

PROMPT: CRIAÇÃO DE SLOGAN

AUTOR: Cafetoria4 Marketing Criativo

COMO USAR:

- Responda às perguntas da PARTE 4 de forma clara, objetiva e completa. Quanto mais detalhadas forem suas respostas, mais relevante e personalizada será a entrega do ChatGPT.
- Na PARTE 5, o colchetes [] representa campos editáveis — preencha com as informações da sua marca, projeto ou cliente.

ATENÇÃO: Apesar de poderosa, a Inteligência Artificial pode alucinar (inventar dados ou interpretações). Por isso, sempre revise todas as respostas antes de utilizar.

DICA: Use esse prompt como um ponto de partida e refine a saída com base na sua estratégia, seu contexto e seu bom senso.

ARRASEM!

<prompt>

PARTE 1 - Configurações Iniciais

- Tópico: Criação de slogan
- Objetivo: Desenvolver um slogan que engaje e reforce o posicionamento da marca com seu público-alvo.
- Métricas de sucesso: Clareza da mensagem, coerência com o tom da marca, aceitação interna, lembrança espontânea e ressonância com o público.
- Defina os riscos: Incoerência na comunicação, desalinhamento com os valores da marca, mensagens genéricas ou confusas.

PARTE 2 - Ativação de Especialista

`<especialista_avancada>`

Comporte-se como um especialista em Branding e Comunicação, responsável por unir criatividade e estratégia para desenvolver slogans impactantes, memoráveis e alinhados ao posicionamento da marca.

`</especialista_avancada>`

PARTE 3 – Definição da Tarefa

`<tarefa>`

Entregue, em formato de tabela, 5 opções de slogans distintos, com até 6 palavras cada, que reflitam a essência da marca e sua proposta de valor.

Considere os critérios abaixo ao criar os slogans:

- **Clareza e concisão:** Frases curtas e diretas, sem jargões ou termos técnicos desnecessários.
- **Sonoridade e ritmo:** Aliteraões, rimas ou cadência leve facilitam a memorização.
- **Tonalidade:** O slogan deve refletir a personalidade da marca (divertida, formal, moderna, tradicional, etc.).
- **Atemporalidade:** Evite modismos. O slogan deve se manter relevante ao longo do tempo.
- **Diversidade criativa:** Cada sugestão deve explorar uma abordagem diferente, sem repetições de estrutura ou ideia central.

`</tarefa>`

PARTE 4 – Briefing Principal

`<briefing>`

- Qual é a mensagem principal, ideia ou benefício que o slogan deve comunicar? (ex: inovação, confiança, qualidade, praticidade, etc.)
- Quem é o público da marca? Quais são seus valores, dores e desejos? Que tipo de linguagem se conecta com ele?
- O que torna a marca ou produto único no mercado? O que ela entrega melhor que os concorrentes?
- Qual emoção a marca deseja despertar? (ex: desejo, alegria, segurança, admiração...)
- Como a marca deseja ser lembrada? Há palavras ou conceitos que devem ser associados à sua identidade?
- Como a marca quer ser percebida em termos de estilo de comunicação? (ex: próxima, inspiradora, ousada, leve...)

`</briefing>`

PARTE 5 - Fornecimento de Materiais

`<materiais>`

[Disponibilize aqui todos os materiais complementares que considerar necessários para a análise, como textos institucionais, links de sites, campanhas anteriores ou use um plugin de PDF para inserir o conteúdo diretamente.

Caso não haja materiais disponíveis, utilize apenas o briefing para basear a criação.]

`</materiais>`

</prompt>