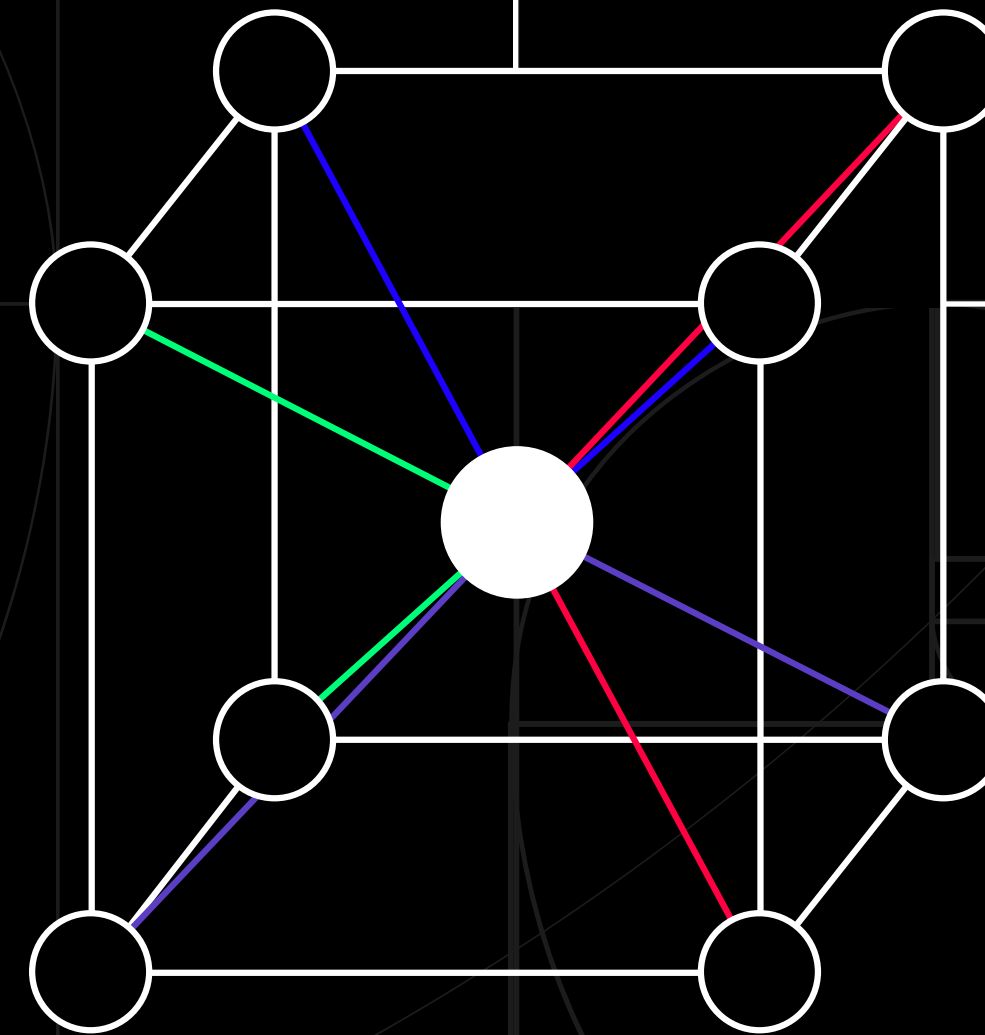


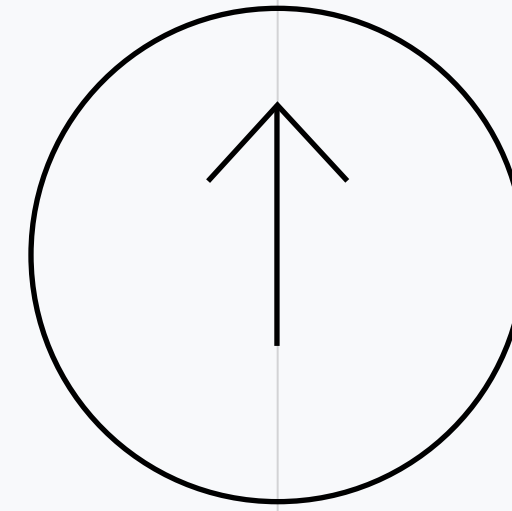
CORE

O coração da estratégia de marca e seus conceitos de modo simplificado.

Por *PencilMagico*

Vamos começar com o básico:
Por que ter uma marca?
Uma empresa sempre possui uma força que move o seu progresso, independente do seu nível de conhecimento estratégico, ela pode buscar fidelizações, liderança, reputação, escala, reconhecimento, ou vendas e lucro, por que não?
Se alguma das forças lhe move, significa que você precisa trabalhar a sua marca com carinho, ela é a única coisa que te faz ser lembrado de verdade, porque o que você vende pode ser facilmente copiado, a qualquer momento.





Iremos lhe apresentar todo o universo de uma marca, de forma prática. Até o momento já foram mapeados pouco mais 1000(mil) conceitos dentro de estratégias de marca, estratégias de comunicação, design estratégico, identidade de marca e outros. Filtramos os termos essenciais para tornar consciente neste primeiro momento, sobre o motivo de se ter uma marca. Assim você vai se preparar para atingir um novo nível e conseguir o tão esperado reconhecimento e maior crescimento.

O coração da estratégia fica da busca pela mensagem verdadeira.

No próximo tópico a nossa visão sobre marca vai introduzir toda a estratégia.

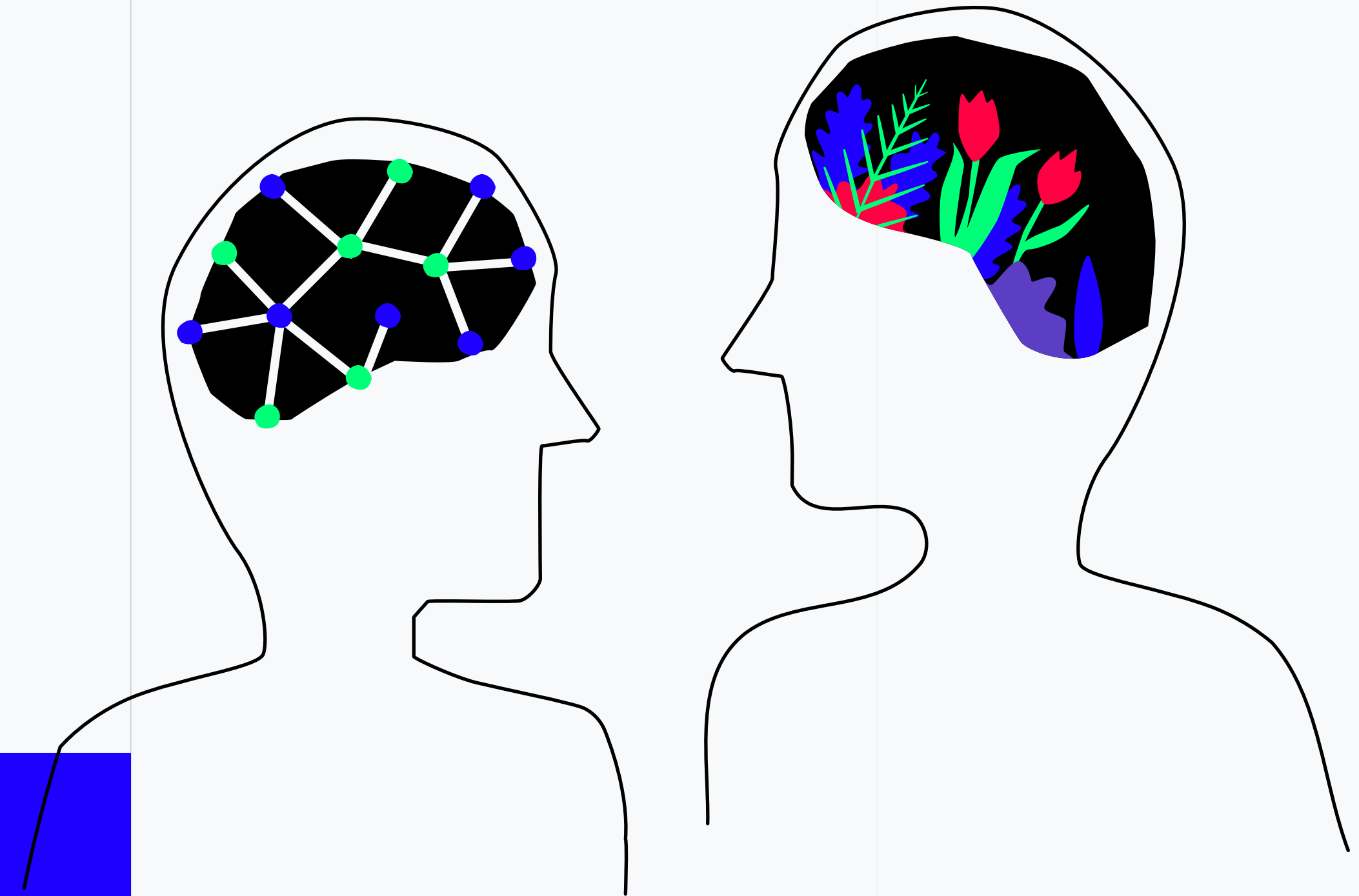
Como vemos marca →

Como vemos marca

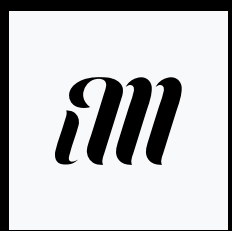
Você merece ser amado por quem você é, com suas falhas, peculiaridades e imperfeições. Merece estar com alguém que não faz você ter medo ser você mesmo, também merece estar com alguém que vê todas as partes de você e escolhe amá-los e ficar ao seu lado.

Quando isso acontece, seu negócio pode ser verdadeiro, sem temer, faz o que melhor sabe fazer e as pessoas olham e se inspiram com a sua marca.

A marca é um negócio com possibilidades de ser amado, seguido e revigorado pelas pessoas que investem seu tempo nele. Um negócio sem marca, ainda não desfruta da possibilidade de gerar amantes pela visão e benefícios.



De forma construtiva, uma marca é uma percepção ou conjunto de associações que os consumidores têm de um negócio. Essas percepções se originam da história que você conta sobre o seu negócio, a visão, os valores que você possui, os produtos e serviços que oferece e como seus clientes são transformados como resultado do uso desses produtos ou serviços.



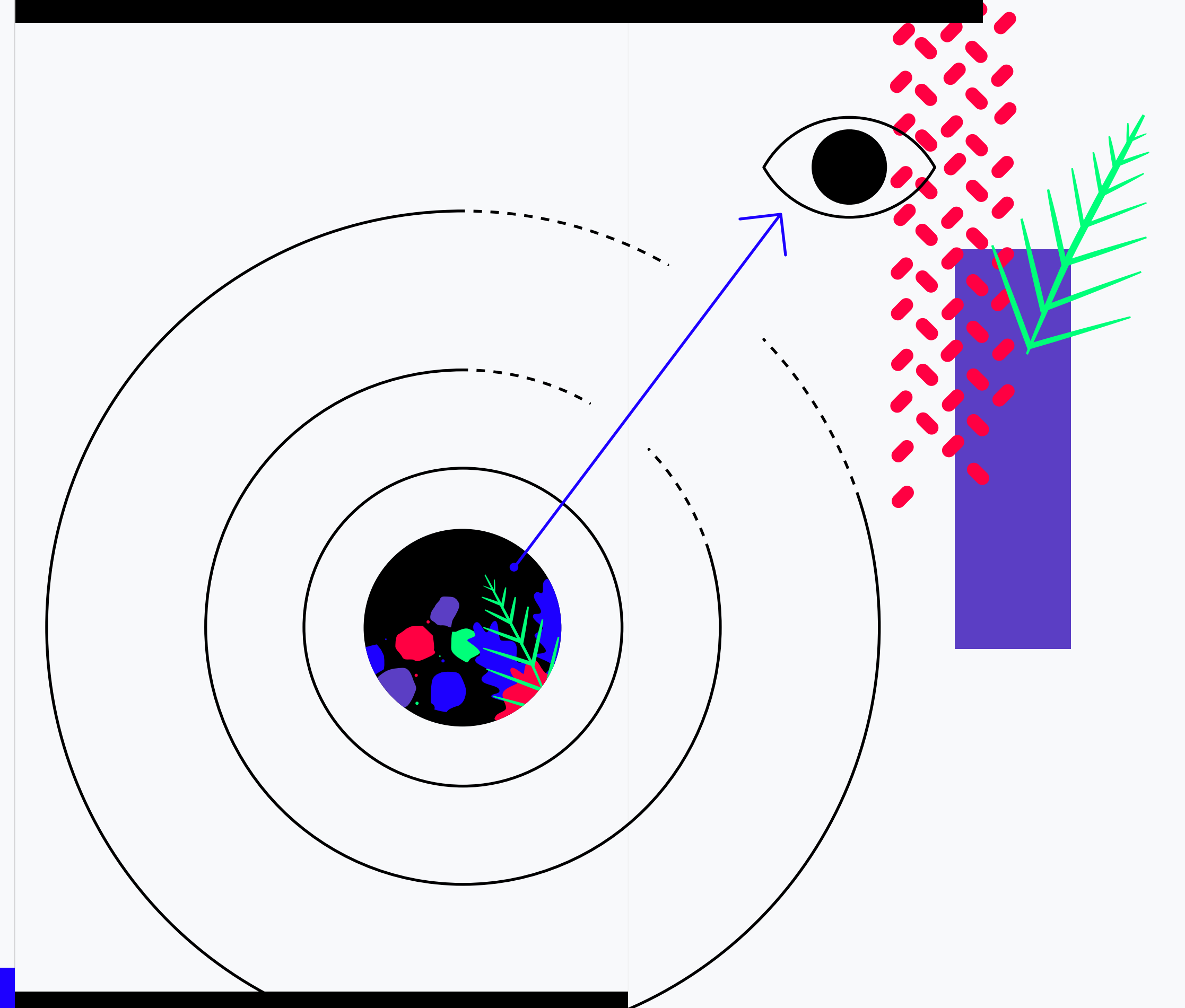
Desenvolvimento de marca

O desenvolvimento de uma marca exige definir, articular e afirmar sua mensagem e depois traduzi-la em canais em que os consumidores podem interagir com sua empresa.

Criar uma marca requer pesquisa, inspiração, dados, insights e uma visão clara para o seu negócio. A marca orienta e impulsiona todas as decisões da sua organização.

A marca é um desenvolvimento para as pessoas, não para o dono da empresa. As pessoas percebem como o negócio favorece suas vidas e isso determina como elas interagem e desenvolvem a marca em suas mentes.

Estratégias de marca é o nome dado para os conjuntos de ações que provocam o desenvolvimento de uma marca na mente das pessoas.



[Estratégia de marca](#) →

[Mais sobre desenvolvimento](#) →

Estratégia de marca

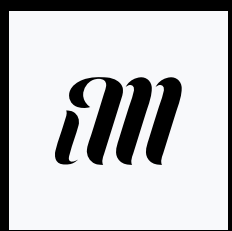
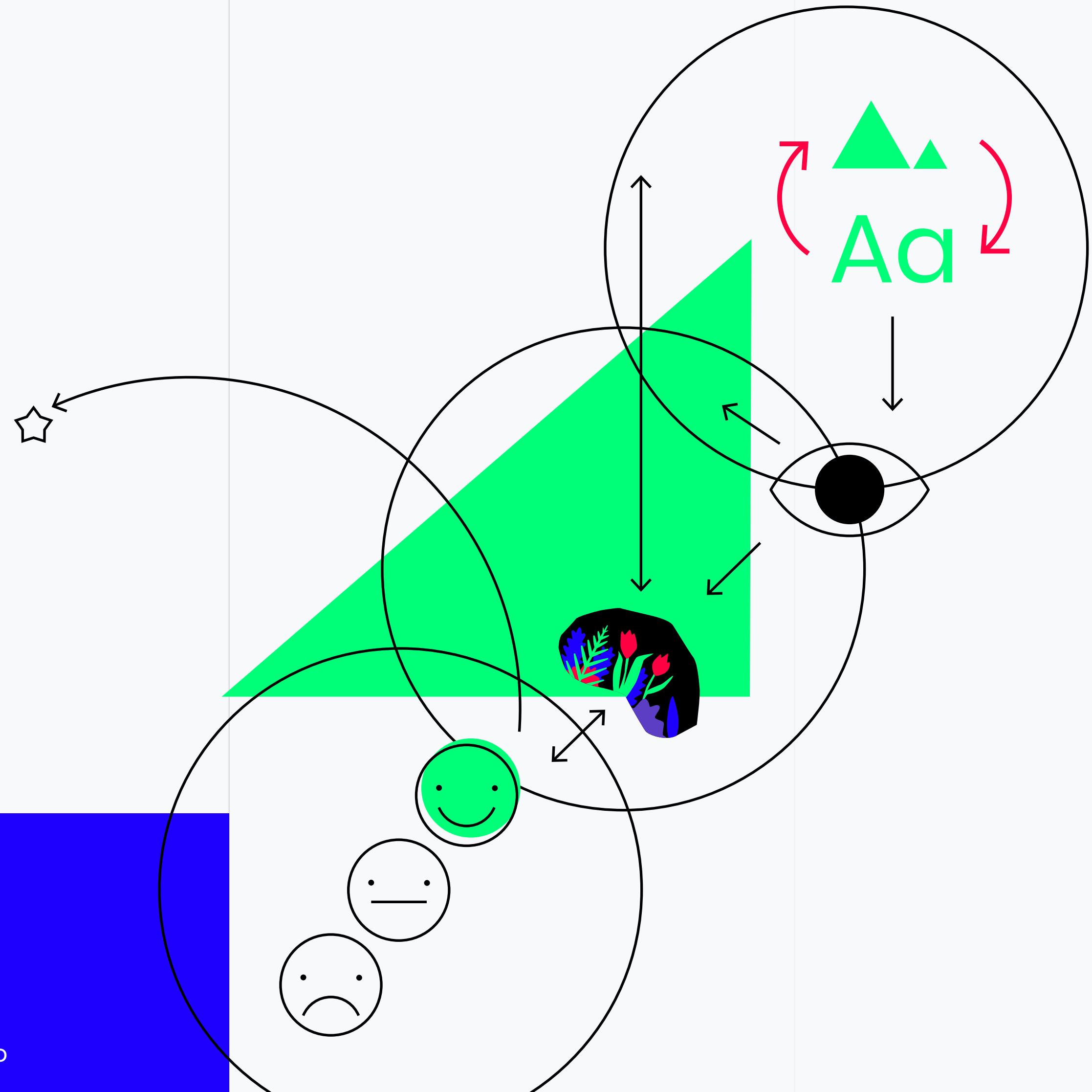
A estratégia de marca é um plano que as empresas criam para se inserir nas mentes dos clientes atuais e potenciais.

Ela é constituída por alguns elementos como:

- Plataforma de marca
- Expressão de marca
- Expansão de marca
- Autoridade de marca

Para criar reconhecimento, sentimento e preferência. Quando uma empresa é bem sucedida na estratégia de marca, os consumidores sabem quem são e o que fazem, assim como a aparência da marca. Agora, também formaram uma opinião sobre ela.

Os itens que constituem uma estratégia de marca sendo organizados é visto como um processo, e também podemos ver como um conceito interage com o outro.





Plataforma de marca

É preciso da plataforma de marca para sustentar sua identidade, declarar o posicionamento no mercado, definir o que move a marca a ser melhor a cada dia e é onde encontramos o coração do negócio, o fator de diferenciação.

Usamos a plataforma para responder:
como deveríamos nos portar na frente dos clientes?
Como somos percebidos e valorizados? Como ligamos estratégia de negócios com estratégia de marca?
Como deveríamos fazer publicidade?

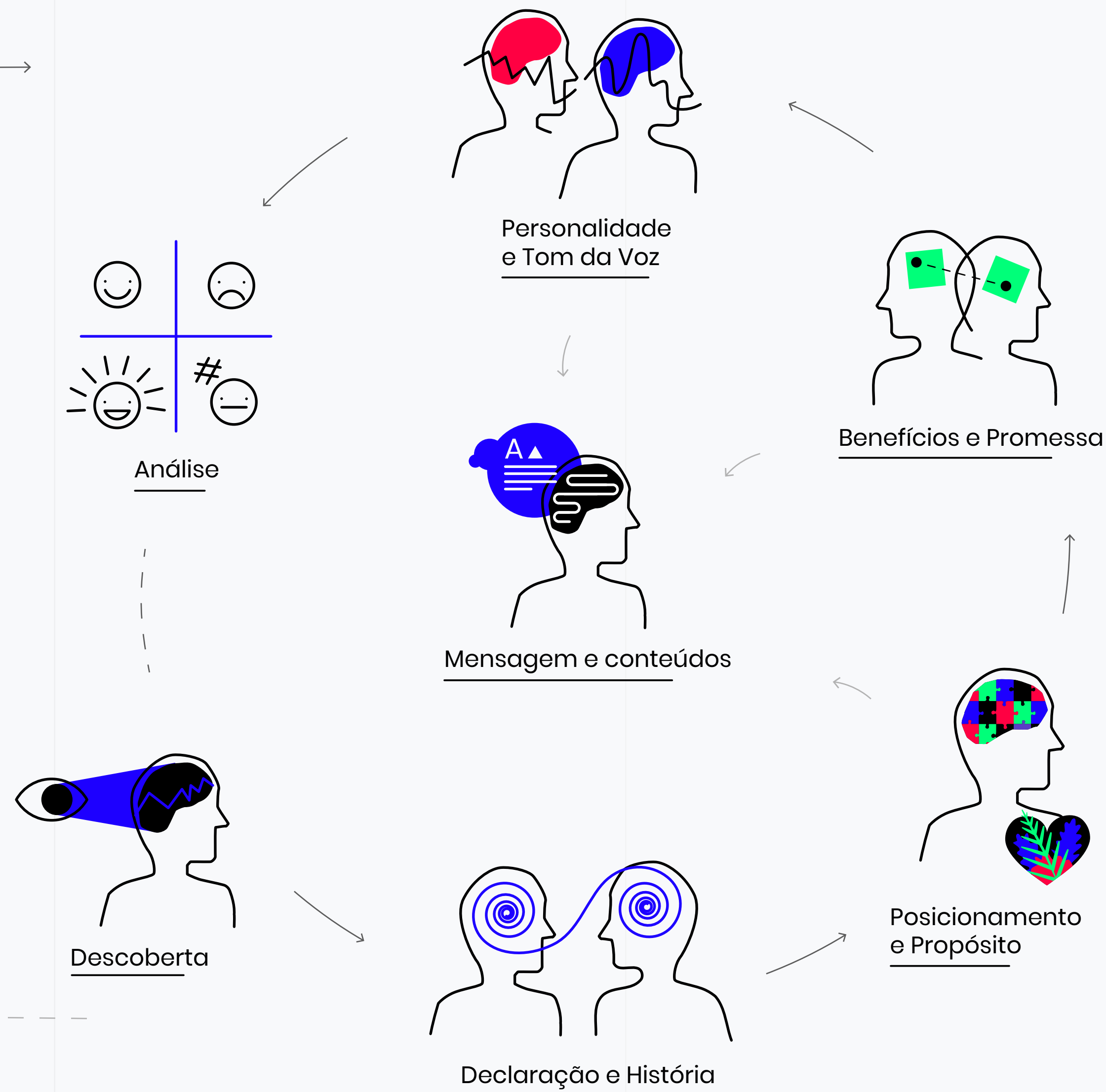
A plataforma pode ser vista de forma visual com texto e imagens, diferentemente de algumas partes do desenvolvimento de marca, conseguimos agrupar toda a estratégia de marca depois de definida.

Veja a plataforma da [NC State](#)

Veja a plataforma da [Pencimagico](#)

Listamos 7 partes importantes de uma boa estrutura de uma marca, você pode ver o que falamos de cada um, começando com a **Descoberta**.

Click →

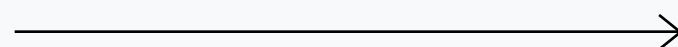


Checklist

Por que uma marca

Como vemos marca

Desenvolvimento de marca



Estratégia de marca

Plataforma de marca

Descoberta

Declaração, Historia e Manifesto

Posicionamento e Propósito

Benefícios e Promessa

Personalidade da marca e Tom da Voz

Análise do negócio

Mensagem e Conteúdos

Expressão de marca

Expansão de marca

Autoridade de marca

Outros termos

Sobre desenvolvimento

Gestão de marca

Insistência da marca

Cultura da marca

Engajamento da marca

Core Business

Brand Equity