



portfólio

RODRIGO LINO

**DIREÇÃO CRIATIVA
E LIDERANÇA TÉCNICA EM DESIGN
PARA EXPERIÊNCIA DE MARCA**



duas
práticas

SUSTENTAM
MEU TRABALHO

dar forma

CONCEPÇÃO,
DIREÇÃO CRIATIVA
E VIABILIZAÇÃO TÉCNICA
DE EXPERIÊNCIAS DE MARCA

PRÊMIOS E RECONHECIMENTOS



LIDERANÇA CRIATIVA E TÉCNICA
DEDICADA À CONTA



NIKE FREE

DIREÇÃO CRIATIVA PARA
OUTRAS GRANDES MARCAS

FERRERO
ROCHER

HENDRICK'S
GIN

L'OCCITANE
EN PROVENCE



SERRAMALTE

GESTÃO DE MARCA,
PRODUTOS E CAMPANHAS



MESTRE-CERVEJEIRO.COM

criar base

INVESTIGAR NECESSIDADES
E OPERAÇÕES PARA FUNDAMENTAR
ESCOLHAS E SOLUÇÕES



VISA



auren

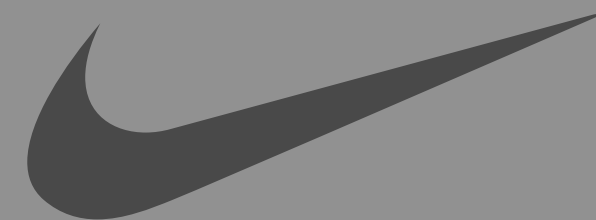
CYRELA

ATUAÇÕES EM
DESIGN DE SERVIÇO
E EXPERIÊNCIA DO CLIENTE

SD

CX

dar forma



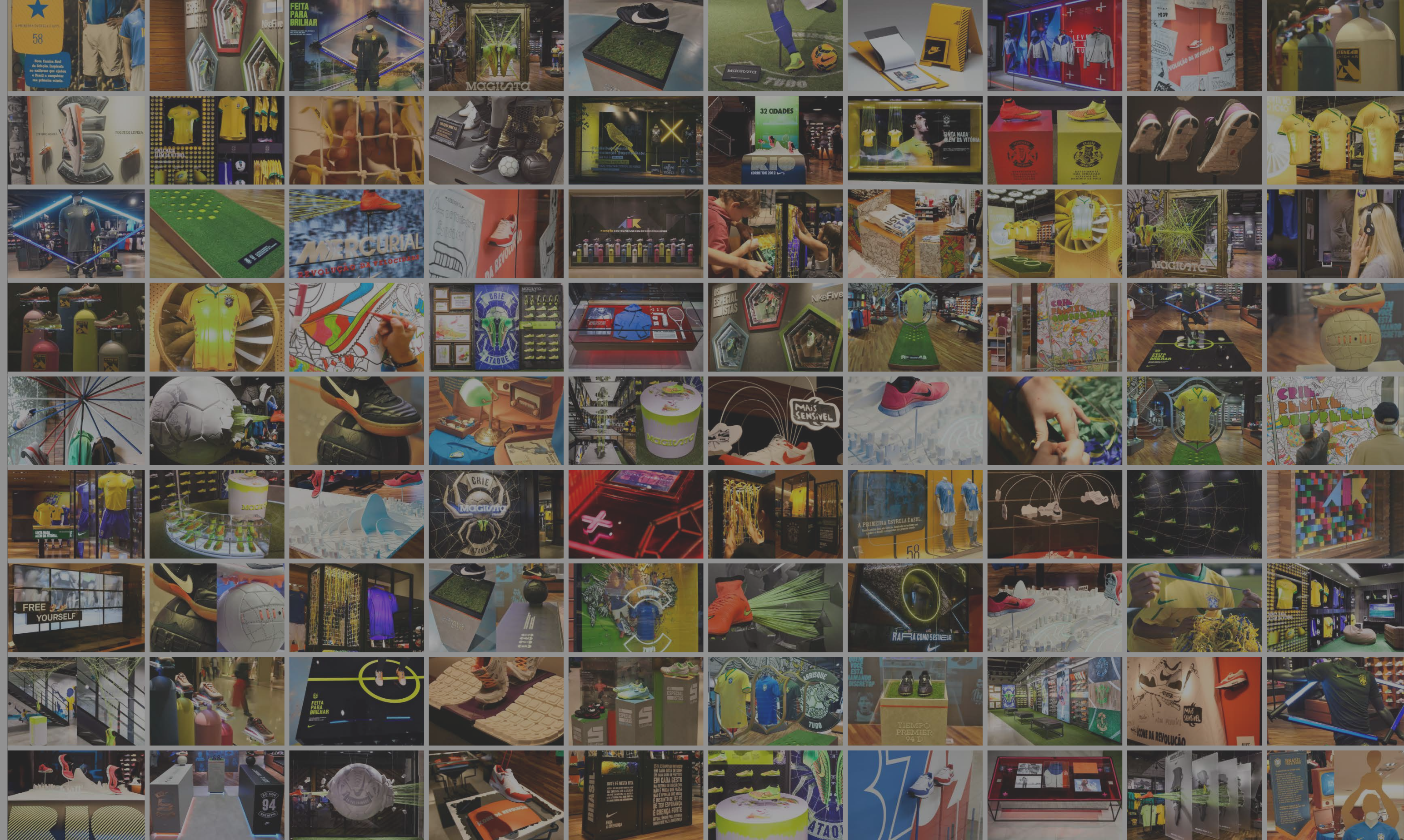
MAIS DE 5 ANOS
DE LIDERANÇA
CRIATIVA E TÉCNICA
EM RETAIL DESIGN
PARA A NIKE BRASIL

100+ ENTREGAS

200+ PONTOS DE VENDA DISTINTOS

IMPLANTAÇÃO EM ESCALA NACIONAL

PROJETOS PREMIADOS INTERNACIONALMENTE



DESIGN LEADER DEDICADO À CONTA (WESHAPÉ CREATIVES)

GUIAS VISUAIS, ESPECIFICAÇÕES E MANUAIS POR LOJA E CAMPANHA

CENOGRAFIA, VITRINES INTERATIVAS E SISTEMAS MODULARES

ADAPTAÇÃO A DIFERENTES FORMATOS DE LOJA

COORDENAÇÃO COMPARTILHADA DA IMPLANTAÇÃO E DA LOGÍSTICA

ORIENTAÇÃO DE EQUIPES E INTERLOCUÇÃO COM CLIENTE E FORNECEDORES



dar forma



idea
BRASIL
o melhor do design brasileiro

CAMPANHA "HOLIDAY"

CONCEPÇÃO, DESIGN E DIREÇÃO CRIATIVA

A MARCA CONVIDA O PÚBLICO
A OCUPAR A VITRINE PARA PINTAR
OS PRODUTOS ICÔNICOS
COM SEU ESTILO

SEM CAMPANHA PREDEFINIDA
PELA MATRIZ, A PROPOSTA PARTIU
DOS PRODUTOS E DE SUA RELAÇÃO
COM EXPRESSÃO E ESTILO.

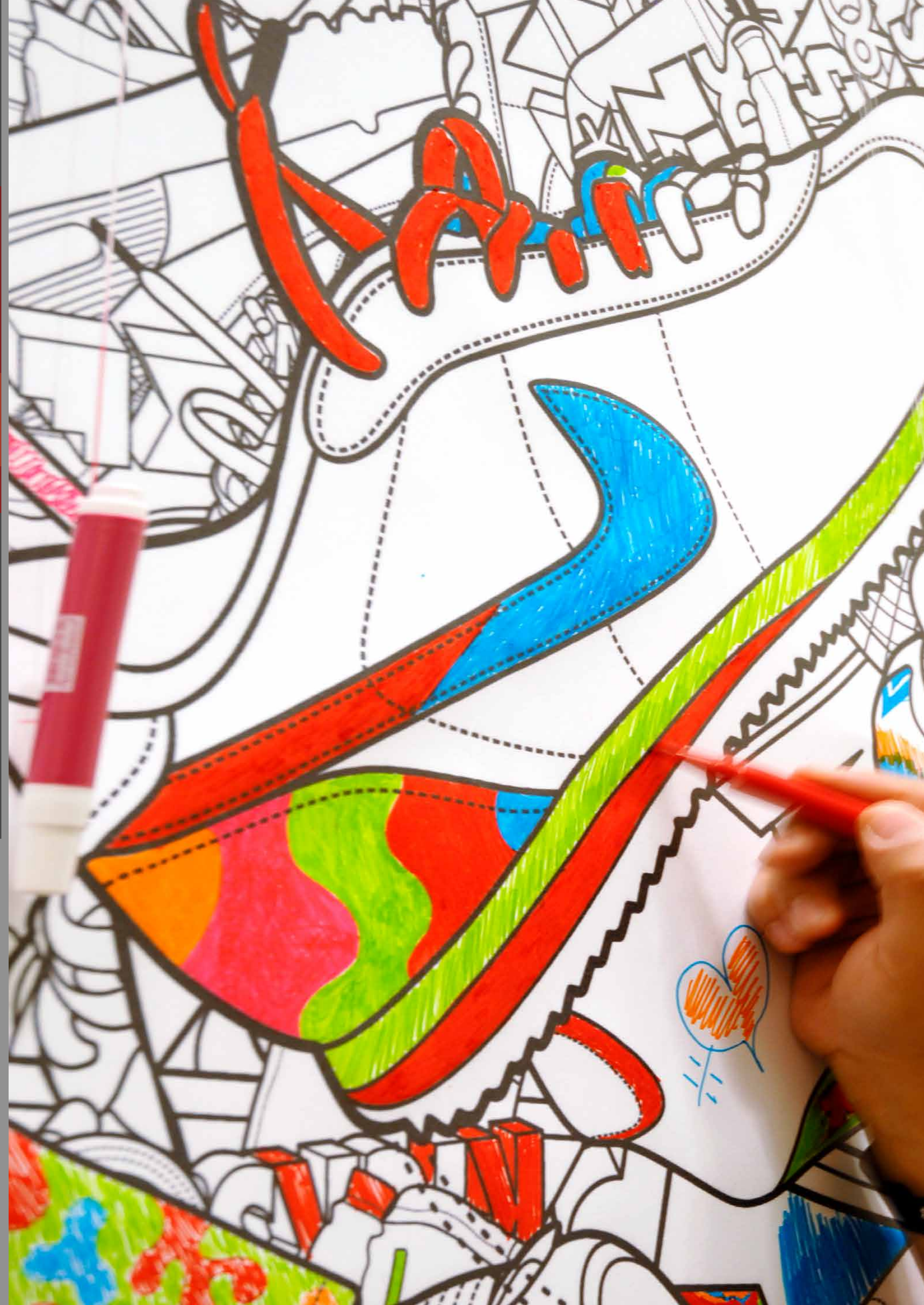
"CRIE. REMIXE. SURPREENDA."
CONVIDAVA O PÚBLICO
A PINTAR OS ÍCONES DA MARCA
E TRANSFORMAR A VITRINE.

OS MURAI PREENCHIDOS PRECISARAM
SER SUBSTITUÍDOS PARA CONTINUAR
RECEBENDO NOVAS INTERVENÇÕES.

- ✓ DEFESA DO CONCEITO
- ✓ DEFINIÇÃO DA MECÂNICA DE PARTICIPAÇÃO
- ✓ ORIENTAÇÃO DO ILUSTRADOR
- ✓ LAYOUTS E DESDOBRAMENTOS
- ✓ GUIAS DE INSTALAÇÃO

PREMIADO NO IF DESIGN AWARD 2010

*um dos prêmios mais
respeitados do mundo*



dar forma



CAMPANHA "BOTE FÉ NESSA FITA"

CONCEPÇÃO, DIREÇÃO CRIATIVA E TÉCNICA

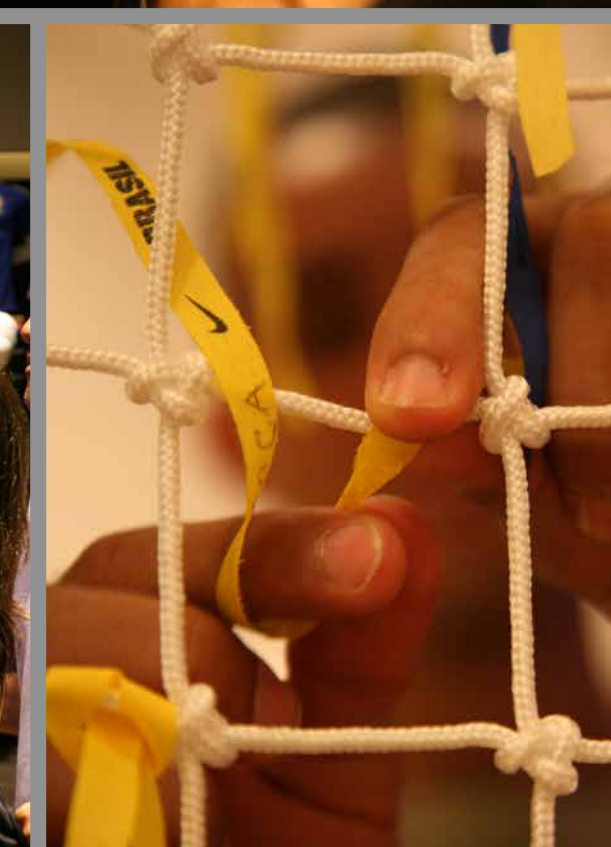
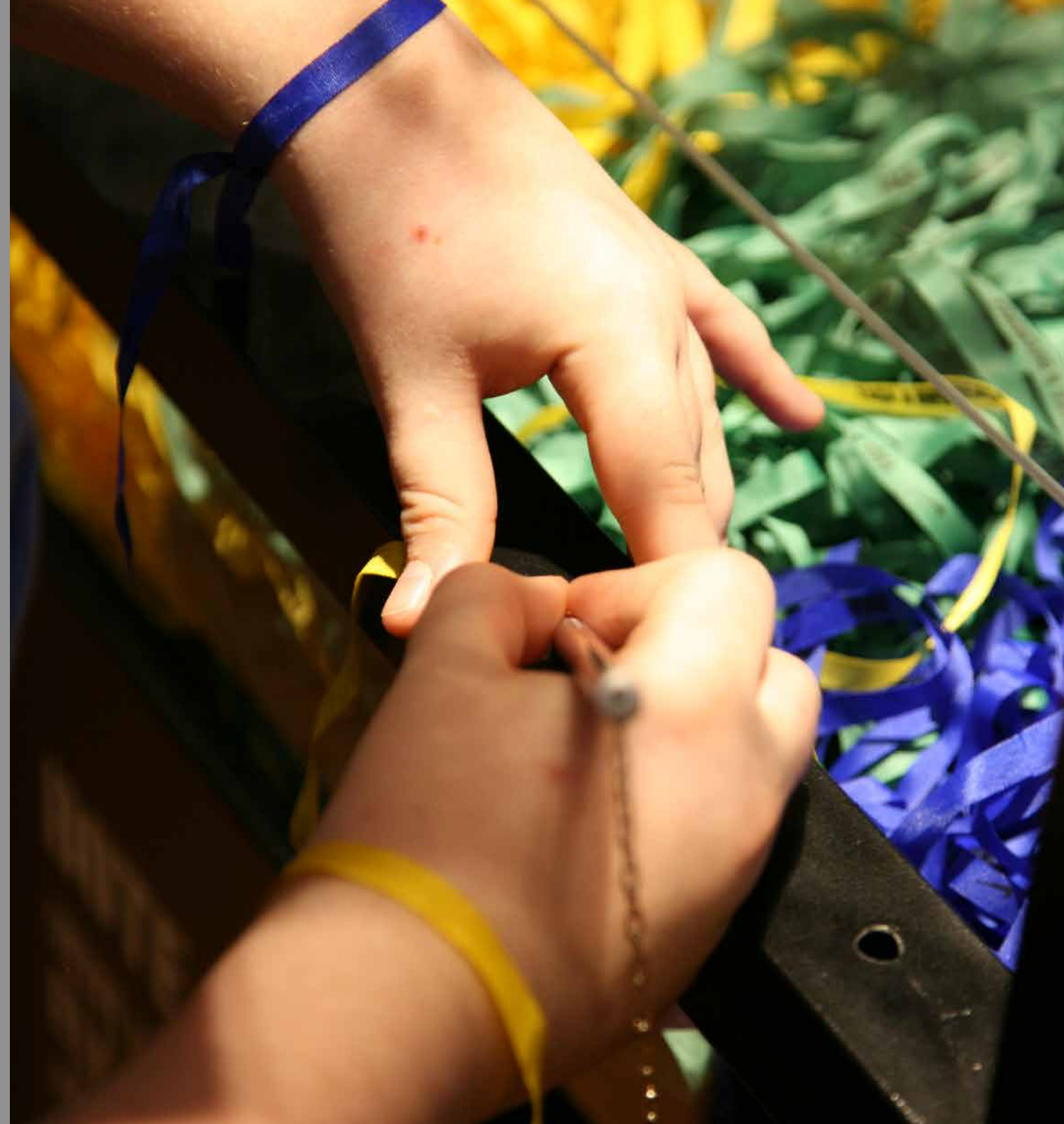
FITAS LEVAM A FÉ
DA TORCIDA À SELEÇÃO
NO LANÇAMENTO
DO UNIFORME DA COPA

O RITUAL DAS FITAS
DO 'SENHOR DO BONFIM'
INSPIROU A PARTICIPAÇÃO:
TORCEDORES ESCREVIAM MENSAGENS
DE APOIO E AS AMARRAVAM ÀS REDES
DAS INSTALAÇÕES, QUE SIMBOLIZAVAM
REDES DE GOL DOS ESTÁDIOS.

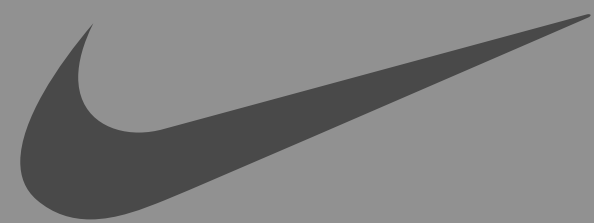
A ENTREGA DESSAS FITAS
A UM JOGADOR DA SELEÇÃO,
PREVISTA NO PLANEJAMENTO,
COMPLETAVA A AÇÃO.

- ✓ DEFESA DO CONCEITO
- ✓ DEFINIÇÃO DA MECÂNICA DE PARTICIPAÇÃO
- ✓ LAYOUTS E DESDOBRAMENTOS
- ✓ VALIDAÇÃO E ACOMPANHAMENTO DA PRODUÇÃO
- ✓ GUIAS DE INSTALAÇÃO

PREMIADO NO EL OJO DE IBEROAMÉRICA 2011



dar forma



OUTROS PROJETOS AMPLIAM AS POSSIBILIDADES NO VAREJO

A ATUAÇÃO TAMBÉM ENVOLVEU EXPOSIÇÃO,
CONTEÚDO E DESENVOLVIMENTO TÉCNICO
EM PROJETOS COM DIFERENTES ESCALAS,
FORMATOS E NECESSIDADES DE COMUNICAÇÃO.



CONCEPÇÃO E DETALHAMENTO DE RETAIL DESIGN
COPARTICIPAÇÃO

ALÉM DO CONCEITO E DIRETRIZES,
FORAM CRIADAS E ESPECIFICADAS
FOTOS, VITRINES, DISPLAYS E PEÇAS
GRÁFICAS, COM DESTINO AO
MERCADO EXTERNO.

O CONTEÚDO FOI DISPONIBILIZADO
E REUNIDO EM UM GUIA COMPLETO
E DETALHADO.



CONCEPÇÃO, DIREÇÃO CRIATIVA
E ACOMPANHAMENTO DE PRODUÇÃO

INSPIRADO EM EXPOSITORES DE MUSEU,
O MÓVEL CONVIDAVA A EXPLORAR
O RELEVO E OS PONTOS TURÍSTICOS
DO RIO EM MINIATURA.

A SINUOSIDADE, OS RECORTES E A COR
DO SOLADO DAVAM FORMA À CIDADE,
ASSOCIANDO SUA PAISAGEM
À LIBERDADE DE CORRER DESCALÇO
PROPOSTA PELO CALÇADO.



CONCEPÇÃO, CRIAÇÃO
E ORIENTAÇÃO DA EXECUÇÃO

RECRIAÇÃO DA CENA DA COSTURA
DO BRASÃO NA CAMISA IMPROVISADA
PARA A FINAL DA CONQUISTA DE 1958,
CONTADA EM MANCHETES DE JORNAL
E TV DE ÉPOCA.

TAMBÉM TRANSFORMOU UM MANEQUIM
NO CAPITÃO DA SELEÇÃO, COM O GESTO
ETERNIZADO DE ERGUER A TAÇA.

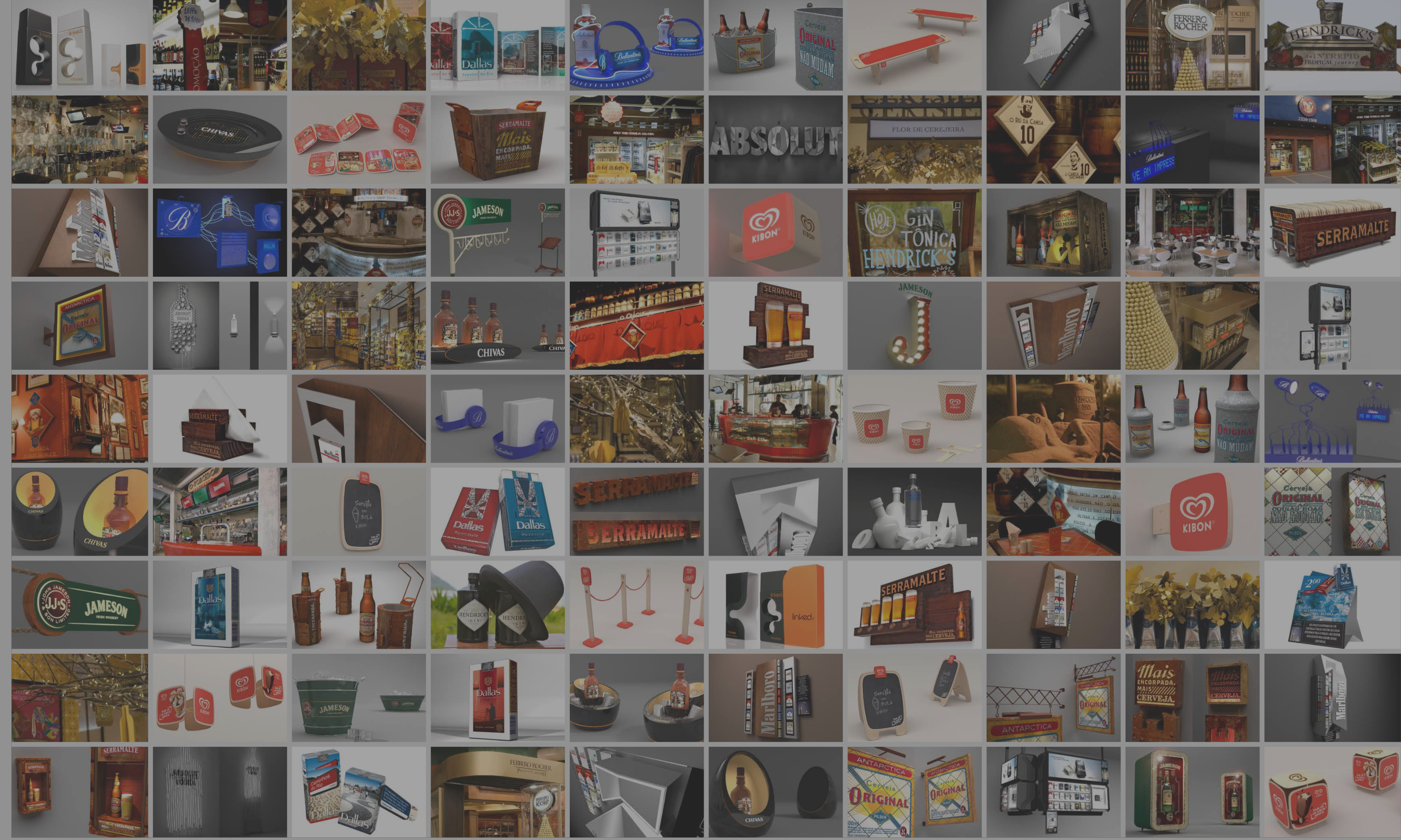
PREMIADO NO POPAI BRASIL 2008 · PRATA

dar forma

WESHAPE
creative

DIREÇÃO CRIATIVA
PARA DIFERENTES
MARCAS, EM PROJETOS
DE VAREJO E EVENTOS

coordenação de múltiplos
projetos simultâneos



CONCEITOS E EXPERIÊNCIAS DE MARCA PARA VAREJO E EVENTOS

ESTRUTURAÇÃO DE EQUIPES E COORDENAÇÃO DE FORNECEDORES

DEFINIÇÃO DE MATERIAIS, ORIENTAÇÃO TÉCNICA E VALIDAÇÃO DE PROTÓTIPOS



dar forma



FERRERO
ROCHER

PRÊMIO
POPAI
BRASIL



QUIOSQUE PÁSCOA & NATAL

DIREÇÃO CRIATIVA E ORIENTAÇÃO TÉCNICA

UMA BOUTIQUE EM PONTO
ESTRATÉGICO DO SUPERMERCADO
DÁ AO CHOCOLATE SEU DEVIDO
LUGAR E VALORIZAÇÃO

NICHOS E ACABAMENTOS DOURADOS
CRIAVAM UMA EXPOSIÇÃO EXCLUSIVA
FORA DAS PRATELEIRAS HABITUAIS.

DEGUSTAÇÃO E EMBALAGENS PARA
PRESENTE COMPLETAVAM O
ATENDIMENTO.

A ESTRUTURA MODULAR FOI PREPARADA
PARA SER REUTILIZADA EM DATAS
TRADICIONAIS DO VAREJO.

- ✓ CONCEITO E DIRETRIZES DE EXPOSIÇÃO
- ✓ APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA
- ✓ ORIENTAÇÃO E VALIDAÇÃO TÉCNICA

PREMIADO NO POPAI BRASIL 2011 - OURO

~490% AUMENTO DE VENDAS*

*SEGUNDO RELATO DO CLIENTE.
BASE COMPARATIVA E PERÍODO NÃO INFORMADOS.

*vendas superaram
todas as expectativas*



dar forma



HENDRICK'S
DISTILLED and BOTTLED IN SCOTLAND
GIN

EVENTO "AN INTREPID TROPICAL JOURNEY"

DIREÇÃO CRIATIVA (COPARTICIPAÇÃO)

UMA EXPEDIÇÃO VITORIANA E SURREAL
ATRAI BARTENDERS A UM CENÁRIO
PARADISIACO PARA EXPLORAR
O UNIVERSO INUSITADO DA MARCA

A NARRATIVA FICTÍCIA ORIENTOU
A COMBINAÇÃO ENTRE REFERÊNCIAS
DE ÉPOCA E A ESCOLHA DO LOCAL,
UMA PRAIA REMOTA NO RIO DE JANEIRO.

CENOGRAFIA, JOGOS, DRESS CODE
E RITUAIS DE SERVIÇO ENVOLVIAM
OS CONVIDADOS NESSA EXPEDIÇÃO,
REFORÇANDO A PERSONALIDADE
DE HENDRICK'S.

*repercussão espontânea
entre os participantes*

- ✓ NARRATIVAS E DINÂMICAS
- ✓ AMBIENTAÇÃO TEMÁTICA
- ✓ CURADORIA DE AÇÕES
- ✓ DESIGN GRÁFICO



MAIS PROJETOS, DIFERENTES CONTEXTOS DE MARCA

ESSA ATUAÇÃO TAMBÉM INCLUIU AMBIENTES,
COMUNICAÇÃO E PEÇAS DE MERCHANDISING QUE
EXIGIAM CONHECER A LINGUAGEM DE CADA MARCA
E AS CONDIÇÕES DE USO DE CADA PROJETO.



L'OCCITANE
EN PROVENCE

AMBIENTAÇÃO
DE NATAL

A PROVENÇA COMO INSPIRAÇÃO
DE UM NATAL DELICADO
E EM HARMONIA COM A LOJA



CONCEPÇÃO
E DIREÇÃO CRIATIVA

UMA ÁRVORE CENOGRÁFICA, COM
PRESENTES, REINTERPRETAVA O NATAL
PELA ÓTICA DA MARCA. FOLHAGENS
E ORNAMENTOS ARTESANAIS
INSPIRADOS EM FRASCOS
COMPUNHAM O CONJUNTO.

MINI LEDS EMOLDURAVAM
E ACRESCENTAVAM BRILHO,
PRESERVANDO A EXPOSIÇÃO DA LOJA.

~10 LOJAS AMBIENTADAS

Chopp
BRAHMA

BAR
"O TORCEDOR"

UMA IMERSÃO PELA ALMA
DO TORCEDOR JUNTO
AO MUSEU DO FUTEBOL



CONCEITO, AMBIENTAÇÃO E DESIGN GRÁFICO
COPARTICIPAÇÃO

LOCALIZADO NO ESTÁDIO PACAEMBU,
NOME, ARQUITETURA E IDENTIDADE
IDEALIZADOS COMO UMA OBRA SÓ.

AO CENTRO, BALCÃO VERMELHO ERA
O CORAÇÃO DO TORCEDOR. AO FUNDO,
PAINEL GIGANTE TRAZIA UMA TORCIDA
EMOCIONADA. CADEIRAS PRETAS
E BRANCAS ERAM BOLAS DE FUTEBOL.
DETALHES ENRIQUECIAM A METÁFORA.

PREMIADO NO POPAI BRASIL 2008 · OURO

SERRAMALTE

MERCHANDISING
"ENCORPADA"

COMO A CERVEJA, UM MATERIAL
CONSISTENTE E ENCORPADO
PARA BARES SELECIONADOS



CONCEPÇÃO
E DIREÇÃO CRIATIVA

MATERIALIZAÇÃO LITERAL DO VISUAL
DE CAMPANHA, QUE COMPARAVA
TRANSPARÊNCIAS DE VÁRIAS
CERVEJAS.

A LINHA PRINCIPAL FOI PRODUZIDA
ARTESANALMENTE EM TIRAGEM
LIMITADA, COM TÁBUAS RÚSTICAS
E RESINA PARA OS COPOS.

OS PORTA-COPOS, COM O DOBRO
DA ESPESSURA, REFORÇAVAM QUE
A CERVEJA É "ENCORPADA".

dar forma

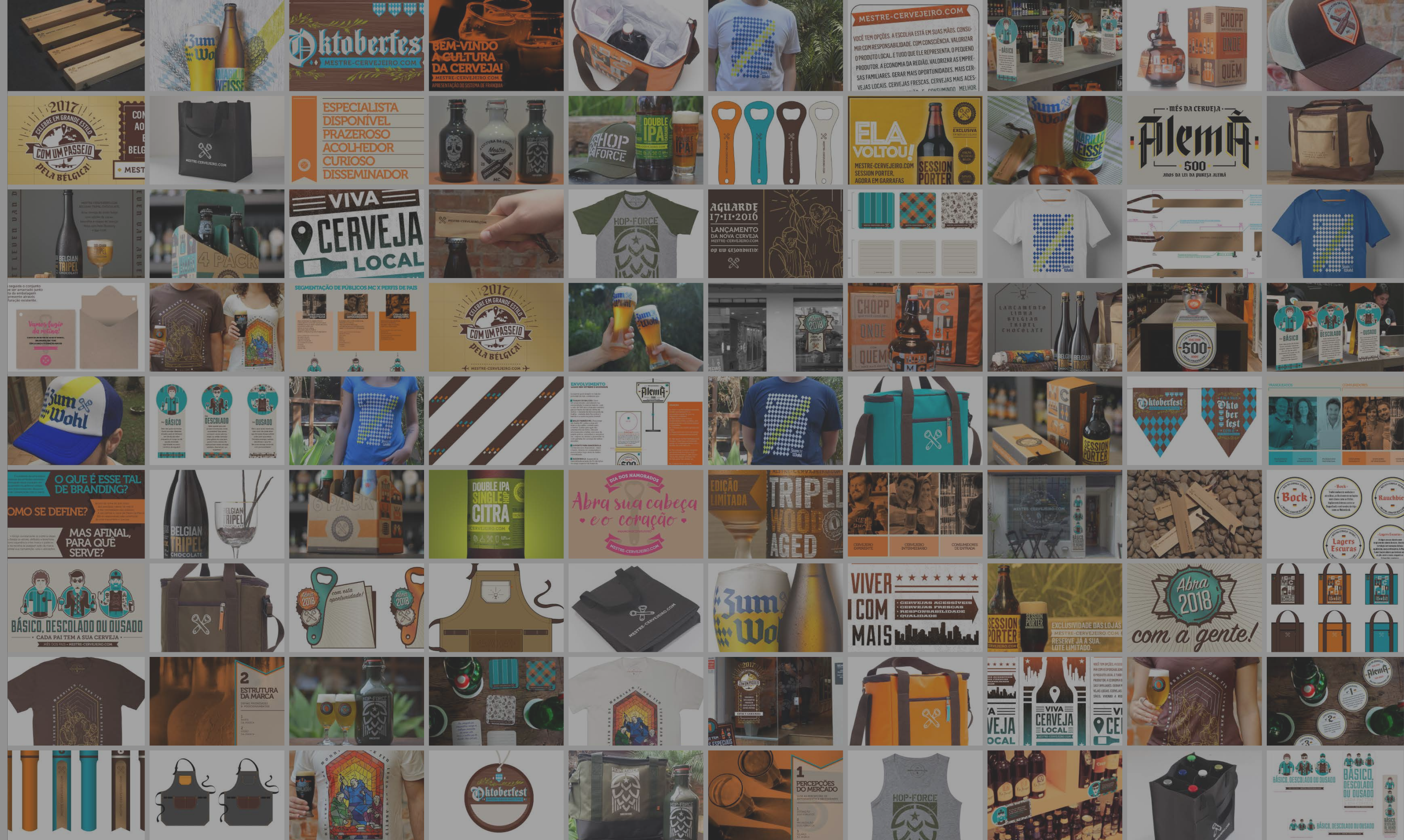


MESTRE-CERVEJEIRO.COM

GESTÃO DE MARCA
E DESENVOLVIMENTO
DE PRODUTOS
E CAMPANHAS PARA
UMA REDE DE FRANQUIAS
DE CERVEJAS ESPECIAIS

~60 FRANQUIAS DA REDE EM 2016-2017

da identidade da marca
à experiência nas lojas



DIRETRIZES DE MARCA E CAPACITAÇÃO DE FRANQUEADOS E DA EQUIPE INTERNA

DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS E DA REDE DE FORNECEDORES

DIREÇÃO CRIATIVA DE CAMPANHAS E AMBIENTAÇÃO NO PDV

VIABILIZAÇÃO TÉCNICA, PRODUÇÃO E SUPORTE À REDE



dar forma



MESTRE-CERVEJEIRO.COM

GESTÃO DE MARCA

REVISÃO, CAPACITAÇÃO E SUPORTE

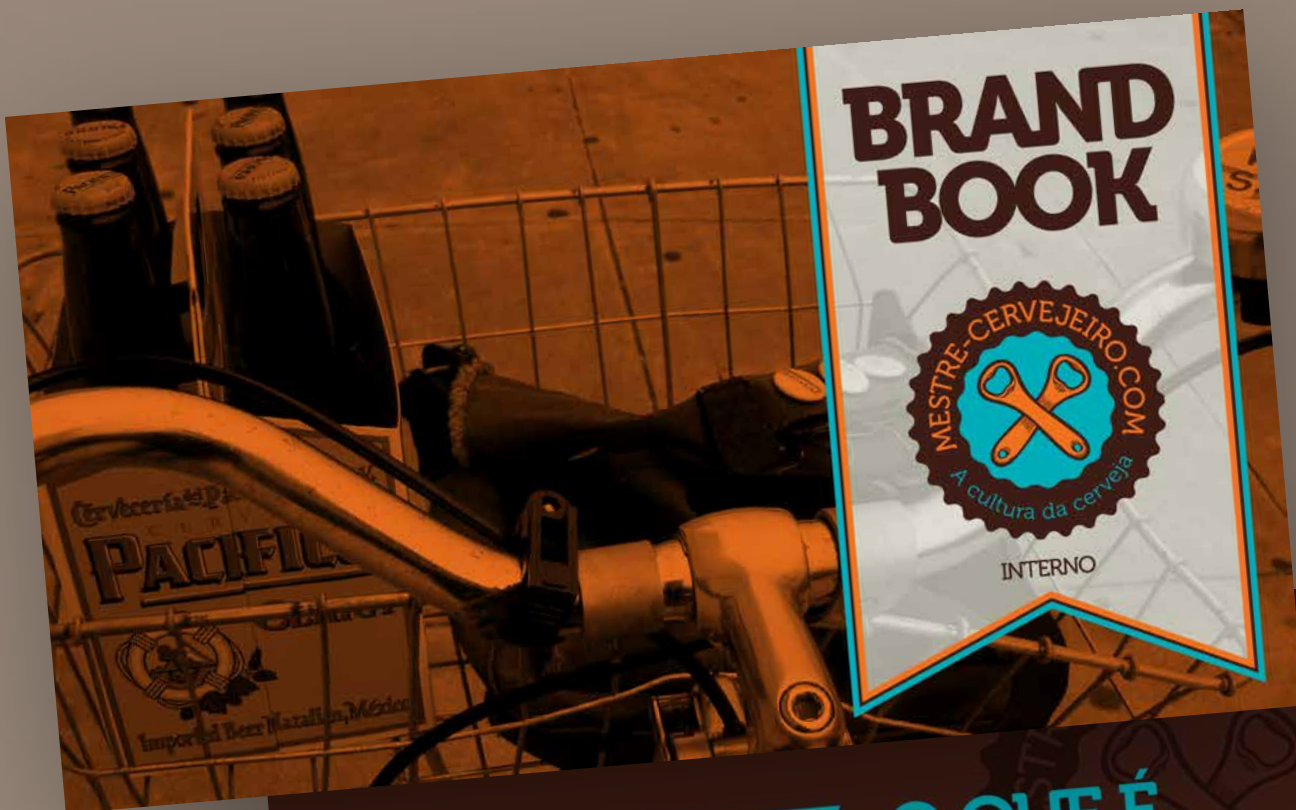
DIRETRIZES DE MARCA AJUSTADAS
PARA ORIENTAR COMUNICAÇÃO,
ATENDIMENTO E FACILITAR O USO
NO DIA A DIA DA REDE

A ESCUTA DA FRANQUEADORA
E DE FRANQUEADOS ORIENTOU
A REVISÃO DAS DIRETRIZES,
REUNIDAS EM BRANDBOOKS PARA
EQUIPES INTERNAS E FRANQUEADOS.

OS MATERIAIS SERVIRAM DE BASE
PARA CAPACITAÇÕES SOBRE A MARCA.

A APROVAÇÃO DE PEÇAS
E O SUPORTE CONTÍNUO APOIAVAM
FRANQUEADOS COM DIFERENTES
NECESSIDADES DE ORIENTAÇÃO.

- ✓ ENTREVISTAS
E ANÁLISE DO CONTEXTO
- ✓ POSICIONAMENTO, PILARES E TOM DE VOZ
- ✓ PERFIS DE FRANQUEADOS E CLIENTES
- ✓ REVISÃO DAS DIRETRIZES
DE APLICAÇÃO
- ✓ BRANDBOOKS OPERACIONAIS
PARA EQUIPES INTERNAS E FRANQUEADOS
- ✓ CAPACITAÇÃO INTERNA
E DOS FRANQUEADOS



O QUE É ESSE TAL DE BRANDING?

É a essência de uma marca. Representados pelos atributos verbais e símbolos concretos, como nome, logo, tagline e identidade visual. A construção e a manutenção de uma marca forte é guiada por seus principais valores e benefícios.

E AFINAL, PARA QUÊ ELE SERVE?

- Definir os públicos para quem a marca é dirigida.
- Expressar os principais valores, atributos e benefícios que devem ser percebidos pelos seus públicos.
- Expressar a personalidade que guiará toda a experiência com a marca.
- Reconhecer os esforços e riscos envolvidos na escolha da marca.

1 PERCEPÇÕES DO MERCADO

3 PILARES DA MARCA

RESUMO

**ESPECIALISTA
DISPONÍVEL
PRAZEROSO
ACOLHEDOR
CURIOSO
DISSEMINADOR**

PERCEPÇÕES DO MERCADO

DEFINIÇÃO DOS PÚBLICOS

FRANQUEADOS

CONSUMIDORES

FRANQUEADO ENTUSIASTA | FRANQUEADO ADMINISTRADOR | FRANQUEADO PROFISSIONAL | CERVEJEIRO EXPERIENTE | CERVEJEIRO INTERMEDIÁRIO | CONSUMIDOR DE ENTRADA

CONFIRA ABAIXO ALGUNS NÚMEROS INICIAIS:
BASIC INFORMATION ABOUT OUR FRANCHISE SYSTEM

LOJA / STORE **R\$160 MIL**
Já incluso taxa de franquia R\$ 100.000 / Franchise fee included

QUIOSQUE KIOSK **R\$118 MIL**
Já incluso taxa de franquia R\$ 100.000 / Franchise fee included

LUCRO LÍQUIDO MENSAL MONTHLY NET PROFIT **15%**

RETORNO DO INVESTIMENTO RETURN ON INVESTMENT **18° AO 24° MÊS**
18 to 24 months

TAXA DE FRANQUIA FRANCHISE FEE **R\$25MIL**
R\$ 25.000

ROYALTIES **R\$1.500**
Mensal, fixo no primeiro ano, após 4% faturamento R\$ 1.500 per month during the first year, then 4% of sales

FUNDO DE MARKETING MARKETING FEE **R\$600**
Mensal, fixo no primeiro ano, após 2% faturamento R\$ 600 per month during the first year, then 2% of sales

SOLICITE MAIS INFORMAÇÕES
FOR FURTHER INFORMATION PLEASE ACCESS
WWW.MESTRE-CERVEJEIRO.COM/FRANQUIAS

O Mestre-Cervejeiro.com nasceu como site em 2004 para divulgar a Cultura da Cerveja, compartilhar conhecimento e informar o consumidor, que tem sede por novidades deste maravilhoso universo.

Mantendo este mesmo objetivo, em 2012 foi implementado o sistema de franquias de lojas especializadas. Desde então a rede vem evoluindo e hoje conta com mais de 50 unidades em funcionamento por todo o Brasil.

A equipe Mestre-Cervejeiro.com é composta por Sommeliers de Cervejas e especialistas das mais diversas áreas, liderados pelo fundador e diretor da rede, Daniel Wolff.

Mestre-Cervejeiro.com was created in 2004 as a website focused on promoting beer culture in Brazil, sharing information with consumers who thirst for knowledge about this wonderful universe.

Maintaining that same goal, in 2012 our craft beer store franchise system was implemented. Since then the network has grown, with over 50 active Mestre-Cervejeiro.com units spreading craft beer culture all over Brazil.

Our team is composed of beer sommeliers and experienced professionals, from many areas of expertise, lead by founder and director Daniel Wolff.

CONHEÇA ALGUMAS DE
A SMALL SELECTION

dar forma



MESTRE-CERVEJEIRO.COM

DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS PRÓPRIOS

CONCEPÇÃO E GESTÃO DE PORTFÓLIO

NOVAS LINHAS EXCLUSIVAS DA REDE
PARA REFORÇAR A AUTORIDADE
DAS FRANQUIAS COMO DESTINO
DA CULTURA CERVEJEIRA

FORAM DESENVOLVIDOS
APROXIMADAMENTE 25 MODELOS, ENTRE
ROUPAS, ACESSÓRIOS E UTILITÁRIOS, EM
LINHAS INSTITUCIONAIS, TEMÁTICAS E
LIGADAS ÀS CERVEJAS DA MARCA.

pedidos recorrentes
de novos lotes

- ✓ CONCEPÇÃO DE PRODUTOS E DIREÇÃO DE PARCEIROS DE DESIGN
- ✓ BRIEFINGS DE DESIGN E PRODUÇÃO
- ✓ SELEÇÃO E HOMOLOGAÇÃO DE FORNECEDORES
- ✓ ANÁLISE DE PROPOSTAS E NEGOCIAÇÃO
- ✓ DEFINIÇÃO DE MATERIAIS E PROCESSOS PRODUTIVOS
- ✓ ACOMPANHAMENTO E VALIDAÇÃO DA PRODUÇÃO
- ✓ GESTÃO DA CONTINUIDADE DOS PRODUTOS CONFORME VENDAS



dar forma



MESTRE-CERVEJEIRO.COM

CAMPANHAS NO PONTO DE VENDA

CONCEPÇÃO, DIREÇÃO CRIATIVA E VIABILIZAÇÃO TÉCNICA

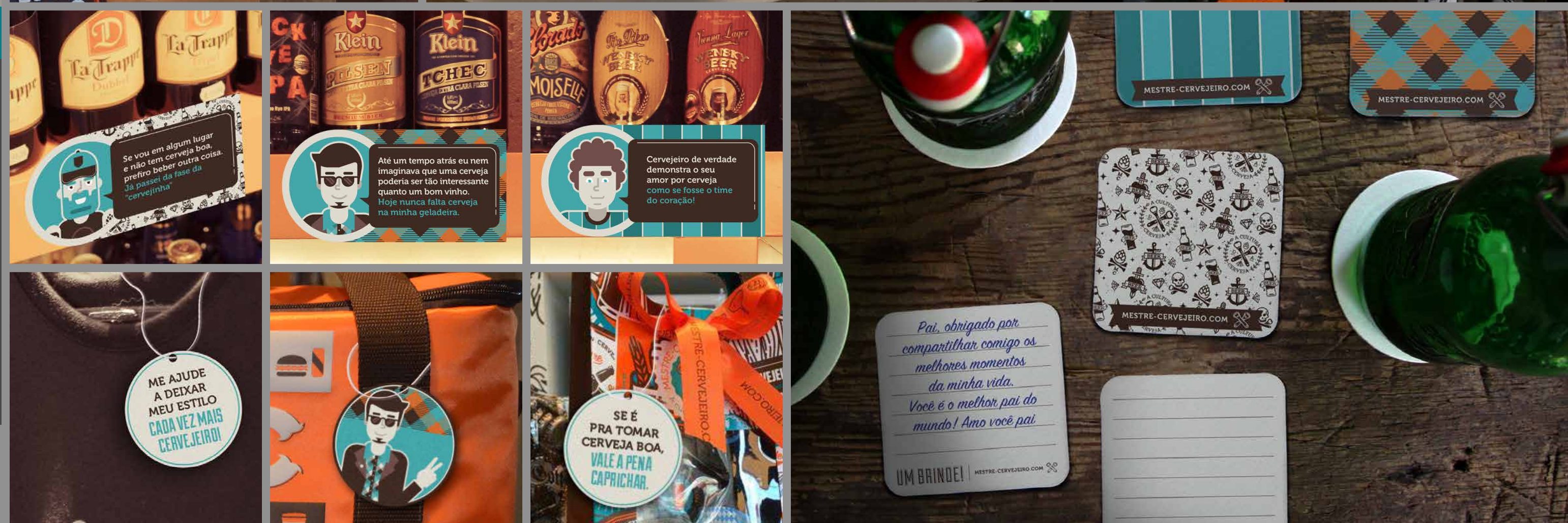
TEMÁTICAS OCUPAM A LOJA,
ONDE CADA PEÇA É PENSADA PARA
ATRAIR, ENVOLVER E ORIENTAR
O PÚBLICO NA SUA ESCOLHA

DATAS E TEMAS CERVEJEIROS
ORIENTARAM CAMPANHAS DA VITRINE
À COMUNICAÇÃO JUNTO AOS PRODUTOS,
ARTICULANDO CONTEÚDO,
PRESENTES E OFERTAS.

PEÇAS DE BAIXO CUSTO E TRANSPORTE
COMPACTO ATENDIAM AOS DIFERENTES
FORMATOS DE LOJA.

MANUAIS DIDÁTICOS ORIENTAVAM
MONTAGEM, INSTALAÇÃO E RETIRADA
PELOS PRÓPRIOS FRANQUEADOS.

- ✓ CONCEITOS E DIREÇÃO CRIATIVA
- ✓ DIREÇÃO DE ILUSTRAÇÃO E REDAÇÃO
- ✓ LAYOUTS E DESDOBRAMENTOS
- ✓ ESPECIFICAÇÕES E GESTÃO DE FORNECEDORES
- ✓ VALIDAÇÃO DE PROVAS E ACOMPANHAMENTO DA PRODUÇÃO
- ✓ MANUAIS E ORIENTAÇÃO À INSTALAÇÃO



criar base

- SD

DESIGN DE SERVIÇO
- CX

EXPERIÊNCIA DO CLIENTE

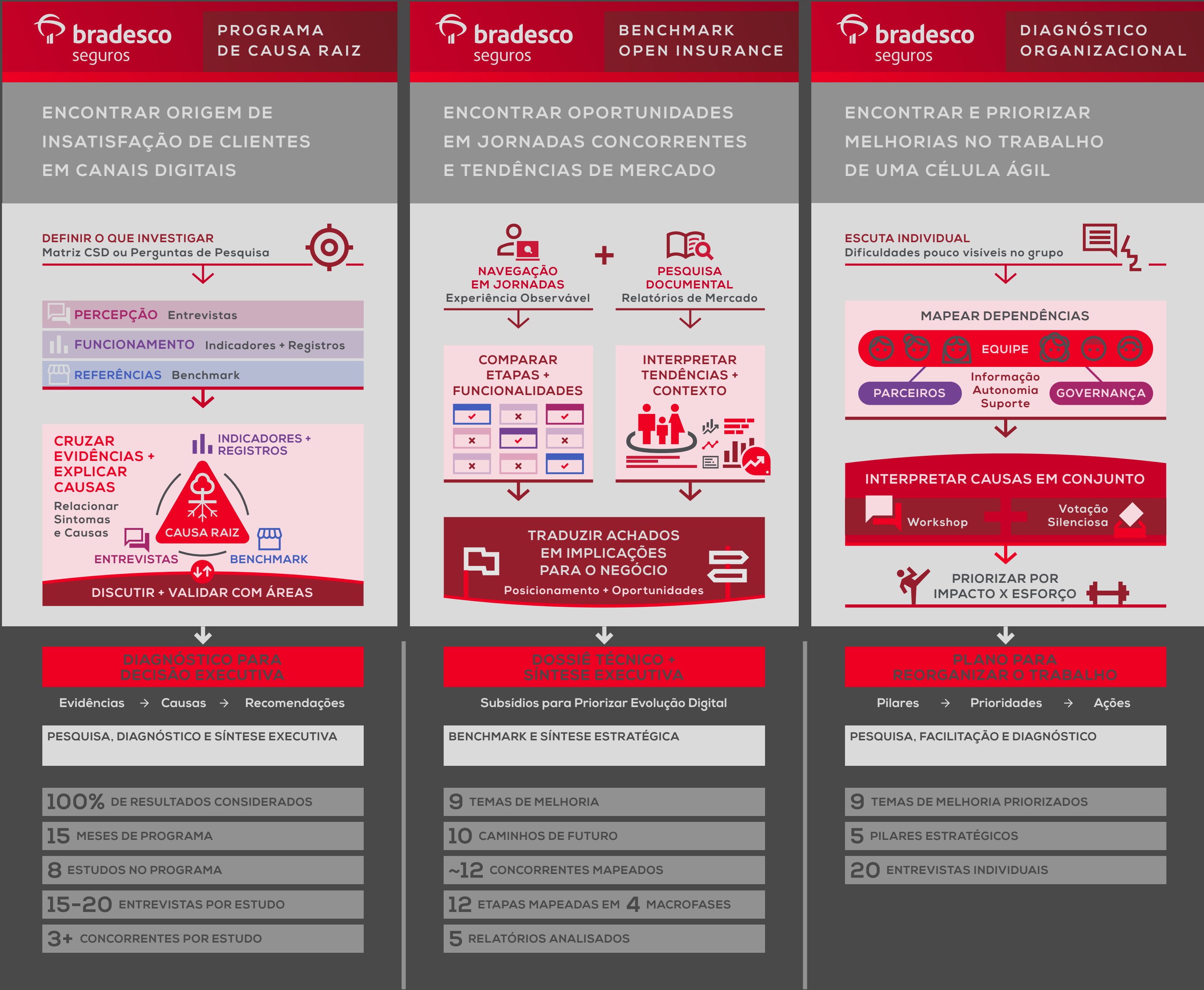
ENTENDER O QUE
AS PESSOAS PRECISAM
E COMO A OPERAÇÃO
FUNCIONA PARA
DEFINIR CAMINHOS



SÍNTESES COM INFORMAÇÕES CONFIDENCIAIS OMITIDAS

criar base

PROCESSOS - INVESTIGAÇÃO E DIAGNÓSTICO



COMPRA DIGITAL
CONSULTIVAPROPOR CONTRATAÇÃO
DIGITAL DE SEGUROS CONFORME
DIFERENTES NECESSIDADESPROPOSTA DE
JORNADA CONSULTIVA

Entrada → Módulo por Perfil → Escolha

PESQUISA E DESENHO DE JORNADA

~10 FUNCIONALIDADES PRIORIZADAS

4 PERSONAS ESTRATÉGICAS

~10 CONCORRENTES ANALISADOS

BENEFÍCIOS
DE VIAGEMPROPOR OTIMIZAR
ENTENDIMENTO, ACESSO E USO
EM TODO O CICLO DE VIAGEMPROPOSTA DE JORNADA +
RECOMENDAÇÕES

Integrada com Acesso Coerente aos Benefícios

PESQUISA E SÍNTESE ESTRATÉGICA
EM DUPLA

~10 SERVIÇOS DIGITAIS AVALIADOS

27 RECOMENDAÇÕES PRÁTICAS

22 PARTICIPANTES EM UNFOCUS GROUPS

SERVIÇO DE
ASSISTÊNCIAMEDIAR E ORGANIZAR
PROPOSTA DE REQUISITOS PARA
UM SERVIÇO NÃO OFERECIDOBLUEPRINT +
ORIENTAÇÕES PARA PROTÓTIPO

Bases para MVP (Produto Mínimo Viável)

PESQUISA E DESENHO DE SERVIÇO

10 DIRECIONAMENTOS PARA O SERVIÇO

10 RECOMENDAÇÕES PARA O MVP

20 CLIENTES EM 2 SESSÕES DE PESQUISA

10 ÁREAS INTERNAS ENTREVISTADAS

RELAÇÃO
COMERCIALDESCOBRIR E ORGANIZAR
AÇÕES E RESPONSÁVEIS PARA
DESTRAVAR NEGOCIAÇÕESJORNADA +
PLANO DE AÇÃO POR ÁREA

Proposta → Refinamento → Área Responsável

PESQUISA, FACILITAÇÃO E SÍNTESE
EM DUPLA

5 TEMAS PRIORIZADOS

~15 ENTREVISTAS INTERNAS

~12 ENTREVISTAS COM PARCEIROS

COMPRA
IMOBILIÁRIAARTICULAR SOLUÇÕES
INTEGRADAS DE ATENDIMENTO
ENTRE MEIOS FÍSICOS E DIGITAISJORNADA PHYGITAL +
BLUEPRINTS

+ Fluxo da Plataforma para MVP

PESQUISA E DESENHO DE SERVIÇO
EM DUPLA

14 PROCESSOS E FERRAMENTAS PRIORIZADOS

~10 ÁREAS ENVOLVIDAS

~20 ENTREVISTAS INDIVIDUAIS

CRIAÇÃO, DIREÇÃO
E DOMÍNIO TÉCNICO

dar forma

+

EVIDÊNCIAS
E CRITÉRIOS

criar base

=

MAIS FUNDAMENTO PARA
EXPLORAR, TESTAR E DECIDIR.

CONCEITO, EXPRESSÃO E EXECUÇÃO PARA EXPERIÊNCIAS DE MARCA

CONCEPÇÃO

CRIAÇÃO DE CONCEITOS
E FORMAS DE ENVOLVER
O PÚBLICO

DIFERENCIAÇÃO
E CONEXÃO

DIREÇÃO

ORIENTAÇÃO DE
LINGUAGEM, FORMA,
MATERIAIS E INTERAÇÃO

QUALIDADE
E COERÊNCIA

VIABILIZAÇÃO

CONDUÇÃO DE SOLUÇÕES
TÉCNICAS, PRODUÇÃO
E IMPLANTAÇÃO

INTENÇÃO PRESERVADA
NA EXECUÇÃO

vamos conversar!

 DIREÇÃO CRIATIVA
E LIDERANÇA TÉCNICA
EM DESIGN
RODRIGO LINO



+55 41 98873 3709



rodrigolino@rodrigolino.com.br



[linkedin.com/in/rodrigolino1976](https://www.linkedin.com/in/rodrigolino1976)