



Não invista em marca - por Michel Borges

Novo Hamburgo / RS - 11 de maio de 2020

Não invista em marca, não perca tempo e dinheiro com Gestão Estratégica de Marcas se:

- ▼ Você não entrega valor.
- ▼ Seus produtos e serviços são ruins.
- ▼ Você quer ser igual aos outros.
- ▼ Você não quer crescer, expandir e melhorar.
- ▼ Não quer gerir seu patrimônio.
- ▼ Você não quer gerar engajamento com sua equipe e clientes.
- ▼ Não se preocupa com sua reputação.

Agora, uma grande verdade: mesmo não querendo você está trabalhando sua marca, seja construindo valor seja diminuindo valor. Sabe por quê? Marca não é apenas seu logotipo, uma campanha publicitária, uma ação nas mídias sociais. **Marca é a percepção na mente de cada pessoa** que compõe seu

ecossistema, as pessoas que fazem, consomem, conhecem ou deveriam conhecer.

Desta forma, desde seu site, da sua foto no mapa do Google, do atendimento telefônico e no whats, na entrega, no boleto enviado... tudo ajuda a construir e a denegrir sua imagem, ou melhor, **sua reputação**.

Empresas de capital aberto perdem valor na bolsa quando um diretor posta um tweet que sinalize alguma situação adversa. Mas no seu negócio, você só vai reparar nas receitas. E o pior, você não tem comparativo pois não tem duas empresas exatamente iguais para "testar", ou seja, é preciso ter capacidade de analisar dados e **projetar mentalmente** o seu negócio.

Branding sugere continuidade. Sugerir é até polido demais. Na verdade é condição **obrigatória**, que todos fazem, alguns porém decidem tomar as rédeas de suas marcas e as conduzir por caminhos com maior chance de sucesso.

Pense comigo: não é porque alguém não contratou um designer que um sofá desenvolvido numa fábrica de móveis ou por um artesão não tenha design. A questão é se o design é bom ou não. Se aquele sofá **serve bem para o motivo do qual foi desenvolvido**. Combina? É confortável? Não prejudica a coluna? Reclina? Tem uma estética adequada com a proposta? E muitas outras perguntas.

| *perca a oportunidade de construir valor*

Então, marca é assim também. Não **perca a oportunidade de construir valor**. Sua marca, seu caixa, sua equipe, seus clientes, fornecedores e o futuro do seu negócio agradecem.

Espero que tenha feito você refletir um pouco. O assunto vai longe, mas vamos com calma e com alma que é melhor. E se desejar, estou aqui para ajudar.



Michel Borges - Estrategista de Marcas

51 99758.8868 | michel@agenciaunidade.com

www.unidadebranding.com.br