

## **Projeto de Comunicação para a Marca Dipnlik**

*Rodolfo Venâncio Lugli,  
Gabriela Barros,  
Melissa Cavalari  
Chaiane Cardoso*

### **RESUMO**

O projeto experimental foi desenvolvido com o objetivo de elaborar o planejamento de campanha para a marca DipnLik, que atua no mercado de candies. A agência Chuva procura conhecer os ambientes de mercado em que a marca se encontra, por meio da análise do ambiente de marketing (que engloba desde o componente macro como a situação econômica, os hábitos culturais, o desenvolvimento demográfico, as leis, e também os componentes do microambiente, como histórico, perfil e o produto da empresa e o mercado de doces), com a finalidade de propor uma ação de comunicação da marca e o grau de afinidade com o target, além do nível de participação que possui no mercado. A partir dessas análises, foram identificadas forças, fraquezas, ameaças e oportunidades (SWOT) da marca DipnLik, o que possibilitou a compreensão dos problemas de comunicação da empresa, a serem desenvolvidos em um projeto de reposicionamento da marca. A agência realizou a confecção de plano de reposicionamento de marca para o produto DipnLik. Foram aplicadas estratégias de marketing atualizadas, voltadas para público de 18 a 24 anos, residentes na praça São Paulo, SP. A agência priorizou táticas voltadas para a reestruturação da identidade visual, branding, experiência de marca como a participação em festas e baladas, além de mídia OOH e campanhas digitais.

**Palavras-chave:** DipnLik , candies, mercado, planejamento, projeto, marca.

[http://www.fapcom.edu.br/wp-content/uploads/2016/05/6-TCC\\_FINAL\\_DIPNLIK\\_1%C2%BASEMESTRE\\_2015.pdf](http://www.fapcom.edu.br/wp-content/uploads/2016/05/6-TCC_FINAL_DIPNLIK_1%C2%BASEMESTRE_2015.pdf)

