

# Definição de mercado



marcascomsentido

Desde 2006 construímos sentido para as marcas por meio de consultorias, assessorias e projetos de Design, Comunicação e Marketing. Idealizamos a **Ludovia - metodologia própria que utiliza conceitos de Branding e Design Thinking para aprimorar a performance das marcas**. Acumulamos resultados consistentes em negócios, especialmente na Região Amazônica.

Nos orgulhamos de sermos os únicos da região Norte com reconhecimento dos maiores prêmios de Design e Branding do país - além de sermos o único escritório do Norte do país credenciado no Programa Design Export, da Apex Brasil, que trabalha o design de produtos brasileiros para exportação.

Bronze (2021), Prata (2023) e Ouro (2024):

Prata BDA (2022):

Troféu Curupira (2023):



WINNER 2023

Empresa  
Amazônica  
liderada por  
mulheres, sendo  
o núcleo gestor  
75% feminino



pelelo

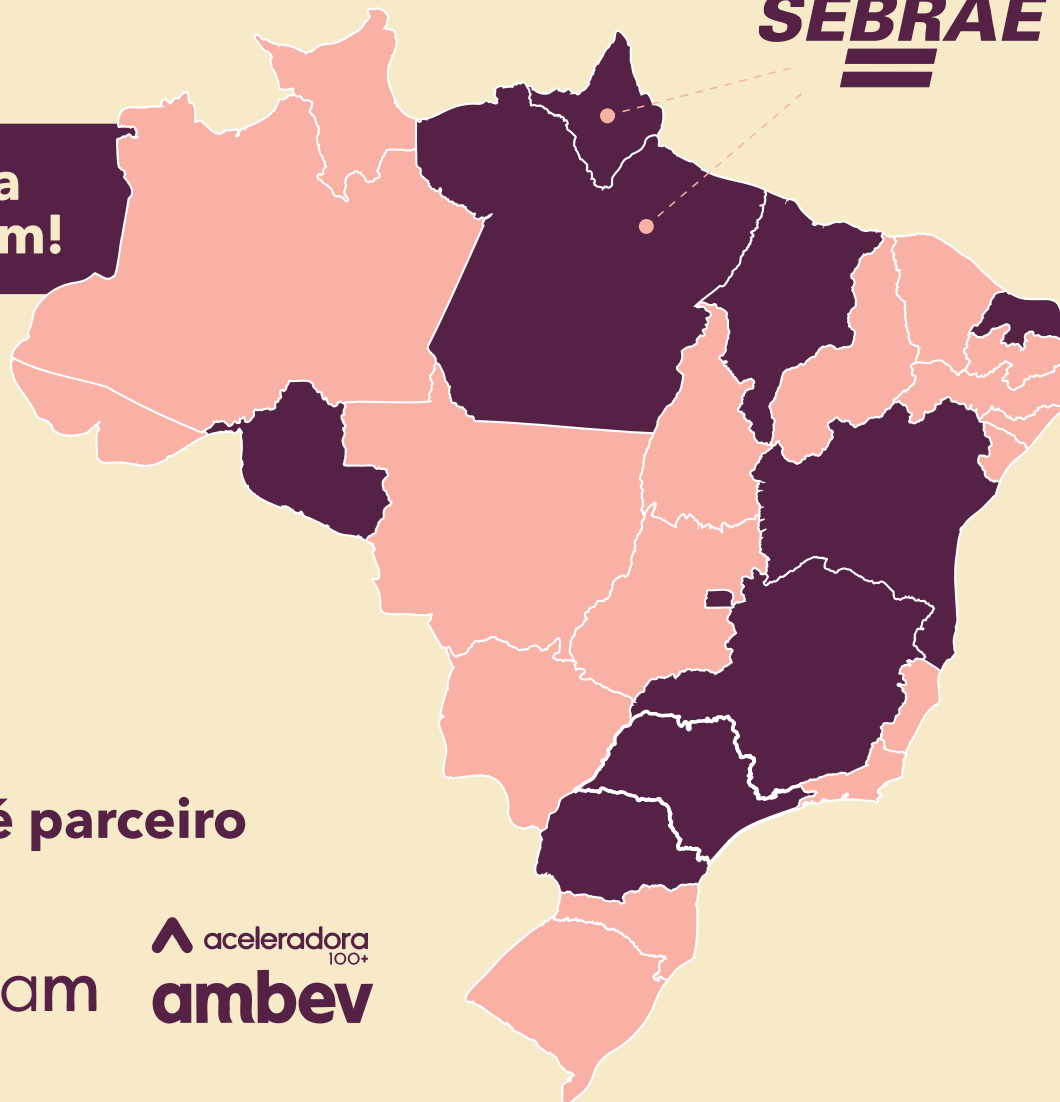
# Brasil inteiro.

Os últimos anos permitiu uma atuação descentralizada, que nos garantiu clientes em 10 estados brasileiros, em todas as 5 regiões do país.



e fora também!

UK  
USA



## Quem já nos contratou ou é parceiro



idesam



# Vender tornou-se uma atividade complexa $\neq$ difícil!

- Precisa construir uma marca **relevante**
- Precisa ofertar produtos **consistentes**
- Precisa de resultados **lucrativos**



Por isso, é **importante**:

**monitorar  
cenários**

Os negócios passaram a ignorar os fatores macroeconômicos

**Guerras  
Crise Climáticas  
Crises Sanitárias  
Mudanças de Leis  
Especulações**

**Um ponto de vista,  
sem intenção de  
invalidar/sobrepôr  
outros modelos**

**olhar mais  
acurado**

A ultra segmentação aumentou a necessidade de sofisticar as ofertas

**Aperfeiçoamentos  
Investimentos  
Barreiras de Mercado  
Oportunidades  
Tendências**

**especificar  
≠ reduzir**

O nicho foi popularizado como algo reduzido

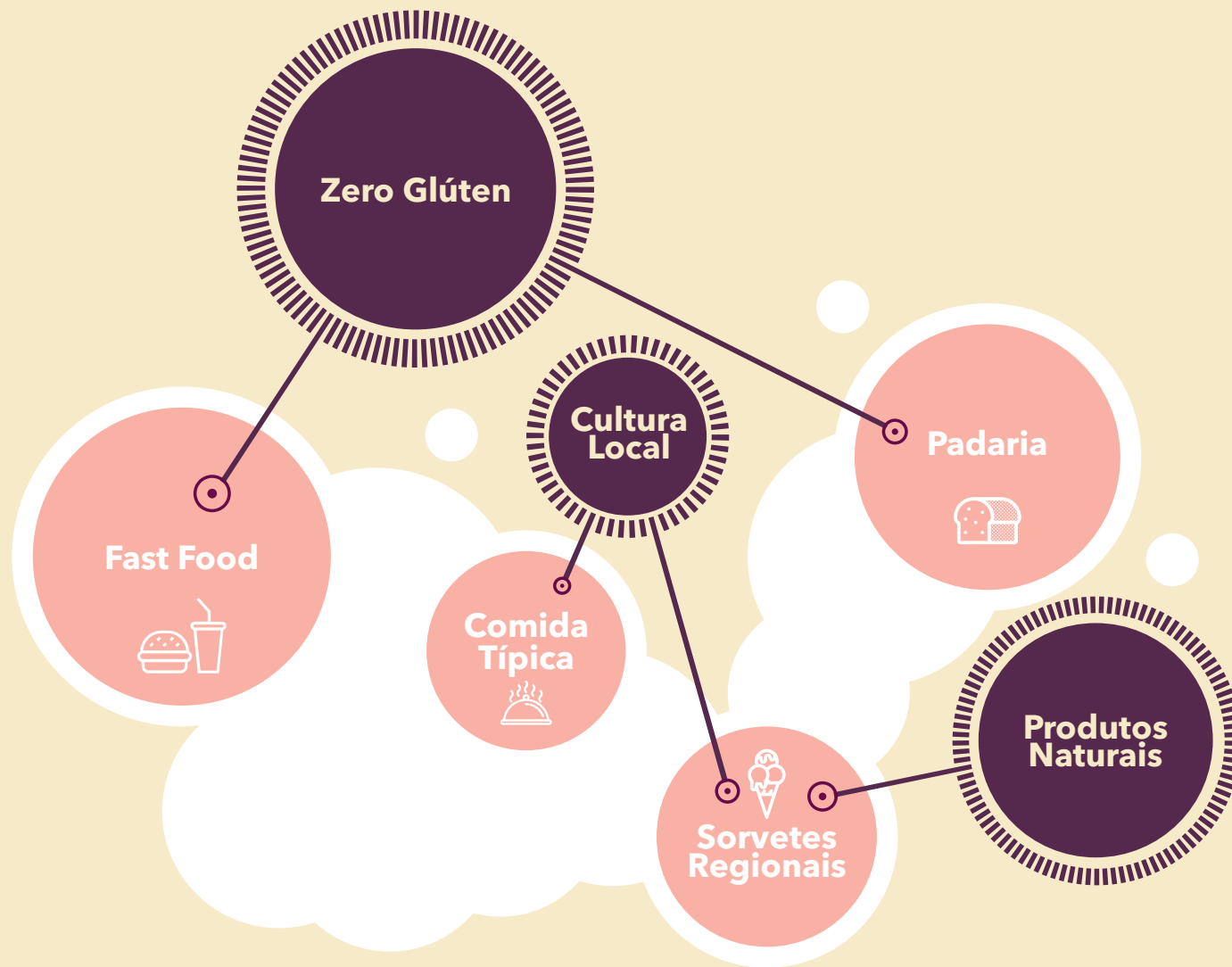
**Pesquisa  
Estudos  
Comportamento  
Causas Sociais  
Cultura do Tempo**



Nesta metodologia, apresentamos uma organização para definir mercados a partir do **Setor** (atividade econômica macro), **Segmento** (produto/serviço), **Categorias** (definição dos produtos item a item) e **Nicho** (benefício central conectado ao consumidor). Dessa forma, é mais fácil compreender concorrentes, oportunidades e desafios de mercado.

Exemplo de Setor  
**Alimentação**  
**fora do lar**

 Segmentos  Nichos



# Resultados da dinâmica metodológica

<b>setor</b>	<b>Bioeconomia</b>	Análise de dados macroeconômicos
<b>categorias</b>	a) <b>Xampu natural sólido 50g</b> b) <b>Sabonete para rosto 60g</b> c) <b>Condicionador</b>	Especificação dos produtos para avaliar concorrentes e substitutos
<b>segmentos</b>	a) <b>Livre de Parabenos, sem teste em animais</b> b) <b>Nutrição para cabelos cacheados</b> c) <b>Ideal para climas frios</b>	Entendimento das vantagens e diferenciais competitivos
<b>nicho</b>	<b>Veganismo</b>	Estudo do comportamento deste grupo de consumo



## Aplicação prática

Esta metodologia pode ser aplicada das seguintes formas:

**Palestra** - atividade de 1h/1h30 apresentando os conceitos de Definição de Mercado e como é útil no dia a dia

**Consultoria Individual** - reuniões consultivas para mapear o Setor, os Segmentos, as Categorias de Produtos/Serviços e o Nicho de um negócio - para organizar as estratégias de marca

**Consultoria Coletiva** - tal qual a Consultoria Individual, porém com atendimento a um grupo do mesmo segmento

**Workshop** - atividade em grupo para construção em sala de aula, com facilitação pela equipe Libra





**entre em  
contato!**  
vamos conversar!



**LIBRA**  
**marcascomsentido**

comercial@libra.ag

**www.libra.ag**

▶ Youtube: Em Suas Marcas

📷 @libra.ag\_

+ 55 91 98402-8327

o custo  
**compensa!**

