

## BRANDING: O Gerenciamento das Marcas Atraentes

O Que é Branding? Como Obter Um Bom Gerenciamento de Marca? Qual o Poder de Uma Marca Atraente? Marcas são elementos que identificam os produtos e dependendo da comunicação corporativa elas ganham a lealdade de certos grupos de consumidores, pois essas pessoas gostaram do conceito representado pela marca. Para os consumidores as marcas conferem status e, para os fabricantes, as marcas conferem credibilidade aos seus produtos diferenciando-os dos concorrentes. Construir imagem positiva para uma marca leva algum tempo porque na maioria das vezes ela começa desconhecida do público e vai se impondo medida que aprimora a qualidade do serviço prestado. Por isso, é necessário cuidado, pois os investimentos realizados na construção das marcas são ativos importantes que precisam ser protegidos.

No início do século XX as marcas eram reflexos dos produtos. Em função disso muito da sua comunicação era trabalhado para ressaltar suas características e, se o público era bom, a marca também era boa. Mas, em meados do século passado os estudiosos perceberam que as marcas deveriam ter outro posicionamento: ou seja, realizar promessas para as pessoas. As marcas têm o poder de motivar as pessoas, direcionando suas ações e provocando sentimentos de amor, ódio e extrema fidelidade. Muitos de seus atributos fazem com que as marcas se convertam numa das instituições de maior prestígio de nosso tempo. Por isso possuem marcas atraentes muitos fabricantes enfrentam dificuldades em colocar seus produtos nos grandes varejistas, principalmente os supermercados que preferem as marcas que propiciam rápido giro dos estoques. A principal desvantagem desses fabricantes é, que, falta de marcas atraentes, eles necessitam reduzir suas margens de lucro a fim de concorrer à base de preço ou tentarem copiar idéias, conceitos e produtos. Produtos, conceitos e idéias são relativamente fáceis de serem copiados e por isso as marcas precisam transmitir personalidade e valores aos seus públicos. Com a facilidade de acesso às informações as pessoas começam a perguntar sobre a origem daquilo que consomem – De onde vem esse material? Quem fez esse produto? O processo de fabricação polui o meio ambiente? Mas, são as marcas que realmente interessam às pessoas porque os produtos são consequências delas e, em função disso, essas indagações levaram à necessidade das organizações gerenciarem melhor os conceitos, os valores e a comunicação das marcas com seu público. Ou seja, a necessidade de criação do Branding. Conforme especialistas, Branding é a gestão de uma determinada marca tanto para seu público interno como o público externo. Ou seja, o Branding é a relação da marca com todos os públicos com os quais ela interage, estando presente desde a política de Recursos Humanos da empresa ao posicionamento da marca em um determinado ambiente. O Branding também está presente na comunicação com a imprensa, na interação com o governo e acaba se traduzindo numa “gestão de atitude” das pessoas, envolvendo desde o porteiro ao presidente da organização. Dessa forma, tudo o que a empresa faz transpira o Branding e por isso a empresa precisa envia esforços para que seus funcionários se sintam como “símbolos” da organização. A atitude dos colaboradores em relação ao público externo representa o “espelho” da organização; ou seja, devemos transformar a identidade – a essência do que somos – em uma marca atraente (o que nós queremos ser).

### Sobre o Autor

Professor, consultor e palestrante. Articulista do Jornal do Comércio (RJ) e co-autor do livro: "Trabalho e Vida Pessoal - 50 Contos Seleccionados" (Ed. Qualitymark, Rio de Janeiro, 2001). Por mais de 20 anos treinou equipes de Atendentes, Supervisores e Gerentes de Vendas, Marketing e Administração em várias empresas multinacionais de bens de consumo e de serviços. Elaborou o curso de “Gestão Empresarial” e atualmente ministra palestras e treinamentos “in Company” nas áreas de Marketing, Administração, Técnicas de Atendimento ao Cliente, Secretariado e Recursos Humanos. Graduado em Administração de Empresas, especialista em Marketing e Gestão Empresarial, com MBA em Marketing no Mercado Globalizado e complementação pedagógica. Contatos: [jcss\\_sc@click21.com.br](mailto:jcss_sc@click21.com.br); (21) 2233-1762 / (21) 9348-4170 Blog: [www.profigestao.blogspot.com](http://www.profigestao.blogspot.com) Perfil em: <https://profiles.google.com/u/0/professorjulio59/about?hl=pt-BR&tab=wh> <http://br.linkedin.com/pub/julio-cesar-s-santos/25/544/1b8>