

**Por que  
investir no  
branding da  
sua empresa?  
Entenda  
a nova  
experiência  
do cliente!**

---



**MARÇO 2022**

---

**B2B AGENCY  
MARKETING DIGITAL**



**B2B AGENCY**  
MARKETING DIGITAL



B2B AGENCY  
MARKETING DIGITAL

# Entenda o Conceito do Branding

Um dos pilares para o sucesso de uma campanha de marketing.

Originado da palavra “Brand”, que em português significa “Marca”, o termo “Branding” não tem uma tradução exata no nosso idioma, mas nada mais é que um conjunto de ações para a construção e gestão da imagem de uma empresa.



Seu principal objetivo é expandir o alcance positivo das marcas, fazendo com que estas sejam itens de desejo.

Em nosso dia a dia vemos frequentemente exemplos de branding, ou seja, logo vem na memória assim que se pronuncia o nome, como é o caso do McDonald's, Google, Apple e Adidas, por exemplo.

A concorrência é um fator preponderante para você? Investir em branding é, de fato, uma necessidade.

Ao fortalecer sua marca, o consumidor encontrará nela uma referência que a destacará perante as demais empresas. No momento em que o cliente precisa tomar uma decisão e fazer sua escolha, saem na frente as marcas bem lembradas e com referências e diferenciais positivos.

O cliente valoriza uma boa apresentação visual, principalmente quando há uma relação clara entre o que a empresa prega e o que, de fato, ela entrega. Definir os pontos de visão, missão e valor, são muito mais importantes do que descrições padronizadas, o consumidor quer se conectar com a marca, seja ele um decisor B2B ou um consumidor.

***“Um branding bem-feito vale mais do que mil postagens de venda” 😊***

# Vem com a B2B que é sucesso 😊

Como calcular o retorno de uma campanha que não tem o foco em vendas?

- **Awareness**

Campanhas de reconhecimento e alcance são amadas por profissionais de marketing e odiadas por clientes e a explicação é simples, esse tipo de objetivo de campanha não trará um retorno imediato, além de seus KPI's serem apenas indicadores quantitativos. Porém por trás de tudo isso há um ponto de extrema importância é a venda confiança do seu produto ou serviço, aos clientes e esse tipo de venda só é possível através de um excelente e longo trabalho de branding.

A construção da marca deve ser feita de acordo com o que a empresa realmente é, e oferece ao seu público. Por isso, é essencial deixar claro qual é seu propósito, missão, valores e tudo o que engloba seu negócio.

Dessa forma, será possível fazer uma comunicação exponencial, melhor e honesta com o seu público, independente da ação desenvolvida. Isso fará com que as pessoas se identifiquem e se sintam mais próximas da marca. Com a maior proximidade dos consumidores, você ganhará não somente clientes novos, mas garantirá um relacionamento próximo, fidelizando e conquistando novos fãs da sua marca .

- **Os benefícios**

Os benefícios do Branding vão muito além de um logotipo bonito ou de uma marca moderna. Antes de tudo, é preciso ter em mente que o mercado está altamente competitivo. Com a evolução da tecnologia, a qualidade dos produtos/serviços não é mais um diferencial, e sim, um requisito básico.

Dessa forma, os consumidores deixaram de comprar o que você vende e passaram a comprar os motivos pelos quais você vende. Ou seja, eles buscam marcas que estejam alinhadas com os seus valores e propósito de vida.

---

A Apple, por exemplo, não vende computadores e celulares. E, sim, maneiras de conectar as pessoas e tornar o mundo um lugar mais simples e criativo de viver.

Em outras palavras, quando a sua marca assume uma personalidade e um posicionamento, ela passa a vender muito mais do que produtos bonitos ou baratos.

Como resultado, a competitividade adquirida é muito maior, os clientes se tornam mais fiéis e a empresa segue a crescer, mesmo em meio às incertezas econômicas.

- **Conexão com os Consumidores**

A personalidade da marca se traduz em experiências relevantes para o seu consumidor. Marcas fortes constroem personalidades únicas e influenciam a escolha dos consumidores por motivos maiores do que meramente o preço. Elas entendem que as pessoas se identificam e confiam em marcas que expressam seu jeito de ser. Charles Trevail, CEO da Interbrand, diz que “Vivemos num mundo onde o consumidor tem mais poder do que nunca, selecionando suas próprias marcas pessoais como nunca vimos antes.

Marcas como Amazon, Spotify e Netflix lideram nessa era, melhorando nossas vidas de uma maneira bastante pessoal”. Essa é a forma de criar conexão emocional e permitir a construção de um relacionamento genuíno.

- **Mudança no Comportamento do Consumidor**

A evolução tecnológica junto com a aceleração dos processos implementados pela pandemia, alteraram o conceito de compra dos consumidores em geral, a acessibilidade e as formas de vendas tiveram um crescimento enorme nos últimos 2 anos, o que fez muitas empresas se adaptarem de forma desorganizada para atender a demanda.

O consumidor 5.0 é extremamente exigente por conta desse crescimento de opções que ele tem hoje, por isso ter um produto



---

ou serviço de qualidade é o mínimo que se espera de cada empresa. É exatamente nesse momento que a construção da marca entra. Um plano de divulgação da marca para envolver e se relacionar com o consumidor é o ponto primordial para atingir esse novo consumidor hiper-exigente.

- **5 “As” do Cliente**

Você provavelmente já deve ter ouvido algo sobre os 5 As do cliente, mas caso não tenha a B2B Agency te explica.



**Assimilação:** O cliente é exposto às marcas a partir de experiências, anúncios de alcance e recomendações.

**Atração:** O cliente processa as mensagens das marcas e é atraído por algumas delas, já tendo um breve conhecimento.

**Arguição:** Impelido pela curiosidade, o cliente pesquisa mais informações, faz buscas por referências no google, verifica as ações da empresa realizadas nas redes sociais, procura por depoimentos de clientes.

**Ação:** Incentivado por mais informações, o cliente decide qual marca comprar e usar.

**Apologia:** Com o passar do tempo, o cliente passa a ter um senso de lealdade, demonstrado por meio da defesa da marca, sendo assim um advogado da marca.

**“Conhecer as ferramentas e métodos utilizados no marketing digital é algo obrigatório para qualquer empresário. Criar relações com seus consumidores através dessas ferramentas, é fundamental para colher frutos no futuro.”**