



A IMPORTÂNCIA DA MARCA

Description

Uma marca bem resolvida Ã© o primeiro passo para o sucesso de uma empresa!

Antigamente, a marca era apenas um diferencial, algo que permitisse ao seu cliente distinguir a sua empresa da de seu concorrente. As marcas muitas vezes eram (ainda são, em muitos casos) usadas apenas como um nome. Mas isso mudou drasticamente de tempos para cá, a marca hoje é um grande aglomerado de ideias, sentimentos, e ela é responsável por gerar estímulos no consumidor.

Pegemos mais um exemplo, o da Nike. Afinal o que é a Nike? A Nike não fabrica nenhum produto que comercializa, não existe nenhuma grande fábrica da Nike de onde saem todos seus produtos. A Nike é hoje uma marca apenas, uma assinatura de luxo para seu produto. Se pegarmos todos os bens da Nike e vendê-los, eles somariam uma pequena fração do valor da marca em si (que é algo totalmente abstrato, não existe fisicamente).

Mais um exemplo de sucesso Ã© a Ferrari. A Ferrari produz carros certo? NÃ£o, a Ferrari produz sonhos, Ã© um fetiche. Talvez vocÃª possa achar que isso tudo Ã© inÃºtil, e que a Ferrari nÃ£o iria ganhar 1 tostÃ£o com vocÃª, afinal carros de 1 milhÃ£o e meio de reais estÃ£o um pouco fora do seu orÃ§amento. Pode atÃ© ser que vocÃª nunca vÃ¡ comprar uma Ferrari, mas vocÃª pode comprar uma miniatura, um adesivo, uma camiseta, um relÃ³gio, um perfume, ou atÃ© mesmo receber um brinde ao comprar seu jornal. Se vocÃª criar um produto e tiver dinheiro suficiente, pode pedir para a Ferrari assinÃ¡-lo para vocÃª, Ã© assim que funciona. VocÃª paga muito por uma simples assinatura, acredite.

Você deve estar pensando: “Legal, mas exemplos de grandes marcas como Ferrari, Nike e Coca-Cola são totalmente fora da minha realidade, é difícil achar casos de sucesso assim!” • Como posso usar isso a meu favor?

Tratando a identidade visual de sua empresa como o seu maior patrimônio, assim como os inúmeros casos de sucesso existentes. Acredite, sua marca é mesmo seu maior patrimônio, mesmo que em menores escalas. Suponhamos que você tenha feito um determinado trabalho para alguém, e este

seu cliente tenha gostado. Seu cliente pode te indicar para outras pessoas, e ã© o seu nome que estã indo junto, sempre.

Identidade ã© identidade, e nã©o deve ser mudada assim como se troca de roupa, daã a necessidade de se criar um padrã©o para tudo. Criar uma marca bem trabalhada, um estudo de cores, tipografias padronizadas, enfim, fazer todo o material de sua empresa seguir um mesmo padrã©o reforãando ainda mais a sua identidade ã© o primeiro passo para sua empresa alavancar. Lembre-se, design claro e objetivo aumenta drasticamente na qualidade percebida de seus clientes, bem como funcionãrios.

O Design tambã©m pode ser usado a nosso favor mesmo que nã©o tenhamos uma identidade corporativa nas mã©os. Profissionais autãnomos necessitam produtos bem trabalhados para divulgaã©o, e mesmo nesse material ã© importante manter uma identidade sãlida e consistente.

[Fonte](#)

[ratings]

Category

1. Design Grãfico

Tags

1. brand
2. Design
3. logomarca
4. marca

Date Created

2019/02/11

Author

webmaster

default watermark