



Palestra:

# Valorigem: o valor além do preço

Tempo estimado: **1h**

Público: **Ilimitado**

Pré-requisitos: **não há**

# De onde surgiu essa ideia?

## preço

**Quantidade monetária** atribuída na troca de um bem ou serviço



## valor

**Qualidade conferida** a um bem trocável por outros

/ô/  
substantivo masculino  
ETIM(sXIII) latim tardio valore 'id.'

medida variável de importância que se atribui a um objeto ou serviço, que, **embora condicione o seu preço monetário** - frequentemente **não lhe é idêntico**.

atribui números absolutos designados a um bem  
condiciona uma negociação financeira

E como a **Origem**  
de um produto pode o  
**Valorizar** tanto?



VI CONGRESSO  
INTERNACIONAL  
DE BRANDING  
Multiplicidade e Convergência



**TODOS  
OS NEGÓCIOS  
SÃO LOCAIS**



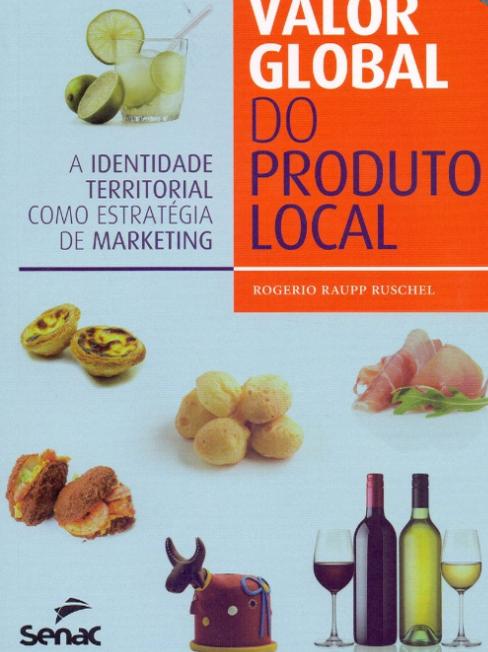
**POR QUE EM UM MUNDO  
GLOBAL É AINDA MAIS  
IMPORTANTE SER LOCAL**

JOHN A. QUELCH  
& KATHERINE E. JOCZ

**O  
VALOR  
GLOBAL  
DO  
PRODUTO  
LOCAL**

A IDENTIDADE  
TERRITORIAL  
COMO ESTRATÉGIA  
DE MARKETING

ROGERIO RAUPP RUSCHEL



senac

Investir em produtos  
locais ligados a territórios  
pode agregar

**até 270% mais  
valor**

em relação a concorrentes  
sem características  
territoriais evidentes.

*Rogério Ruschel*

# É necessário investir no **Duplo Branding**®!

by  
Rogério  
Ruschel

*Diferenciar os produtos de maneira inteligente, construindo uma imagem única a partir de seu local de origem, porém com os conceitos mercadológicos de produtos que fazem parte do dia a dia das pessoas em suas sociedades.*

## **Branding Global**

*Oferta com características e predicados para competir em mercados globais*

## **Branding Local**

*Identidade e pertencimento de uma oferta que só pode ser daquele lugar*



# Valorigem: o valor além do preço

Metodologia ágil exclusiva para construção de lógicas assertivas de precificação através de categorização aperfeiçoada dos produtos, buscando conectar os Valores que a marca é capaz de atribuir aos Valores que os consumidores percebem e valorizam.

Esta palestra apresenta como mapear e definir melhor os valores que posso e devo atribuir à minhas ofertas, categorizando-os e entendendo a relevância mercadológica deles.



 **valorigem**  
B E T A  
ORIGEM TEM VALOR

Sua marca   
Categoria avaliada

Amostra base da ferramenta

IDENTIFICAR ONDE SE ENQUADRA A PRECIFICAÇÃO DO SEU PRODUTO E ATÉ ONDE PODE CHEGAR

R\$		R\$
<b>Avaliação do Mercado</b>		
Elementos de <b>valor atribuído</b> comuns à Categoria	Elementos de <b>valor percebido</b> esperados pelo público	<b>Outros produtos</b> feitos com o mesmo insumo-base
<b>Avaliação de seu(s) Produto(s)</b>		
Elementos de <b>valor atribuído</b> que tem em seu produto	O <b>valor percebido</b> por quem já compra de você	<b>Novos produtos</b> a partir de seus insumos base





## Proposta

Esta Palestra tem um cachê de R\$ 3.000,00 a R\$ 5.000,00 - dependendo do grau de customização a realizar na estrutura do conteúdo.

Os custos de deslocamento, hospedagem e diárias não estão inclusos no cachê.





[www.libra.ag](http://www.libra.ag)