



# PDGC GOVERNANÇA & GESTÃO

2024



# Marcas, Inovação e Liderança de Mercado

Beto Funari

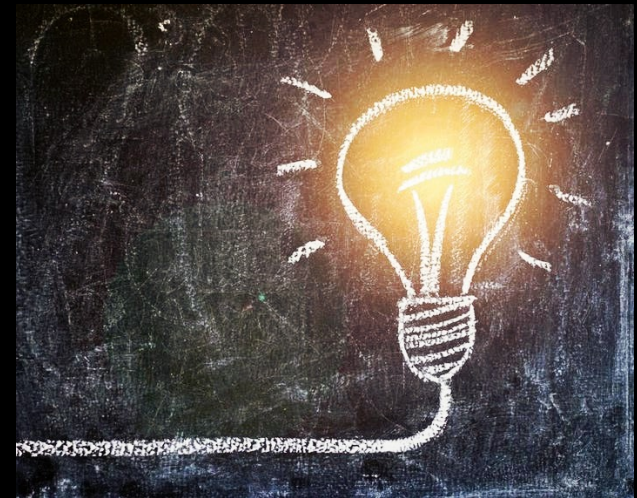
# 4 décadas



# 100+ Marcas



# 1000+ Inovações



# Inspire-se para Agir



**DNA**

**Empresas Líderes**



**Estratégias**

**Vencedoras**



**Fazendo**

**Acontecer**

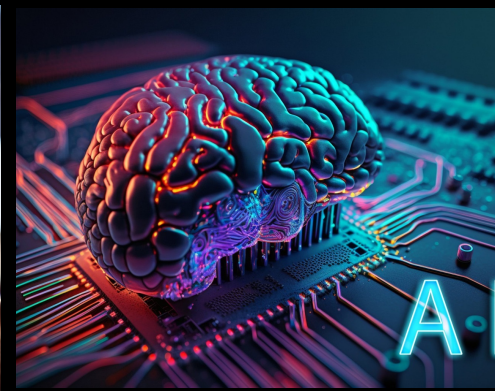
# Seu Negócio Dita o Ritmo ou Apenas Acompanha?



**Hiperconectados**



**Ameaças  
Existenciais**

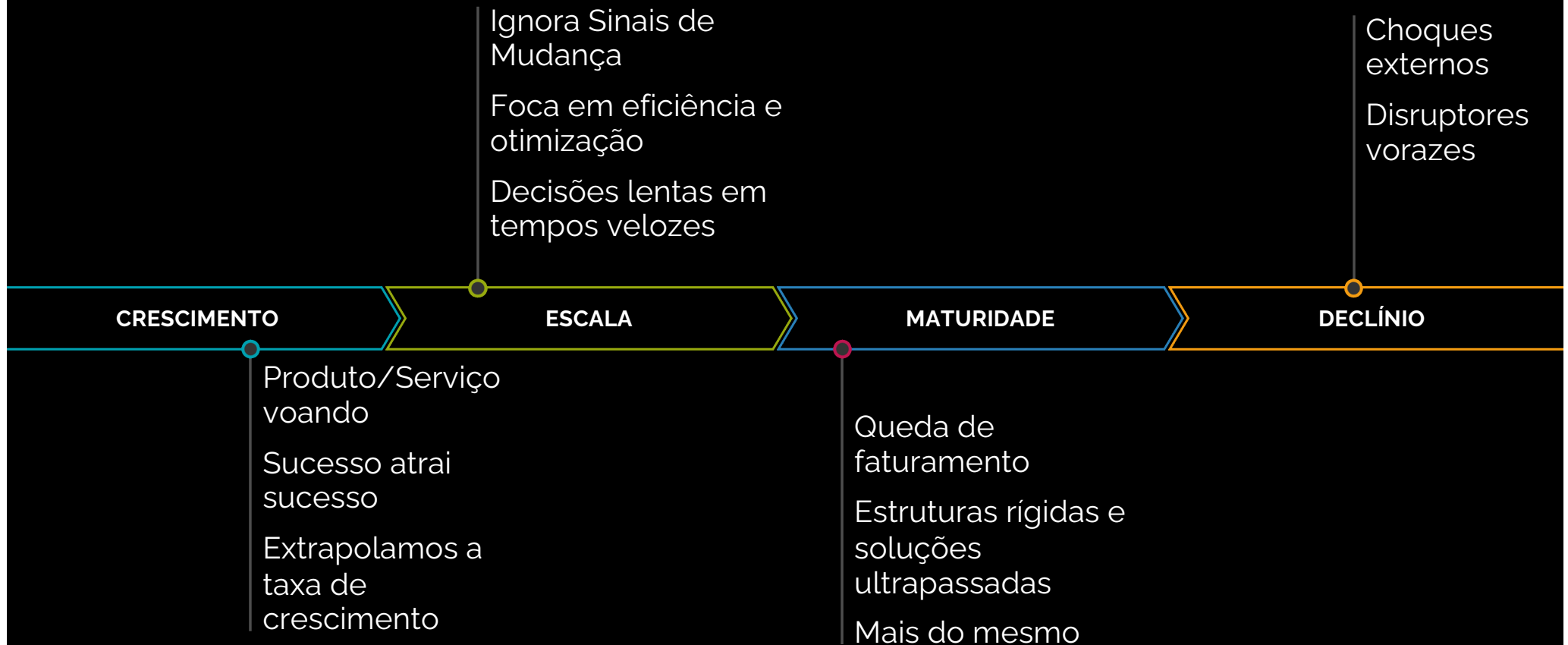


**Inteligência  
Artificial**



**Revolução  
Demográfica**

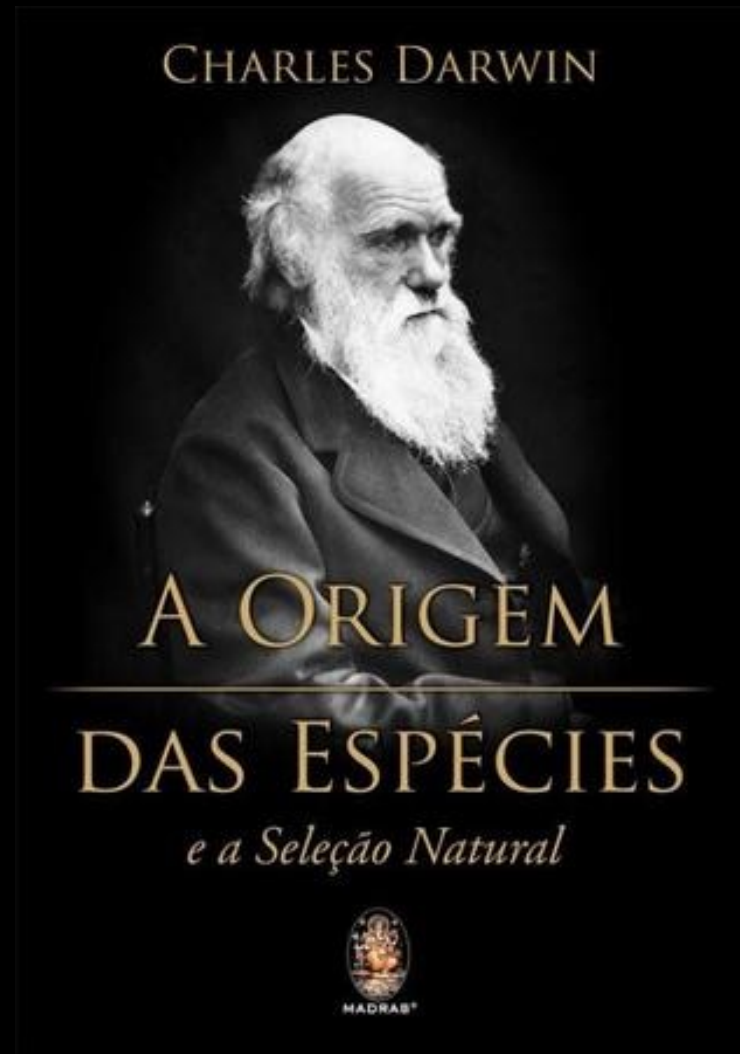
# De Herói a Zero em Quatro Atos





**"Não é o mais forte que sobrevive, nem o mais inteligente, mas o que melhor se adapta às mudanças."**

Leon C. Megginson (1921 - 2010)





**Obsolescência**



**Irrelevância**



**Rigidez**



O que está no DNA de  
empresas líderes?





**EMPATIA PELO  
HUMANO**

# Configuração



## O que muda

- ✓ Olhar interno para **Conexão com a Sociedade**
- ✓ Transações para **Relacionamentos**
- ✓ Produtos/Serviços para **Conexões Emocionais**
- ✓ Reatividade para **Entendimento Profundo**
- ✓ Satisfação para **Encantamento**
- ✓ Mercado de Massa para **PersonaLização**

# Benefícios: Vantagem Competitiva



Crescimento Sustentável



Redução de Custos



Novas Avenidas de Crescimento



# Riscos e desafios



Ênfase Excessiva em Novos Clientes e Experimentação



Incentivos Desalinhados



Sobrecarga de Dados



Baixo retorno de investimentos, Altos Custos e alocação ineficiente de Recursos



Resistência à Mudança

## Talentos e Especialistas

# Estratégias Vencedora



# Liderança



# Inovação



# Marca





# Crie a sua categoria

Clientes pensam em categorias antes de pensar em marcas.

# Nada se cria, tudo se transforma

Traduzir entendimento profundo de clientes



## BOOST YOUR DETERGENT 1 SCOOP IN EVERY WASH



WHITER WHITES\*  
EVEN AT 20°C  
EVEN AFTER 50 WASHES



SAVE ON  
ENERGY BILLS



AMAZING  
STAIN REMOVAL



REMOVES  
ODOURS



HYGIENICALLY  
CLEANS

\*based on whiteness maintenance after 50 washes at 20°C vs detergent alone after 25 washes at 20°C





MEMORÁVEIS

ASSINATURA, NARRATIVAS E EXPERIÊNCIAS

CONFIANÇA

COERENTES, CONSISTENTES E ADMIRÁVEIS

VERDADE HUMANA

RELEVANTE, TOCA FUNDO E "É PARA MIM"

# Havaianas



1962



1994



1998



Celebridades



Re-  
Inventando



Reciclo



1980



Todo  
Mundo Usa



2000  
Passarelas da  
Moda



Hollywood



Canais Digitais



# RESUMO



## Colocando em prática

- Qual é a **Persona** do meu Cliente?
- Quanto tempo irei investir para **estar com o meu cliente**?
- Qual **novas ideias** estarei disposto a apostar intencionalmente?
- Qual **Tecnologia** é fundamental que eu adote para "acelerar o tempo"?
- Qual **Verdade Humana** estarei conectando minha marca?
- No que preciso ter excelência para cultivar **memorabilidade e confiança**?
- Quais **parâmetros financeiros e de investimento**?

**Quais estruturas, pessoas e processos estou disposto a mudar para criar centricidade no meu cliente?**

---



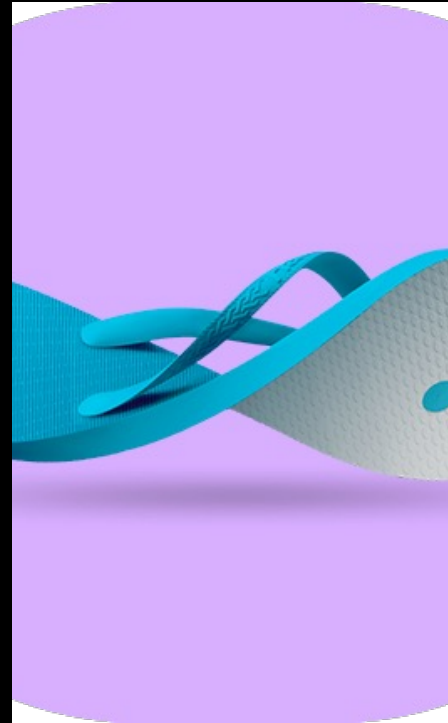
# A Arte do Impossível



**Empatia pelo Humano**



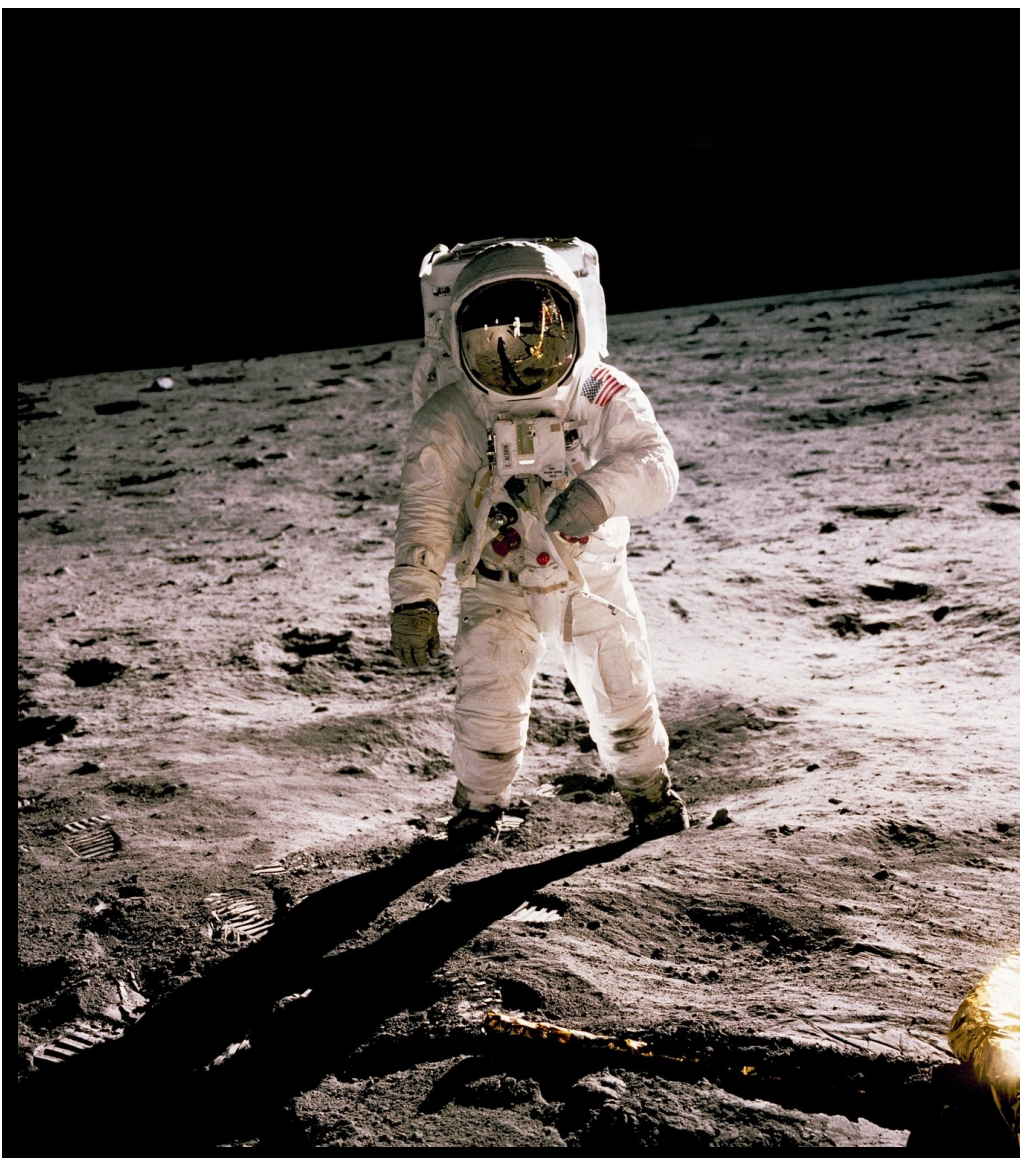
**Marca Memorável  
Confiável**



**Inove  
Transformando**



**Lidere Categoria**



**"Escolhemos ir à  
Lua nesta  
década e fazer  
as outras coisas,  
não porque  
sejam fáceis,  
mas porque são  
difíceis."**

Presidente John F. Kennedy

# Obrigado!

[www.linkedin.com/in/robertofunari](http://www.linkedin.com/in/robertofunari)

