporativa, possuo MBA em Marketing pelo Ibmecc/RJ, participação em disciplinas de Antropologia e Marketing pela UFBA e formação nos principais cursos de Branding do Brasil.

fui senior brand strategist da agência Ana Couto/SP e atuo há 8 anos no mercado com experiências regionais e globais - direção de campanhas, (re)posicionamento de marcas, pesquisas de mercado, confecção de cursos e liderança de equipes com o propósito claro de traduzir histórias em estratégias que dão forma e voz às marcas.

meu portfólio conta com marcas como UOL, Frescatto, Gracie Barra, Petra, Manuela Xavier, Jacira Doce, Estúdio Agá, Miranda, Vigor e +



*Branding é a percepção (in)consciente  
do consumidor sobre a construção  
de significados e sentimentos  
presentes numa marca.  
faelferreiraborges*



# *por que investir em branding?*

*67% das pessoas estão dispostas a pagar mais por produtos de empresas que compartilham valores e crenças em comum*

*Pesquisa TIP | Ana Couto + Officina Sophia*

*70% dos empregadores usam redes sociais para pesquisar candidatos; desses, 43% encontraram conteúdo que os levou a contratar candidatos e 57% encontraram conteúdo que os levou a não contratar.*

*CareerBuilder*

*77% dos consumidores esperam que marcas contribuam mais para a sociedade hoje do que contribuíram no passado*

*Ipsos + Instituto Ayrton Senna (CAUSE)*



Estou amando tanto  
minhas aulinhas de branding

@faelferreiraborges ✨

# branding

é movimento  
gera desigualdade  
serve o negócio  
alinha percepções  
desvenda o talento  
aumenta o valor da marca

# Capim Pimenta | Naiara

## saúde & beleza

Marca de dermocosméticos naturais/veganos para peles sensíveis e com condições específicas (rosácea, melasma, acne). Atua com linhas funcionais (sérums, sabonetes, máscaras, balms), combinando ativos de eficácia conhecida com apelo *clean beauty*.

## fortalezas

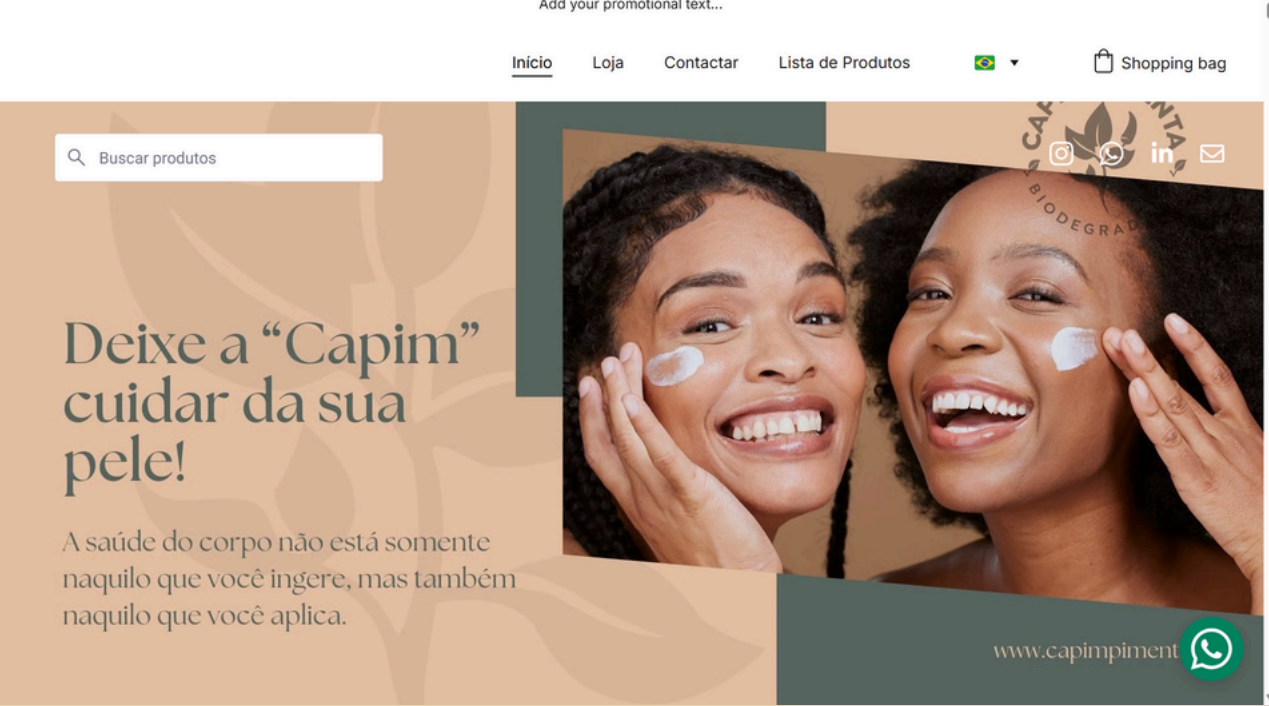
- proposta clara de benefícios funcionais (melasma, acne, rosácea) com narrativa “ciência + natureza” e ativos citados (niacinamida, dolomita, rosa mosqueta)
- página com linhas/famílias de produto bem destacadas (Trio Antimanchas, Sérum, Sabonetes, Máscaras), facilitando navegação por necessidade.
- discurso consistente de 100% natural/vegano, hipoalergênico e sem químicos agressivos

## detratores

- texto longo e técnico em seções principais; pouca hierarquia visual
- excesso de texto nas páginas
- CTA e oferta não aparecem de forma fixa/recorrente (ex. compre agora /assine e ganhe, etc)

## ações

- É: amarrar a promessa da marca
- FAZ: criar página “Resultados” com FAQ médico-cosmético, laudos/resumos e política de uso seguro; inserir selos e micro-provas nos cards de produto.
- FALA: editar textos-chave em formato “benefício → ativo → evidência → CTA”, com módulos curtos e botões persistentes



# Quero ser intérprete | Luana

## Meio ambiente / Gestão de Produção

Escola/edtech especializada em Libras com trilhas de formação (uso, ensino, tradução e interpretação), foco em empregabilidade e empreendedorismo no setor. Oferece cursos, pós, combos e comunidade, com certificação. Monetização por cursos/assinaturas; forte captação digital e autoridade de nicho.

### fortalezas

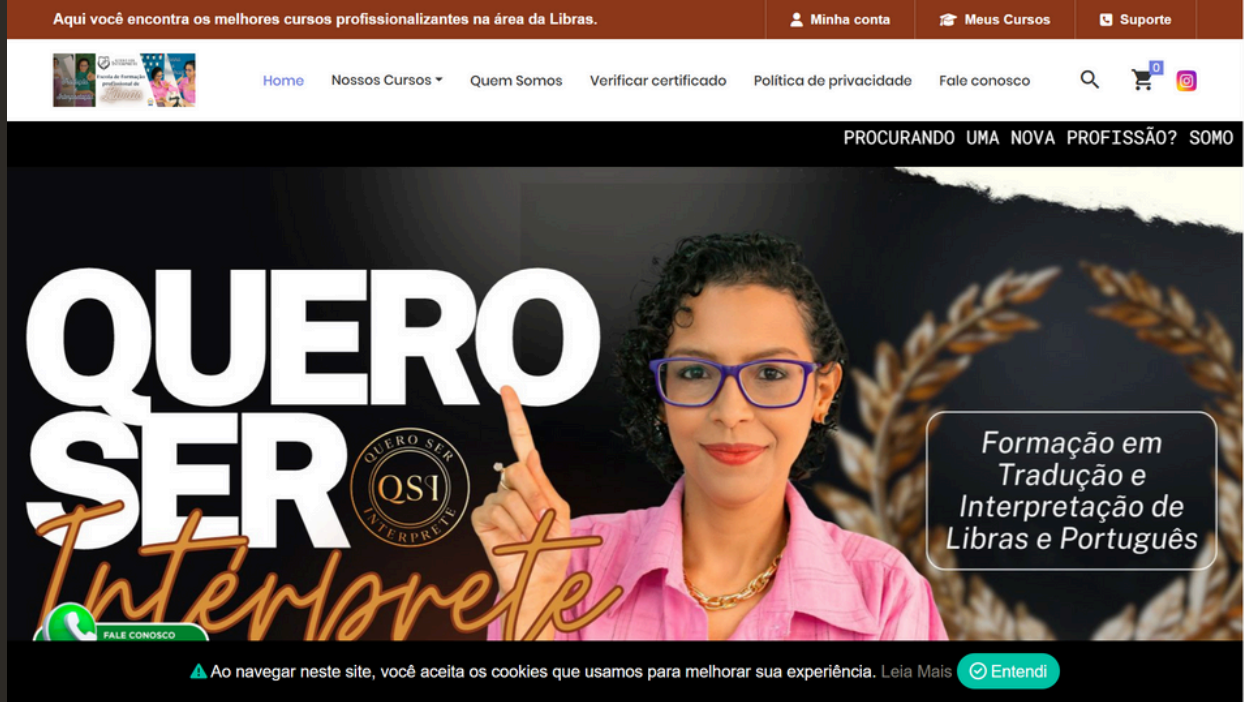
- estrutura de loja/checkout com preços e combos visíveis; verificação de certificado.
- presença ativa em redes, reforçando social proof e captação

### detratores

- página inicial visualmente carregada; poucas âncoras de navegação por jornada ("sou iniciante/quero ser intérprete profissional/docência)
- tom comercial pode sobrepor mensagem de missão (inclusão, ética, acessibilidade); uma oportunidade para reforçar reputação acadêmica

### ações

- sintetizar a promessa da marca
- criar "trilhas QSI" (básico, interpretação Profissional, docência) com conteúdos, duração, pré-requisitos e saídas profissionais + depoimentos em vídeo
- pauta editorial sobre mercado de Libras, legislação, ética e técnicas de interpretação; mostrar bastidores de aulas e histórias de egressos





# DGTAX Soluções Fiscais e Digitais | Ramon e Rizia

## TaxTech / LegalTech

Descubra uma maneira mais simples e eficiente de lidar com tributos! Nossa plataforma digital conecta consultorias, contribuintes, legislações e entidades sociais. Facilitamos o processo para pessoas físicas e jurídicas, permitindo a inserção fácil de dados para apuração e revisão fiscal. Além disso, incentivamos doações a entidades beneficentes, direcionando recursos públicos de maneira transparente. Simplifique sua gestão tributária e contribua para o bem social de forma descomplicada

## fortalezas

- mensagem central objetiva: “Transforme dados em oportunidades com BIG DATA dos incentivos fiscais federais”;

- seção de segurança/privacidade (LGPD, certificações) e parceiros/apoios exibidos gera confiança

- jornada simples (cadastre-se, teste gratuito, ambiente seguro)

## detratores

- benefícios ainda genéricos

- densidade de texto nos módulos (ECD/ECF/EFD) sem *storytelling* visual



## ações

- definir 3 diferenciais proprietários

- criar trilhas por segmento com telas reais para que o usuário detecte a necessidade (ex.. responda ao quiz e veja se você se a sua empresa se encaixa na proposta; gamificação de cada serviço

- validar teste gratuito por x dias



*O bom ouvinte é aquele que, ao falar, abre espaços  
para que as bolhas de sabão do outro voem livres.*

**Rubem Alves**

A photograph of a modern living room. In the foreground, a wooden coffee table holds a laptop displaying 'projeto branding', a smartphone, and some decorative items. Behind the table is a light-colored sofa with a green and white striped pillow and dark green cushions. The background features a white wall with framed art and a dark wooden cabinet with books. A large potted plant is on the left, and a large orange chair is in the bottom left corner.

faelferreiraborges

---

estrategista de marcas