

Posicionamento Global da marca FSC e Ferramentas de Marketing - Perguntas e Respostas Frequentes

1. Perguntas e Respostas para Todos os Públicos:

1.1. O que é posicionamento de marca e por que está sendo feito pelo FSC?

Queremos que os consumidores tenham uma ideia clara do que é o FSC e por que devem escolher produtos FSC em detrimento de outros. Deve haver uma aparência consistente para a marca FSC e as pessoas devem ter uma associação positiva com a marca. O mercado do FSC continua a crescer e isso traz a necessidade de desenvolver mensagens sólidas e educar o consumidor.

O objetivo final é impulsionar o mercado e aumentar os hectares de florestas certificadas pelo FSC.

1.2. Qual é o objetivo do slogan e como foi definido pelo FSC?

Um dos principais objetivos desta campanha de marca é trazer mais significado à marca FSC aos olhos dos consumidores em geral. Hoje em dia as pessoas não apenas estão incrivelmente ocupadas, como também são constantemente bombardeadas com todos os tipos de mensagens. Portanto, temos tempo e espaço limitado para transmitir o que significa o FSC em qualquer nível de detalhe. Por isso, precisamos de um slogan para nos ajudar a resumir o que defendemos de forma rápida e sucinta.

Nosso slogan é simples, arrojado e memorável. Em poucas palavras, ele transmite a nossa ambição ("para sempre") de uma forma que se conecta tanto a um benefício para o consumidor ("para todos") quanto a um benefício ambiental e social (florestas). É a expressão criativa do nosso posicionamento de marca ("Cuidando das florestas do mundo para as gerações futuras"), que foi validado por uma extensa pesquisa de consumo global.

1.3. Por que outros elementos, tais como peixes, água, árvores, etc. não estão incluídos na marca global?

É verdade que o FSC protege o ar, água, animais e povos das florestas. Nós chamamos estes fatores de "razões para acreditar", porque é o que fazemos para cuidar das florestas para as gerações futuras (nosso posicionamento de marca). A imagem de marca global destina-se a chamar a atenção dos consumidores e funcionar como uma simples sugestão de memória, juntamente com o slogan. Em vez de gerar confusão, tentando contar toda a nossa história em um logotipo pequeno, nossa razão para acreditar deve ser refletida em nossas mensagens. É claro que, porque o FSC trata das florestas, nosso logotipo icônico da "árvore" continua a ser o foco da nova imagem da marca.

1.4. Por que existem animais na imagem de marca global?

Para chamar a atenção dos consumidores em geral. Em um mercado lotado de mensagens, é preciso ir além das razões racionais para escolher o FSC e criar uma conexão emocional. A imagem de marca global faz isso através da utilização de animais, que são mostrados para estabelecer uma comunicação emocional com o consumidor, e um fator-chave em termos de mudança de comportamento.

1.5. Quem é o público para o filme?

O filme é dirigido ao público em geral. Ele celebra as muitas coisas em nossas vidas que vêm das florestas. Usa uma história simples em animação *stop-motion* para dar vida a produtos florestais e criar uma conexão emocional com estes produtos. Aumenta a conscientização do público sobre o número e variedade de produtos de uso diário certificados pelo FSC provenientes das florestas. Vamos compartilhar o filme com os nossos públicos online. Esperamos também que ele seja compartilhado e promovido amplamente pelos Parceiros da Rede FSC, detentores de certificados, de licença de uso da marca e partes interessadas.

1.6. As ferramentas estarão disponíveis em outros idiomas?

Atualmente, o site está disponível em inglês. Nesta fase inicial do posicionamento de marca global, os recursos criativos para download serão disponibilizados em inglês e espanhol da América Latina. Há planos de traduzir os recursos criativos ao longo de 2015 para as línguas em que o FSC tem maior presença no mercado.

1.7. Como será medida a eficácia dos ativos da campanha?

Recomenda-se que todos os utilizadores das ferramentas meçam o sucesso da campanha em suas respectivas áreas geográfica. Um quadro de avaliação que inclui o impacto sobre percepção da marca, mídias sociais e o impacto das vendas dos detentores de licenças, entre outros, vai ser fornecido neste kit de ferramentas. Este processo será apoiado globalmente através de uma pesquisa bianual de conscientização dos consumidores e percepções sobre o FSC.

1.8. Por que o kit de ferramentas tem como objetivo impulsionar a demanda dos consumidores?

O FSC sempre focou em estimular a demanda do mercado, e a demanda B2B normalmente é impulsionada pela demanda dos consumidores. Os detentores de certificado e de licença do FSC vêm pedindo uma ferramenta eficaz para ajudá-los a se comunicar com o consumidor. Mas, ainda mais importante, para atingir o nível de mudança que queremos gerar no mundo, precisamos atrair um grupo mais amplo de consumidores, além do nicho de consumidores "verdes", que compram um produto principalmente por causa de suas credenciais ambientais.

1.9. O slogan será disponibilizado em outras línguas?

O slogan em inglês será usado na maioria dos países. Além do maior apelo ao nosso público-alvo, o inglês é uma língua universalmente compreendida e torna o kit de ferramentas mais gerenciável. Em alguns países, será adequada a utilização do slogan em outros idiomas. Em 2015, o slogan só estará disponível em espanhol, russo, francês, alemão e português. Outros idiomas podem ser considerados para 2016, mas será necessário atender a certos critérios.

1.10. Por que usamos a expressão "para sempre" no slogan e qual é a nossa intenção por trás disso?

A expressão "para sempre" aborda o conceito de legado, que obteve pontuação alta na pesquisa. É menos distante / abstrato do que "o futuro", pois começa no presente. "Para sempre" fala do futuro, ao mesmo tempo em que nos situa no presente. É a aspiração do nosso trabalho no FSC e fala de nossa visão.

1.11. Teremos versões regionais da marca completa "Florestas-Para-Todos-Para Sempre" (visual com animais e pessoas)?

A marca completa não será adaptada, pois é importante que tenhamos coerência como uma organização global. No entanto, os recursos criativos podem prestar-se a adaptação regional.

1.12. Como o lado social do FSC está incluído na nova marca?

A referência a "todos" no slogan visa torná-lo inclusivo às pessoas, comunidades, animais e biodiversidade. A imagem inclui uma mulher e uma criança, para mostrar que o FSC tem um aspecto social. Dentro da própria marca, a oportunidade é limitada para transmitir todos os elementos do FSC, portanto focamos em aspectos que possuam apelo emocional aos consumidores.

No entanto, os elementos sociais podem ser expandidos quando houver espaço e tempo para tanto. Particularmente, há um componente social muito forte na estratégia de mídia social, no plano de ativação da campanha e através de todos os recursos, onde um elemento predominante de narrativa existe em torno do FSC.

1.13. Como esta arte se encaixa com as marcas registradas do FSC já existentes?

A nova arte não substitui os requisitos de marca existentes. Há variações da arte que podem ser usadas, mas nenhuma substitui o selo de certificação. Por favor, consulte as orientações do kit de ferramentas.

1.14. A nova marca pode ser usada no lugar do selo, no produto ou painel promocional?

Não. A imagem da marca e os demais recursos criativos não deverão ser utilizados no lugar do selo, no produto ou painel promocional. Os detentores de certificado e detentores de licença de uso de marca deverão respeitar os padrões de marca registrada, FSC-STD-50-001 e FSC-STD-50-002, respectivamente. Os novos recursos podem ser usados adicionalmente, mas não podem substituir o selo ou o painel promocional.

1.15. Quem tem acesso ao kit de ferramentas?

O FSC pretende maximizar a absorção dos novos recursos, garantindo mensagens consistentes e impactantes. Portanto, o FSC permite e incentiva os detentores de certificado e de licença a usar o kit de ferramentas e impulsionar a demanda de produtos certificados pelo FSC através de vários meios de comunicar a marca.

Todas as partes interessadas do FSC, com um acordo de licença de marca válido, poderão acessar os novos materiais licenciados ao concordar com os Termos e Condições através do formulário de registro online, que poderá ser acessado no site do Kit de Ferramentas de Marketing do FSC.

Os materiais licenciados serão fornecidos com amplas informações sobre uso das novas imagens, juntamente com uma série de ideias criativas para te ajudar a começar. O FSC reconhece o papel vital que as pequenas e médias empresas podem desempenhar na promoção do FSC, bem como o poder das grandes marcas e varejistas, e queremos garantir que você tenha os materiais criativos necessários para promover a consciência do consumidor em relação a seu compromisso com o FSC e apoio a "Florestas para todos para sempre".

1.16. Por que precisamos nos preocupar com a proteção de marcas?

Temos que garantir que o FSC mantenha a propriedade de suas marcas e que aqueles que estão fora do sistema não possam usar os recursos, ou qualquer outro recurso que seja similar, a ponto de gerar confusão.

1.17. Como o filme será promovido?

O filme será promovido através de sites e canais de mídia social do FSC, além de ser compartilhado pelas partes interessadas.

1.18. As empresas serão capazes de desenvolver seus próprios materiais, utilizando os recursos para download?

Sim, no entanto, suas artes terão que ser aprovadas pelas certificadoras e poderá haver custos ligados a este processo de aprovação. Para materiais

próprios, é aconselhável que o detentor do certificado / licença consulte seu escritório nacional.

1.19. Haverá uma área no kit de ferramentas onde as empresas poderão mostrar suas campanhas FSC usando os recursos do kit?

Sim. Esta ação é altamente recomendável. A intenção é fornecer exemplos de campanhas FSC realizadas pelos detentores de certificado e de licença. Consulte a seção Histórias de Sucesso que aparece nas ferramentas.