

## **Dealer Clothing - Estudo de Reposicionamento da Marca**

**Igor Orzechowski**

**62º Defesa - 18 de fevereiro de 2020**

### **Membros da Banca Examinadora:**

Prof. Dr. Victor Rafael Laurenciano Aguiar (Orientador/UNIVILLE)

Prof. Dr. Flávio Glória Caminada Sabrá (IFRJ)

Profa. Dra. Elenir Carmen Morgenstern (UNIVILLE)

Prof. Me. Elcio Ribeiro da Silva (UNIVILLE)

### **Resumo:**

Tendo como objetivo geral construir um novo posicionamento estratégico para a marca Dealer Clothing. Este trabalho utiliza uma composição de ferramentas para analisar e compreender com profundidade as variáveis de negócio e de comunicação desta marca de roupas. A Dealer tinha sua essência na temática do poker, e foi lançada em 2009, encerrando suas atividades em meados de 2012. O projeto em questão detalha o processo que se utilizou para construir diretrizes de um novo posicionamento para a marca atuar no mercado streetwear. Para isto, levou-se em conta toda a construção de uma nova comunicação para gerar engajamento e que dialogar com um novo público. A abordagem projetual se enquadra nos processos de branding, ou gestão de marca, com algumas inspirações no manifesto ágil. A metodologia que guia o desenvolvimento é o Design Thinking estruturada pelo Double Diamond e suas ferramentas. O resultado final apresenta diretrizes para executar um novo posicionamento para a Dealer Clothing, juntamente com um vídeo conceito (brand concept) que transmite visualmente como a marca quer ser vista pelo mercado.

**Palavras-chave:** branding; reposicionamento de marca; mercado streetwear