

Cultura Interna de Marca



**Será só a farda
que os une?**

MYBRAND[®]
STRATEGY
& IDENTITY
UNIT

Cultura Interna de Marca

Os colaboradores são os principais embaixadores de uma marca. Se eles entenderem e acreditarem na marca, será mais provável que os consumidores venham a perceber a marca da mesma forma. Muitas vezes os colaboradores são o touchpoint mais importante de uma marca (e.g., marcas de serviços como bancos e consultoras) e de acordo com o seu comportamento, os consumidores e clientes formam melhor ou pior opinião sobre as marcas representadas.

Na MYBRAND temos vários programas para melhorar o brand engagement dos colaboradores dos nossos clientes. Fazemos, por exemplo, análises da cultura organizacional através de um processo exaustivo de entrevistas internas a vários níveis – apresentando um relatório que identifica os gaps existentes entre diversos indicadores, imagem desejada vs. imagem percebida, valores proclamados vs. valores percebidos, alinhamento com os objectivos da marca e da organização, percepções sobre o mercado, etc.

Temos também programas de implementação que incluem roll-outs internos da marca, sessões de treino, workshops e programas de comunicação interna e de marketing.

Todos estes estudos e programas são esforços contínuos de brand-building que ajudam o nosso cliente a criar uma cultura interna de marca consistente.

QUE COLABORADORES DEVEM ENTENDER A MINHA MARCA?

Todos os colaboradores têm de entender a marca. Todos, em algum momento, vão falar da organização onde trabalham, contribuindo para a criação de uma imagem que pode não ser a correcta. Todos têm de saber claramente o que a marca representa porque todos são embaixadores da marca.

POR QUE MOTIVOS É IMPORTANTE TER UMA CULTURA INTERNA DE MARCA CONSISTENTE?

Assim como é importante projectar a marca para o exterior de forma consistente, é também importante internamente – e pelas mesmas razões. Quando há inconsistência, a experiência da marca sofre danos que podem ser difíceis de reparar, correndo o risco de a substituírem por uma marca concorrente. Em última instância a empresa arriscará o próprio equity da marca.

COMO COMUNICO AOS MEUS COLABORADORES A MINHA MARCA?

Há várias maneiras de comunicar aos colaboradores a estratégia de uma marca, ou seja, os seus valores, atributos, personalidade, missão, visão, posicionamento e ideia central. A MYBRAND oferece vários programas de comunicação como sessões de treino, workshops, apresentações, documentos publicados, guidelines, etc. Além disso, é importante levar sempre em consideração que a comunicação interna da marca é um processo contínuo – e não um evento único – e que o comportamento dos colaboradores tem um impacto directo na experiência de marca por parte do consumidor e no valor da marca. Por isso, nós trabalhamos e acompanhamos os nossos clientes a longo prazo para assegurar uma comunicação interna clara e consistente.

MYBRAND[®]

**STRATEGY & IDENTITY UNIT
ADVERTISING UNIT
ACTIVATION UNIT
INTELLIGENCE UNIT
VALUATION UNIT**

Rua Rodrigues Faria, 7
1300-501 Lisboa, Portugal

Tel.: +351 21 360 08 00

Fax: +351 21 360 08 99

www.mybrandconsultants.com