



BRAND TERRITORY

CHALLENGE

Develop a Brand Positioning and Communication Strategy to establish Victor Guedes as the new player in the Premium Olive Oil segment.

THINK: VICTOR GUEDES IS A NEW PREMIUM OLIVE OIL BRAND OFFERING A SUPERIOR FOOD EXPERIENCE THAT IS WORTH PAYING MORE FOR.

DO: BUY VICTOR GUEDES PREMIUM OLIVE OIL FLAVORS FOR A SUPERIOR FOOD EXPERIENCE AT THE TABLE, THAT IS WORTH SHARING.

PEOPLE

We want to put people first. This is not about demographics, but about defining the affinity group these people would want to belong to and how they feel about a particular issue.

HIGH ACHIEVERS

Em permanente busca do sucesso, combinam a necessidade de valorização (de si) e de validação (dos outros) pelo que procuram tudo o que lhes proporcione a melhor experiência e que projete a melhor imagem.

Rejeitam a banalidade. Adoram a originalidade e a exclusividade. Rodeiam-se das coisas verdadeiramente boas da vida para se posicionar num patamar premium e diferenciado, tanto em termos de status como de conhecimento.

Para deixar a sua impressão no mundo e nos outros, procuram ocasiões para desfrutar da vida e afirmar o seu sucesso de forma a criar momentos surpreendentes e marcantes que lhes permitam sentir-se realizados e ser admirados.

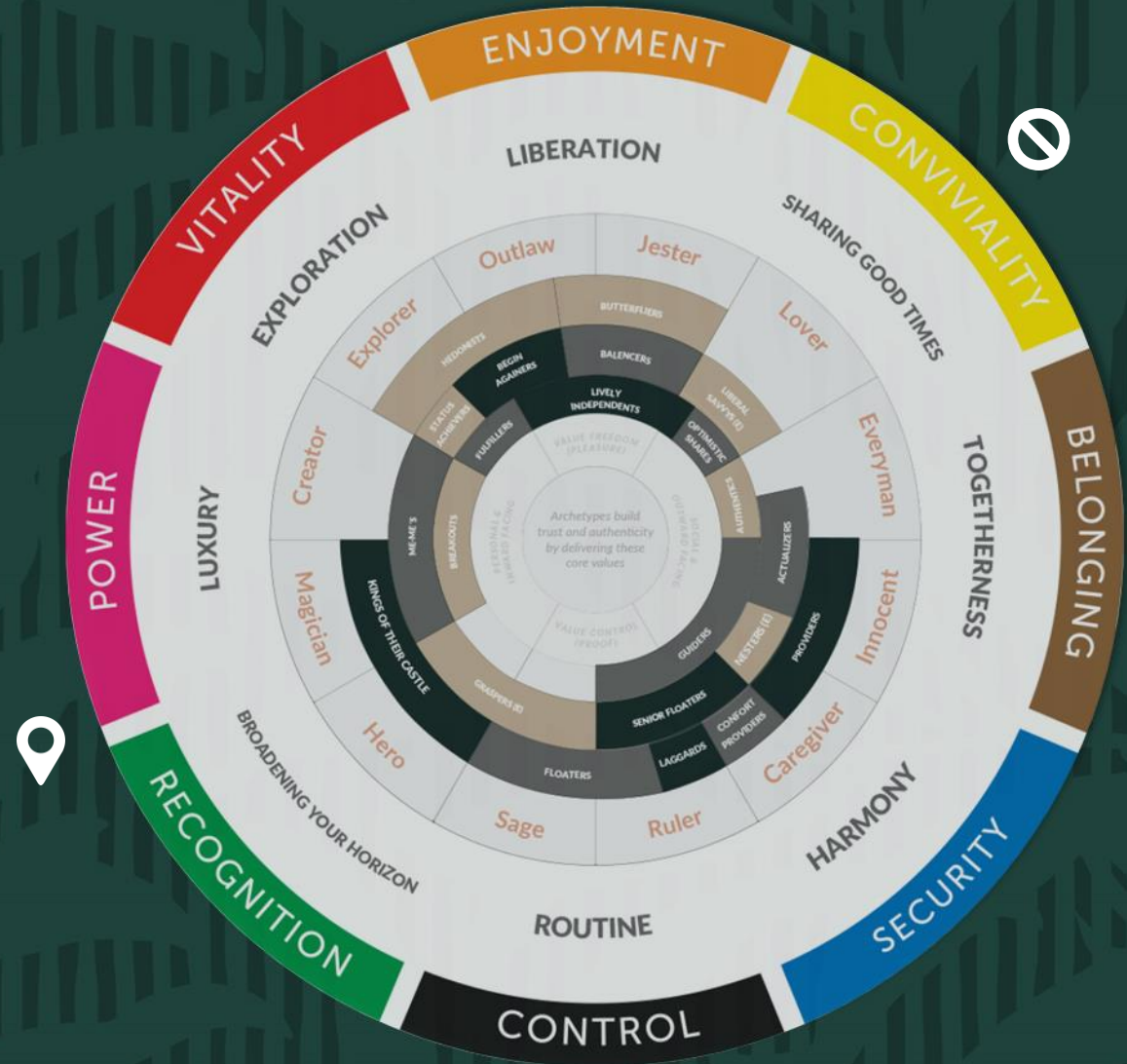
TASK

The task for now is to define our brand's territory, meaning the space in which the brand acts - tangibly or intangibly.

QUAL A SEMÂNTICA E A ESTÉTICA DA MARCA?
O QUE ESTÁ DENTRO / O QUE ESTÁ FORA?
QUAIS OS INGREDIENTES CONCEPTUAIS E VISUAIS QUE PODEMOS (OU NÃO) USAR?

POSITIONNING

Victor Guedes is positioned in the exact opposite quadrant of Gallo, where we find most above premium brands. In a portfolio management perspective, it is a complementary and minimally competition position. Their entire territories can therefore be defined by **reverse engineering** to assure both brands' differentiation.



RECIPE



Need States

Power and Recognition

Drivers

Luxury and Broadening Horizons

Archetypes

Creator, Magician and Hero

Targets

Me-Me's, Breakouts, Kings of the Castle and Graspers

Motivation

Personal & Inward Facing



Need States

Conviviality

Drivers

Sharing Good Times

Archetypes

Lover

Targets

Liberal Savvys, Optimistic Shares, Lively Independents

Motivation

Social & Outward Facing

PILLARS

marca / umbrella

VICTOR GUEDES

Esta é uma marca baseada na pessoa e na vida do fundador Victor Guedes (master blender by day + bom vivant by night - o que define respetivamente o lado funcional e emocional do produto). Trata-se de honrar o seu trabalho e o seu legado; tudo o que Victor Guedes foi e fez dentro de uma garrafa.

produto / funcional

A ARTE DO BLENDING

Produtos baseados na arte do blending aprimorada há mais de 160 anos. O blend de ingredientes selecionados como a diferenciação funcional mais verdadeira que temos.

Representa **80%** ou mais da comunicação em fase de lançamento.

produto / emocional

SABOREAR A VIDA & CELEBRAR O SUCESSO

Produtos originais e exclusivos para saborear a vida e celebrar o sucesso. A diferenciação emocional pela afirmação de status e conhecimento que vem do uso de marcas premium e diferenciadas.

Representa **20%** ou menos da comunicação em fase de lançamento.

CORE

The multitudinous of meanings that the word **blend** encapsulates confirms this multilayered structure and sets the foundation for the brand's communication.

BLEND IS ABOUT CONCRETE AND ABSTRACT CONCEPTS

BLEND IS ABOUT THE SEARCH FOR HARMONY AND PERFECTION

BLEND IS ABOUT COMBINING THE GREAT TO OBTAIN THE OUTSTANDING

BLEND IS ABOUT CREATING NEW, AND UNIQUE THINGS

BLEND IS ABOUT CUSTOMIZATION AND TAILORMADE PRODUCTS

BLEND IS ABOUT THE KNOWLEDGE OF MAKERS AND CONSUMERS

BLEND IS ABOUT EXCLUSIVITY AND TRADEMARK

BLEND IS ABOUT SOME OF THE MOST EXQUISITE PRODUCTS IN THE WORLD

SEMANTICS

Language. How to describe what the brand stands for, says and does?

BRAND | ESSENCE



Victor Guedes / Autor
Master Blender
Desde 1860
Original

Marca portuguesa para conhecedores
Arte / Conhecimento / Mestria
Criatividade / Visão / Determinação
Inovação / Transformação / Coragem
Cérebro / Cabeça
Saber fazer e fazer diferente
#Multilayered



Tradição de Família
Especialista e Pioneira
Desde 1919
Única
Marca portuguesa para todos #1
Experiência
Paixão
Desejo
Coração
Saber fazer e fazer consistente
#Straightforward

BRAND | PERSONALITY



Ambiciosa
Assertiva
Social
Criativa
Inspiradora
Carismática
Expansiva
Determinada
Corajosa
Influencer #follow me



Terra a terra
Positiva
Sociável
Esteta
Atraente
Magnética
Envolvente
Verdadeira e Autêntica
Generosa
Leader #come with me

PRODUCT | FUNCTIONAL



Blends de qualidade incomparável
Artesanal
Selecionar e Combinar
Os melhores ingredientes
Sabores marcantes e extremados
Sabores originais
Transforma e Transcende
Experiências gastronómicas de exceção
Qualidade incomparável
Sensações fortes
#outofthebox



Azeites virgens e extra virgens de qualidade superior
Massificado
Selecionar
Os mais naturais e autênticos ingredientes portugueses
Sabores versáteis
Sabores únicos
Eleva
Experiências sensoriais
Elevada qualidade
Sensações prazerosas
#comfortzone

PRODUCT | EMOTIONAL



Saborear a Vida e Celebrar o Sucesso
Sabores surpreendentes
Transforma e Transcende
Momentos marcantes
#discover



Criar Conexões Significativas e Verdadeiras
Sabores reconfortantes
Eleva
Momentos estruturantes
#nurture

TARGET | MOTIVATION & BEHAVIOR



Sucesso e Reconhecimento
Sentir-se realizado e ser admirado
Indulgência e Afirmação
Indivíduo / Pessoa
Progresso Pessoal / Eu
Futuro / Deixar a sua marca no mundo
Connaisseur
Criar impressões
Ambição e Status
Lifestyle / Estilo de Vida
Racional / Objetivos #lifegoals
#VeniVidiVinci



Convívio e Partilha
Conectar-se com os outros
Felicidade e Significância
Comunidade / Grupo / Família / Tribo
Bem Comum / Nós
Presente / Viver o momento
Crowd pleaser
Criar memórias
Prazer e Autenticidade
Meaning / Sentido
Emocional / Sentimentos #blessed
#Carpe Diem

OCCASIONS | TIME & PLACES



Momentos Excepcionais
Momentos de afirmação (making a statement)
Celebração
Ambientes Premium e Sofisticados
Luxo
#Ano Novo



Todos os Momentos
Momentos de ligação (creating a bond)
Ritual
Ambientes Práticos e Acolhedores
Conforto
#Natal

SETTINGS | TABLE



A mesa como palco para afirmação
Posta de acordo com protocolos e preceitos
Planeado #staging
Peças / Acessórios de valor material



A mesa como local de comunhão
Posta de maneira mais informal e descontraída
Improvisado #organic
Peças / Acessórios de valor sentimental

SETTINGS | FOOD



Azeite como um sinal exterior de status e conhecimento
Preferencialmente a frio
Para degustar ou finalizar
Harmonização / Pairing
Receitas requintadas e inovadoras
Pratos individuais
Sofisticação
Gourmet #made from knowledge



Azeite como um elemento unificador
De todas as formas
Para cozinhar ou temperar
Simbiose
Receitas tanto tradicionais como modernas, wholesome
Travessas para partilhar
Appetite Appeal
Foodie #made from love

SIGNATURE

O BLEND DE UMA VIDA

Uma assinatura que nos permite encapsular tanto o lado funcional como emocional – com o blend a transitar do tangível para o intangível – e nos leva do criador ao consumidor – através da múltipla interpretação de vida.



O
BLEND
DE
UMA
VIDA

AESTHETICS

Image. How to portray what the brand stands for, says and does?

BRAND Essence



BRAND Personality



PRODUCT Functional



PRODUCT Emotional



TARGET

Motivation & behavior



OCCASIONS

Time & Places



SETTINGS

Table



SETTINGS

Food





THANK YOU