

MYBRAND Touchpoints®



ESTRANHO?

MYBRAND®
INTELLIGENCE
UNIT

MYBRAND Touchpoints®

A metodologia MYBRAND Touchpoints® foi desenvolvida para responder ao objectivo essencial de otimizar e rentabilizar o investimento de comunicação da sua marca.

A nossa metodologia é única. Distingue-se por avaliar o alinhamento dos touchpoints com a estratégia e identidade da marca, quantificando esse alinhamento em indicadores de performance fiáveis. Tem igualmente em consideração o posicionamento de marcas concorrentes no palco competitivo, um aspecto essencial para uma comunicação diferenciadora e relevante.

O MYBRAND Touchpoints® distingue-se por mais seis factores: segmentação dos consumidores; adaptação total da metodologia às especificidades de cada mercado; avaliação dos touchpoints em vectores para além do reach ou recall; possibilidade de avaliar touchpoints potenciais (ainda não utilizados); recomendações accionáveis e um indicador relação custo/benefício para cada touchpoint.

Os touchpoints podem ser muito diferentes. O seu número aumenta de dia para dia e a fragmentação dos mercados, bem como a crescente saturação dos meios, tornam cada vez mais complexa a gestão da comunicação das marcas. Torna-se essencial ter informação adequada e uma compreensão profunda do mercado para escolher e negociar os meios mais indicados.

COMO OPTIMIZAR O INVESTIMENTO NA COMUNICAÇÃO DA MINHA MARCA?

Primeiro, avaliando o impacto da comunicação nos clientes e potenciais clientes, assim como a imagem da marca que resultou dessa comunicação. Segundo, avaliando os resultados de cada touchpoint em função do que se investiu nesse touchpoint. Finalmente, focando os investimentos futuros nos touchpoints mais eficazes.

ESTOU A FOCAR-ME NOS CANAIS E TOUCHPOINTS CORRECTOS?

Os canais e touchpoints correctos conseguem gerar maior notoriedade, e contribuem para incrementar a intenção de compra e lealdade, reforçando o posicionamento desejado. O modelo MYBRAND Touchpoints® permite identificar os touchpoints correctos.

QUE TOUCHPOINTS REFORÇAM O POSICIONAMENTO DA MINHA MARCA?

Os touchpoints, independentemente das marcas que os utilizam, transmitem associações, têm uma imagem e têm um posicionamento percebido. Os touchpoints que reforçam o posicionamento são aqueles em que existe um maior fit entre o posicionamento desejado para a marca e o posicionamento do touchpoint.

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