



PORTIFÓLIO
BEATRIZ
FERNANDES

ESTRATÉGIAS DE MARCA
E COMUNICAÇÃO

FORMAÇÃO

Realizei um mestrado profissional em Estratégias de Marcas na Université Lyon Lumière 2, curso organizado pelo renomado especialista em marcas Andrea Semprini, que foi professor de Teoria da Marca e da Comunicação na Sorbonne em Paris, na American University de Paris, professor de sociologia na Universidade de Lille I - França, lecionou Estratégia de Marcas na IULM em Milão. Há poucos anos resolveu criar uma formação semelhante a de Milão em Lyon, cidade em que morei nos últimos 4 anos.

QUEM SOU



Durante 2 anos de mestrado profissional pude me debruçar sobre centenas de marcas, destrinchá-las, realizar diagnósticos e compreender suas fragilidades e forças. Para isso, apliquei o mapping semiótico dos valores de consumo desenvolvido pelo mentor de minha formação. Seu método possui base na semiótica greimasiana, constituído de várias etapas, que levam em consideração a dimensão manifesta da marca, assim como suas intenções. Este modelo permite a hierarquização de todos os elementos de uma marca em uma perspectiva de intervenção estratégica.

EXPERIÊNCIAS



Université Lyon Lumière 2

Semanalmente, escolhíamos marcas e devíamos fazer uma apresentação de 20 minutos apontando todas as fragilidades e forças. Este exercício muito me auxiliou a compreender suas evoluções, narrativas, valores, promessas, manifestações, storytelling, a importância de um bom naming, análise de concorrência, percepção do público alvo, etc, bem como todas as coerências que estes elementos devem possuir uns com relação aos outros, configurando assim a coerência, estabilidade e solidez de uma marca.

EXPERIÊNCIAS



Pude estagiar em 2019/2020 como Assistente de Marketing em uma multinacional de packaging promocional de luxo. Na ATS Développement, eu atuei na comunicação interna, estagiando com designers, clientes e dirigentes da empresa. Os auxiliei no desenvolvimento de packagings exclusivos e edições comemorativas de produtos, incorporando assim, na minha bagagem, os códigos da comunicação de luxo.

www.atelierluxe.fr

Ats Développement



2019/2020

Shootings e edição de imagens realizados por mim.
Ats realiza packagings promocionais para relojoaria, joalheria, perfumaria e cosméticos, vinhos e destilados e moda.

EXPERIÊNCIAS

Também pude realizar tarefas administrativas, atuar na comunicação interna da empresa, contactar fornecedores e clientes, realizei pesquisa de tendências (principalmente em inovação e sustentabilidade), análise de concorrência, briefing, mailling, shooting e edição de fotos, criação de suportes de marketing e auxiliei na construção de um Employer Branding bastante humano e atraente para a própria Ats, agregando assim valor e reputação à própria empresa.

Ats Développement



2019/2020

Fotos da empresa

O savoir-faire da Ats era interessante porque combinava história, patrimônio, artesanato, indústria, inovação, luxo e progresso social. Seguindo a iniciativa "Marche pour Entreprendre" desenvolvida pelo Medef, pela Prefeitura de Rhône e pela Proteção Judicial da Juventude, a ATS decidiu oferecer a oportunidade de formação profissional a jovens infratores de origens desfavorecidas dentro do seu Atelier Luxe. A estratégia de Employer Branding utilizada foi de humanizar as ações e discursos, garantindo uma proximidade com a sociedade. Isto confere humanização à comunicação de luxo, estratégia utilizada atualmente para que o setor não pareça algo tão distante da realidade das pessoas.



Enquanto estagiária aprendi na prática como construir um manual de employer branding para a empresa.

EXPERIÊNCIAS



Minha segunda experiência foi na Biomérieux. Ator mundial em saúde pública no campo do diagnóstico in vitro há mais de 55 anos, a bioMérieux projeta, desenvolve, produz e comercializa soluções de diagnóstico (sistemas, reagentes, software e serviços) destinadas a aplicações clínicas e industriais, que determinam a origem de uma doença ou contaminação para melhorar a saúde do paciente e garantir a segurança do consumidor. A bioMérieux é impulsionada por um espírito pioneiro e um passado pasteuriano. Hoje está presente em mais de 160 países através de 43 filiais e uma grande rede de distribuidores. Gera mais de 90% do seu volume de negócios internacionalmente. Conta hoje com aproximadamente 13.000 colaboradores.

EXPERIÊNCIAS

Enquanto Traineeship Communication Multimedia Specialist, realizei o acompanhamento do Community Service na rede social Yammer, como assistência no lançamento, animação de novas comunidades junto aos Community managers.

Fiz a criação gráfica de ferramentas de comunicação: kit do departamento, pôster, visual, produção e edição de vídeos. Assegurei junto à minha mentora o acompanhamento do plano de comunicação dos projetos do departamento como análise de projeto de CX, escolha do melhor meio de comunicação e planejamento editorial. Também apoiei as reuniões ao trazer ideias e participei de projetos em andamento.

2021



Sede da bioMérieux em Marcy l'Étoile - Lyon

EXPERIÊNCIAS

Présence mondiale



Cada subsidiária e distribuidora da bioMérieux tem seu próprio Serviço de Atendimento ao Cliente local para garantir que o suporte esteja sempre à mão. O objetivo é garantir um serviço personalizado de excelência, independentemente da localização geográfica. Essas equipes locais podem contar com equipes de nível global (suporte de 2º nível, o Global Customer Service), que possuem uma visão internacional do mercado de diagnóstico in vitro, para suporte extra quando necessário em instrumentos, reagentes, tecnologia da informação e soluções de serviços. Na sede da empresa em Lyon há um departamento chamado BPMG (Business Process Management and Gouvernance). Foi na comunicação interna deste departamento que eu eu pude atuar. Este departamento é responsável direto pelo Global Customer Service.

CONTATO

Beatriz Fernandes



<https://www.linkedin.com/in/beatriz-fernandes-2914a6147/>



beatrizmcf22@gmail.com



(21) 98898-7864