

Posicionamento de Marca



**Consistente
e claro...?**

MYBRAND[®]
STRATEGY
& IDENTITY
UNIT

Posicionamento de Marca

Definir o posicionamento de uma marca é um dos maiores desafios no desenvolvimento de um negócio ou da actividade de uma organização, sendo vital para o seu sucesso.

Os elementos estratégicos são a génese da identidade, estabelecendo as bases para o desenvolvimento das componentes operacionais, como nome, logótipo, cores, fonte, tom de voz, comportamento, etc. Da sua originalidade e singularidade nasce uma marca com uma proposta de valor clara e diferenciadora.

Antes de criar ou repensar o posicionamento a MYBRAND efectua sempre uma minuciosa análise de mercado e do negócio ou actividade do cliente. Analisamos as questões essenciais que afectam a identidade e o posicionamento da marca. Recolhemos todos os inputs necessários para a definição da marca – estudos quantitativos e qualitativos relativos aos mercados onde a marca irá actuar, à sua concorrência actual e futura, benchmarks internacionais de modo a:

- Identificar as melhores práticas neste negócio.
- Identificar pontos de diferenciação relevantes para esta marca.

Seguidamente, realizamos workshops com a sua equipa, entrevistas pessoais e, sempre que necessário, estudos de mercado. A última etapa é posicionar a marca.

O posicionamento deve ter um propósito relevante, claro e compreensível para os públicos internos e externos, nos seus diversos mercados. O propósito do posicionamento é ocupar um espaço próprio na mente dos públicos-alvo da marca.

COMO QUERO QUE A MINHA MARCA SEJA PERCEBIDA NO MERCADO?

O objectivo principal do branding é assegurar que a imagem percebida de uma marca no mercado esteja alinhada com a identidade da marca criada pela organização. Na MYBRAND acreditamos que isto é facilitado através de um posicionamento eficaz. Ou seja, um posicionamento que está alinhado com a estratégia de negócio, que pode ser posto em prática, que é credível, relevante, único e durável.

O QUE É QUE A MINHA MARCA REPRESENTA?

Uma marca deve representar o que foi definido no processo de definição do posicionamento. Esta declaração estratégica normalmente responde às seguintes perguntas: como nos definimos, quem é a nossa audiência, qual é a nossa diferenciação e o que é que aportamos?

O QUE É QUE DISTINGUE A MINHA MARCA?

Em qualquer mercado há hoje uma miríade de concorrentes que representam diferentes e variadas opções para os consumidores. Por isso, é crucial para qualquer marca ser distinta e sustentável através de um posicionamento claro e diferenciador, com real valor acrescentado. É fundamental criar um espaço próprio na mente do consumidor e saber sustentá-lo.

SERÁ QUE A MINHA MARCA CONSEGUE SER UTILIZADA PARA UMA NOVA OFERTA?

Para saber se a sua marca consegue ser estendida é necessário verificar se o posicionamento permite a nova oferta através de um estudo de brand extension. Se não for possível, tem de avaliar se compensa criar uma nova marca ou reposicionar a marca original. Ou seja, fazer um rebranding (por favor, leia o folheto sobre o nosso serviço Rebranding).

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