

Como definir um posicionamento de marca para o seu negócio

Bic e Montblanc, Track&Field e Mulher Elástica, Apple e Samsung, Nubank e Itaú... O tempo todo estão surgindo novas empresas em ramos que poderiam ser chamados de "saturados".

Mesmo em áreas com empresas super consolidadas, novos negócios conseguem prosperar e conquistar novos clientes. E ao contrário do que muitos pensam, o segredo para alcançar o sucesso não é um mistério. Cada uma dessas empresas conta com um posicionamento de marca.

A declaração de posicionamento é a coisa mais importante que um negócio deve ter, porque ela contém:

- A **proposição de valor** de um produto, ou seja, o diferencial único que a empresa oferece para resolver uma necessidade dos compradores-alvo, em relação aos seus competidores (ponto de diferença);
- Segmentação de **quem é o público** (de preferência com um insight psicológico que envolve o emocional do público-alvo);
- Demarcação de qual **categoria** ela pertence. As pessoas precisam de um ponto de referência que facilite comparação para escolher de qual marca elas vão comprar.

NA PRÁTICA, FUNCIONA ASSIM:

Exemplo da caneta BIC

A caneta onipresente, presente em todos os momentos da sua vida, da assinatura de um contrato importante à assinatura do seu casamento, que começou com uma cantada escrita em um guardanapo de bar. A caneta BIC é extraordinariamente barata e se orgulha de fazer parte da sua vida extraordinária.

Exemplo da caneta Montblanc

Para aqueles que desejam presentear pessoas únicas em momentos únicos, a Montblanc é a caneta certa para celebrar as conquistas da vida.

RESULTADO

A BIC escreve. A Montblanc celebra. A BIC está sempre presente. A Montblanc estreia na sua vida em um ponto de virada. As duas ficam na nossa cabeça e no nosso imaginário. São marcas da mesma categoria, mas com segmentações diferentes.

AGORA, CHEGOU A SUA VEZ!

Preencha a ferramenta abaixo pensando no seu negócio:

Qual o seu valor e diferencial de marca?

Qual a segmentação do seu produto ou serviço?

Em qual categoria seu produto ou serviço se enquadra?

Bora dar um tempero a mais nessas respostas? Pense em como você colocaria as três informações acima em uma frase que resume seu negócio. Você pode seguir o modelo abaixo ou criar o seu próprio:

Modelo:

Para aqueles que _____ (segmentação) necessitam de _____ (categoria), nós oferecemos _____ (valor/diferencial) que provê _____ (necessidade resolvida) e de forma única _____ (valor/diferencial).

Depois que concluir a ferramenta, compartilhe o resultado da sua frase na comunidade, no campo da trilha 3! Vamos adorar conhecer as particularidades do negócio de cada um.