

# Aula 17/05/2023

## O que é posicionamento?

Maravilhosa Ltda.



# O pedido original

Tenho ouvido muito sobre posicionamento e acho que seria um bom tema de aula. "Afinal, o que é posicionamento?", "Só se posiciona quem usa terninho, salto e bebe água na taça?", "Como preciso me posicionar para cobrar mais caro?"

Essa foi a resposta no Google Forms que deu origem à aula de hoje.



# O que é posicionamento?

---

Já vou começar respondendo à pergunta da maravilhosa que sugeriu o tema: não, posicionamento não é beber água na taça.

O boom do marketing digital fez com que muitas pessoas atropelassem as etapas e começassem a usar palavras que não sabiam o significado, só porque estavam “em alta”. Aconteceu a mesma coisa com a coitada da estratégia: virou bom dia, pessoal fala pra tudo.

Então vamos entender o que, de fato, é posicionamento.

# Onde você está localizada?

---

Posicionamento vem de posição, então a gente já consegue deduzir que ele demonstra a sua posição sobre algum tema.

No caso do marketing digital, o posicionamento está relacionado à posição que uma marca ocupa no mercado.

E por marca entende-se toda empreendedora, inclusive você social media. Dentro do imenso mercado de pessoas interessadas em marketing digital, onde você está?

# Onde o seu cliente está localizado?

---

Você está localizada no público de renda alta? Na classe média? Nas pessoas que ganham até 1 salário mínimo?

É você quem decide! Posicionamento não é sinônimo de cobrar caro. Se você vai cobrar barato, também precisa se colocar nesta posição/localização.

É a mesma coisa com as lojas de rua, pode ser mais fácil de entender: você já viu Starbucks em bairros da periferia? Não existe, porque ele sabe que o seu cliente não está localizado/posicionado nestes bairros.

Pode até ser que uma pessoa da periferia compre Starbucks de vez em quando, mas não é o cliente foco (a persona) da marca. Tá começando a ficar mais claro o que é posicionamento?

# Qual é o seu mercado?

---

Então, para que para o posicionamento te posicione de fato onde você deseja estar, você precisa fazer 2 coisas:

Primeira - definir ONDE você quer estar. Quem é o seu cliente? Qual posição você quer ocupar dentro do mercado?

Mercado = grupo de pessoas com necessidades específicas (nas minhas palavras).

Quem são essas pessoas? Comece com o mercado, depois vá para o segmento (pedaço do mercado) e depois pegue um nicho se te interessar.

# Exemplo de mercado

- Mercado: empreendedores
- Segmento: empreendedores que vendem pela internet
- Nicho: empreendedores na área da saúde que vendem pela internet



# A tal da água na taça

---

E o segundo ponto é alinhar toda a sua comunicação. Aqui a gente chegou no ponto que gerou a pergunta da aula: a tal da água na taça. Se isso é importante para você e para a sua persona, se joga!!

Mas só a taça não faz milagre. Tem que ter TODA a comunicação alinhada, cada elemento no seu lugar. O que significa:

- Cabelo, maquiagem, unhas
- Cenário
- Cores das roupas e das artes
- Palavras utilizadas na escrita e na fala
- Tipografia

# Você parece cara ou barata?

---

E aqui tá o pulo do gato: preço!! Se você parece cara, mas não é, isso é PÉSSIMO. O cliente do caro quer algo caro, pois o inconsciente entende que aquilo é de qualidade e mais exclusivo.

Se você parece barata, mas é cara, o cliente que você atrai não tem dinheiro pra comprar.

E é justamente isso que o posicionamento ajusta: a comunicação correta para o cliente correto. Você está no lugar certo, se comunicando com as pessoas certas. Ou seja: a sua localização no mercado está adequada, você posicionou a sua marca no local correto.

# Tudo se resume em simbologia

---

Agora que destrinchamos o posicionamento em detalhes, vamos para a parte 2 da explicação.

Essa parte será mais visual para que vocês entendam que todas nós entendemos a mesma coisa ao ver certos elementos. E não é só a gente, todos os clientes também percebem. Aliás, todas as pessoas.

Estamos falando de simbologia: o que cada símbolo significa. Que nos leva aos tão famosos arquétipos. Eu ainda estou estudando sobre cada um mais a fundo, mas eles nada mais são do que diversos elementos que, juntos, representam um arquétipo.

# Exemplo: rainha

---

Vamos pegar uma rainha de exemplo (não é arquétipo, só peguei um exemplo que todo mundo conhece): como você a imagina?

Foi algo perto disso?



# Pense em rainha

Ou disso?

Percebe que para formar uma imagem mais próxima do real na sua cabeça, eu preciso te dar informações? Se não, não tem como você saber que estou falando da rainha de copas do baralho.

E é isso que a gente precisa fazer com nosso cliente também: informar que nosso preço é alto.



# A beleza não é subjetiva

---

Só uma pausa antes de eu falar dos elementos em si de riqueza/luxo: é por isso que as consultoras de imagens e diversos outros profissionais afirmam que beleza importa.

Porque a gente tem o estereótipo do que é belo, a beleza não é subjetiva, ela é extremamente objetiva. Portanto, é muito mais fácil entender e usar essa informação a seu favor do que fazer birra.

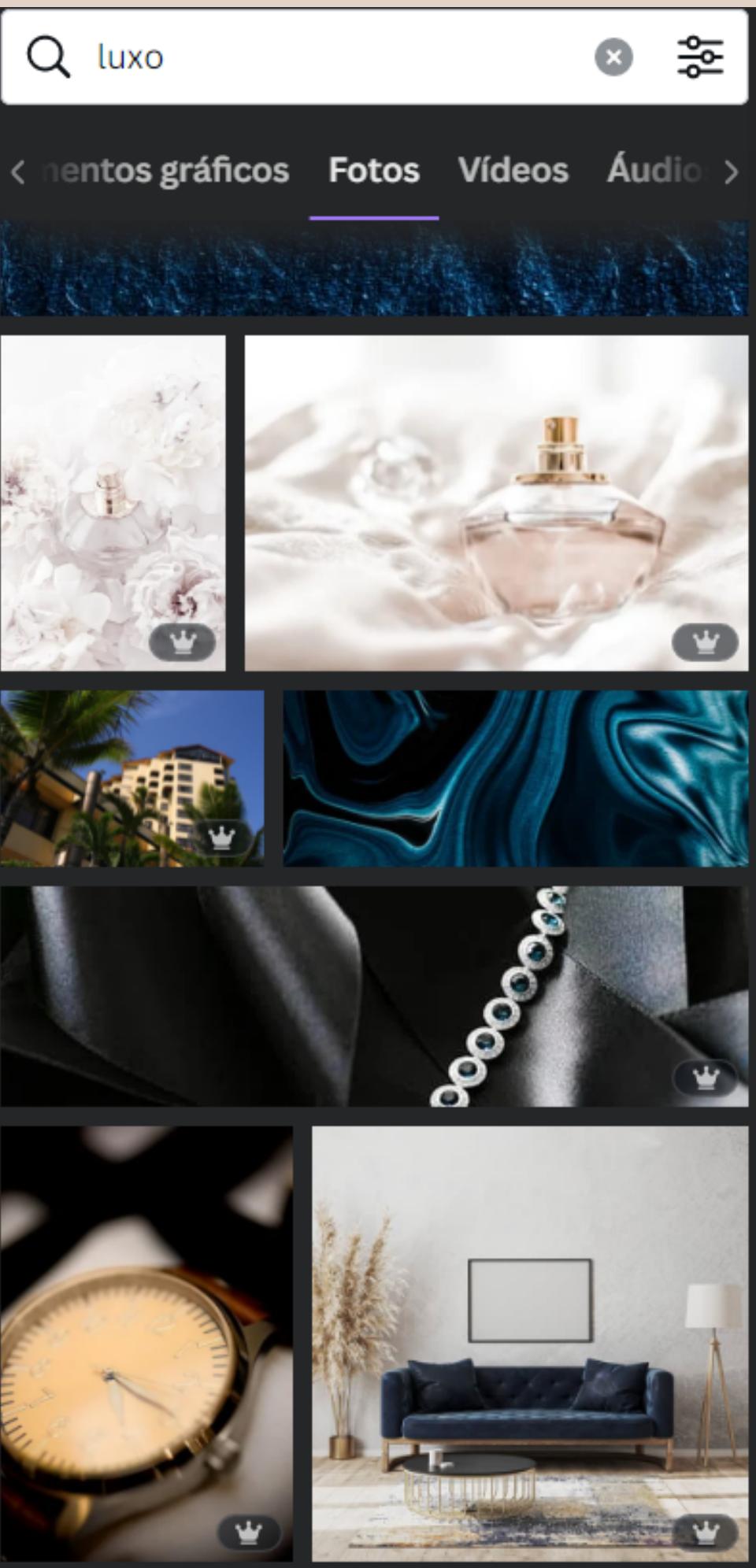
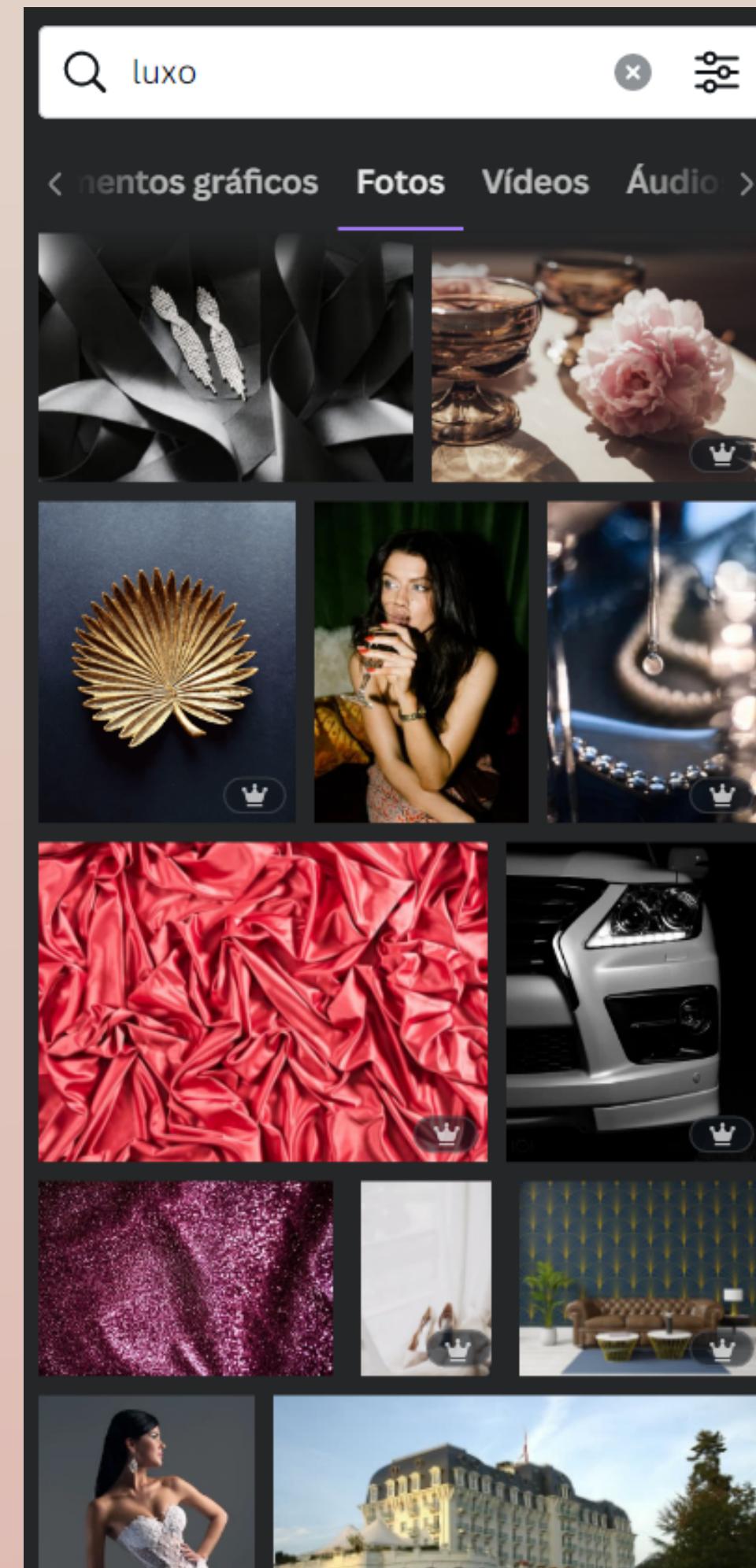
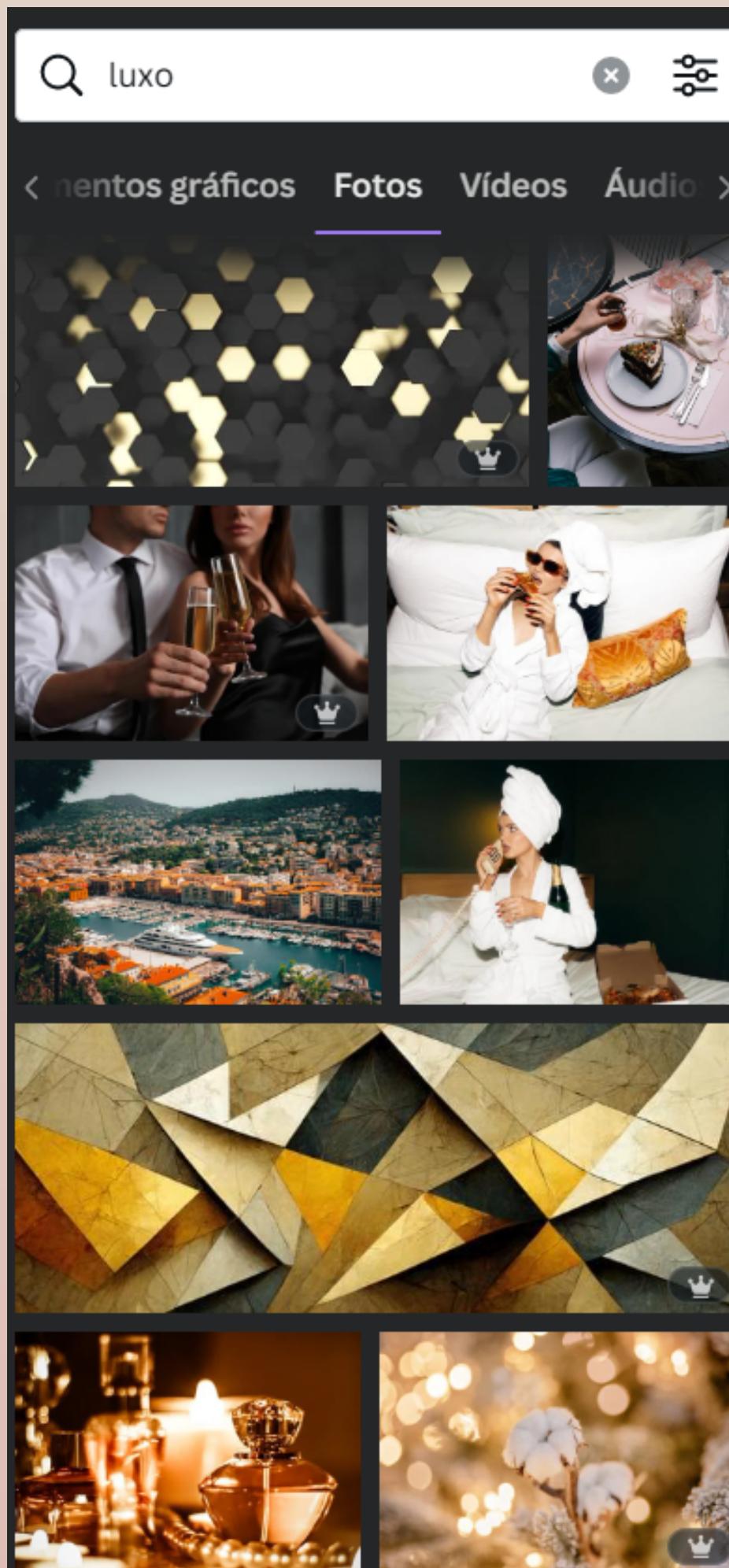
Agora, vamos voltar para os símbolos de luxo e elegância ->

# Símbolos de luxo e preço alto

---

- Linhas retas
- Cores neutras e mais escuras
- Estampas clássicas
- Preto
- Dourado
- Minimalismo, pouca informação
- Discrição
- Vocabulário correto, sem gírias

O que mais te remete a luxo?



# A beleza não é subjetiva

---

Percebe que vários elementos se repetem? Aí as variações dependem do seu gosto pessoal e do que é importante para os seus clientes.

E não precisa ser rica para transmitir riqueza, e sim entender quais símbolos comunicam esse alto ticket e aplicar na sua comunicação.

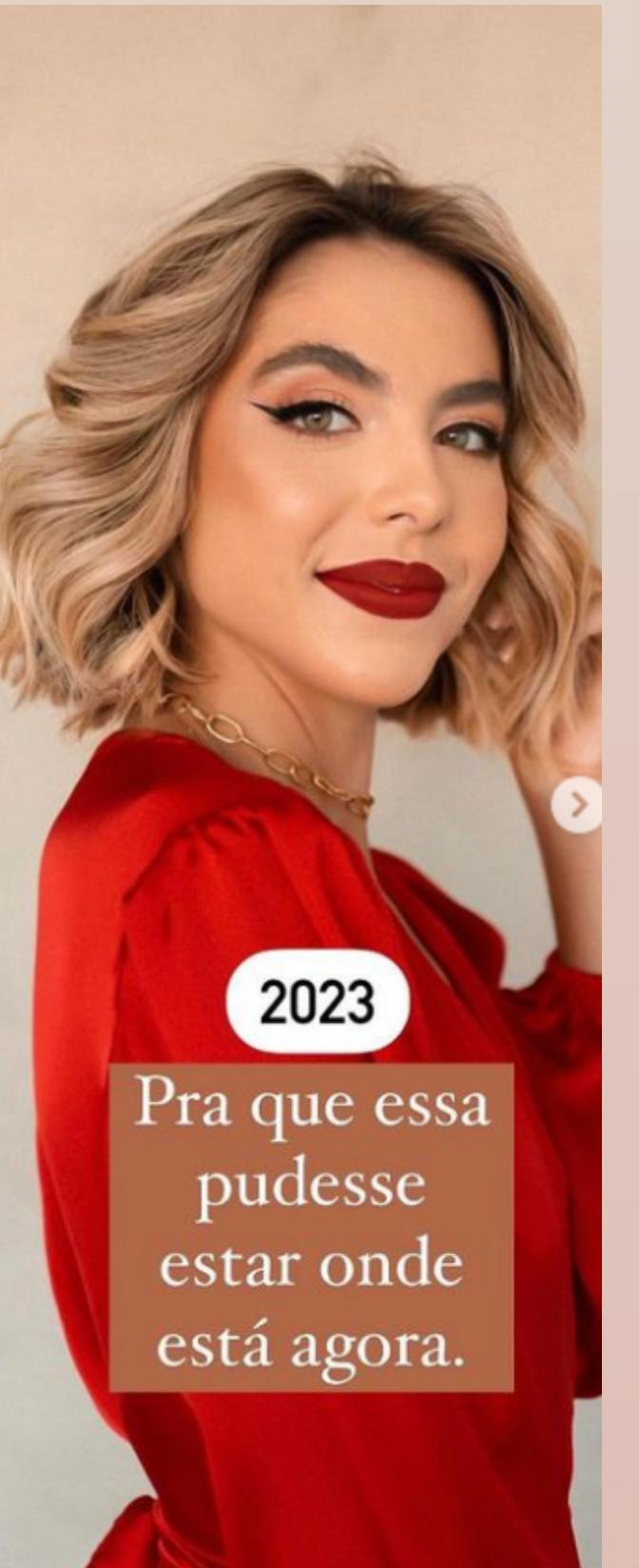
O módulo de imagem profissional da Gabi fala muito sobre isso, mas vou colocar alguns exemplos e você adapta para a sua personalidade e realidade.



Imagen linda, mas não transmite credibilidade/profissionalismo.

Por conta da blusa de alcinha, óculos escuros.

Na próxima página, coloquei algumas opções mais adequadas para o perfil profissional, que agregam mais valor.



# Desafio da semana

---

- Definir o seu mercado, segmento e nicho (se aplicável o nicho);
- Definir sua persona;
- Ver se a sua comunicação está posicionada corretamente (me envia a sua persona que a gente analisa juntas).

