

REAL BRANDS 25. REAL BRANDS 25. REAL BRANDS 25.

noçlima

REAL BRANDS 25

EXPLORANDO O MARKGEIST
JOGO DE CARTAS

REAL BRANDS 25

Que bom ter você usando o **Baralho Markgeist da No Clima**, uma ferramenta criada para ajudar você e seu time a tangibilizar o espírito da sua marca no dia a dia. Ele foi desenhado para transformar reflexões estratégicas em ações práticas, promovendo discussões criativas e alinhamento entre as equipes de branding e marketing.

COMO USAR

1. Escolha uma carta e leia a pergunta ou desafio proposto.
2. Siga a dinâmica sugerida na carta para explorar as ideias de forma criativa e colaborativa.
3. Registre as melhores respostas e use-as para enriquecer as estratégias e táticas da sua marca.

O objetivo é conectar sua marca ao mundo caótico e fragmentado de hoje, garantindo relevância, autenticidade e impacto. Divirta-se enquanto constrói algo memorável!



Acesse o **Report RealBrands 25** completo e gratuito

REAL BRANDS 25

ECOSSISTEMA REAL BRANDS

5 dimensões de marca.
Um olhar 360 pra branding.



Dimensão Humana: Experiências que conectem emocionalmente com as pessoas.

Dimensão Engajada: Construção de comunidades e relações genuínas.

Dimensão Inovadora: Criação de soluções ousadas e disruptivas.

Dimensão Confiável: Garantia de consistência e relevância no dia a dia.

Dimensão Única: Diferenciação clara e pontos de ruptura.

noclima

REAL BRANDS 25

UMA JORNADA ATMOSFÉRICA

Como o Markgeist da nossa marca
pode transformar um momento
comum em algo memorável?

Dinâmica

Escolha um **momento do cotidiano** do público (ex.: tomar café, começar o trabalho). Cada grupo cria uma ideia de como a marca poderia estar presente nesse momento de forma **sinestésica e emocional**.

noclima

REAL BRANDS 25

A CONEXÃO INVISÍVEL

Como nossa marca pode criar uma conexão emocional tão forte que as pessoas sentem, mas não conseguem explicar?

Dinâmica

Cada participante **descreve**, sem usar palavras da categoria, como o público deve **se sentir** ao interagir com a marca. Depois, discutam como **traduzir** essas sensações em ações práticas.

noclima

REAL BRANDS 25

O ABRAÇO DA MARCA

Como nossa marca pode se tornar um refúgio emocional em meio ao caos?

Dinâmica

Imagine que o público acabou de passar por um **dia estressante**. Cada grupo propõe uma **experiência** ou interação onde a marca atua como um **alívio imediato**.

noclima

REAL BRANDS 25

CRIANDO BOLHAS VIVAS

Como o Markgeist pode se tornar a base de uma comunidade vibrante?

Dinâmica

Imagine uma **festa** ou evento onde o público-alvo está presente. O que na **atmosfera** e nas interações traduziria o espírito da marca e **conectaria** essas pessoas?

CONVERSANDO

Como nossa marca pode amplificar conversas que importam para as micro-comunidades que abraçam nosso Markgeist?

Dinâmica

Escolha uma **causa** ou conversa relevante para o público e, em grupos, criem um post ou **ação** que mostre como a marca está **conectada** a esse tema de forma verdadeira.

noclima

REAL BRANDS 25

O CONVITE

Como convidamos as pessoas a viverem o Markgeist da nossa marca?

Dinâmica

Cada grupo cria um **convite** fictício para o público participar de algo único da marca, seja um **evento**, campanha ou experiência, que os envolva de **forma imersiva**.

no clima

REAL BRANDS 25

O NOVO CAMINHO

Como o Markgeist pode guiar nossa marca para uma abordagem nunca antes explorada?

Dinâmica

Pensem em algo que nenhuma marca da categoria teve **coragem** de fazer. Cada grupo sugere uma ação ou produto que só poderia existir no **universo da marca**.

no clima

REAL BRANDS 25

UNIVERSO PARALELO

E se nossa marca fosse mais que
uma marca, mas um universo
próprio?

Dinâmica

Cada grupo desenha ou descreve o
universo da marca (ex.: personagens,
cenários, interações). Depois, discutam
como **fragmentos** desse universo poderiam
ser aplicados no **mundo real**.

REAL BRANDS 25

QUEBRANDO O ESPELHO

O que nossa marca está copiando inconscientemente e como o Markgeist pode mudar isso?

Dinâmica

Liste os elementos que parecem **“espelhados”** em relação à concorrência. Depois, sugira um **novo caminho** baseado no espírito da marca.

noclima

REAL BRANDS 25

FAZENDO SENTIDO

Como garantimos que o Markgeist permeia todas as interações da marca?

Dinâmica

Escolha um ponto de **contato** (ex.: site, SAC, embalagem) e descreva como ele pode ser **reformulado** para traduzir o espírito da marca.

no clima

REAL BRANDS 25

O RITMO DA MARCA

Como podemos transformar o
Markgeist em algo consistente, mas
nunca monótono?

Dinâmica

Imagine o Markgeist como uma **melodia**.
Em grupos, descrevam os **"instrumentos"**
(ações, canais, produtos) que compõem
essa música no dia a dia.

no clima

REAL BRANDS 25

TESTEMUNHA DE CONFIANÇA

Como o público percebe que o
Markgeist é autêntico?

Dinâmica

Cada grupo cria um **depoimento** fictício
de um cliente ou parceiro que traduz
como o espírito da marca **impacta** suas
vidas.

noclima

REAL BRANDS 25

A SINGULARIDADE DO CAOS

Como o Markgeist nos torna
inconfundíveis em um mundo
fragmentado?

Dinâmica

Cada grupo escreve um **slogan** que só
poderia pertencer à marca, refletindo
sua essência única. Depois, discutam
como aplicá-lo em **campanhas** ou
materiais

noclíma

REAL BRANDS 25

A MARCA QUE NINGUÉM ESQUECE

Que detalhe ou ação tornaria nossa
marca impossível de ignorar?

Dinâmica

Crie um **protótipo** (desenho ou descrição rápida) de algo que **simbolize** o Markgeist de forma tão única que as pessoas se lembrem da marca imediatamente.

noclima

REAL BRANDS 25

DESCONFORTO CRIATIVO

O que no Markgeist pode incomodar,
mas também atrair?

Dinâmica

Liste ideias ou ações **ousadas** que
possam gerar **desconforto** inicial, mas
que reflitam a essência da marca e
provoquem **reflexão**.