

O que é branding (gestão de marcas)?



Antes de entender a palavra Branding, é preciso compreender o significado da palavra marca. A marca de um produto tem como função criar uma relação entre os fabricantes, fornecedores, vendedores e consumidores. Uma marca é formada através de uma logomarca e um slogan, tentando atender todas as necessidades dos clientes e chamar a atenção deles depois de criada.

Branding é o ato de gerenciar a marca, ele é formado por conjunto de soluções necessárias para permanecer a marca no mercado. Essas soluções têm como objetivo fazer com que o público-alvo comece a dar atenção para uma determinada marca. O Branding é dividido em 3 etapas:

Detalhamento do Público-alvo

Ao abrir uma empresa é necessário pensar nas características do público-alvo, a idade, aonde mora, quantos membros tem na família, nível de escolaridade, sexo, renda mensal e renda anual.

O detalhamento do público-alvo é importante para a empresa alcançar o sucesso tanto almejado, assim a empresa sabe o que divulgar e quais são as pessoas que tem interesse pelo que será divulgado.

Posicionamento da Marca

O posicionamento da marca se dá de acordo com a visão dos consumidores sob o produto no mercado. Isso leva em consideração os produtos das empresas concorrentes e a qualidade desses produtos. Como o público-alvo foi definido na

etapa anterior, na etapa de posicionamento da marca devemos definir qual identidade de marca chamará atenção dos clientes para a sua empresa.

Construção Multissensorial

Após encontrar o público correto e a identidade da marca, chegou o momento de construir a marca. Nessa etapa devemos pensar em abordar os 5 sentidos do consumidor: visão, audição, paladar, tato e olfato.

Uma empresa que não volta a atenção para o conhecimento da sua marca e mostra que só tem interesse nos seus benefícios como número de produtos vendidos e dinheiro recebido, corre mais risco de falir do que as empresas que procuram gerar valor para a sua marca.

Não é através de vendas que cria valor para a marca oferecida. Quando a empresa pensa em só vender seus produtos, ela começa a competir com seus concorrentes no contexto de preço, precisando sempre manter os seus produtos mais baratos do que os produtos do competidor.

Quando a empresa começa a investir em Branding, a empresa começa a gerar maior atenção para a marca e conseqüentemente para a qualidade de seus produtos, deixando assim a competição de preço.

Contate a Café Tecnologia. Oferecemos soluções adequadas ao seu negócio.