

CRIAÇÃO, DIVULGAÇÃO E MONITORAMENTO

Como isso se aplica?



SUMÁRIO

1

Criação de marca

- 1.1 - Como criar um nome incrível;
- 1.2 - Como avaliar a marca criada;
- 1.3 - Registro da marca;

2

Divulgação

- 2.1 - Quais as melhores práticas;
- 2.2 - Como mensurar resultados do marketing;

3

Monitoramento

- 3.1 - Como monitorar a marca no ambiente online;
- 3.2 - Como proceder se estiverem usando minha marca.

O QUE ESPERAR DESTE E-BOOK

Entender o processo de criação de uma marca e a importância do seu registro é fundamental para quem busca escalonar seu negócio. Estudos já comprovam que uma marca bem posicionada pode se tornar o maior ativo de uma empresa. Sem contar, que o registro da marca gera exclusividade e mais valor de mercado.

**Veja como criar, divulgar e monitorar a sua marca.
Tudo isso com foco no seu posicionamento e valorização.**

1. CRIAÇÃO DE MARCA





1.1 - COMO CRIAR UM NOME INCRÍVEL

A definição do nome faz parte de um processo de criatividade e posicionamento. E é por isso que escolher o nome da sua empresa é garantir que o mercado entenderá o que você faz ou qual o propósito do negócio.

Há várias técnicas para que isso seja feito de uma forma menos intuitiva. Se você ainda não fez a criação do seu nome ou marca, uma boa dica é fazê-lo através do processo naming.

Abaixo você irá conferir que a metodologia foca na construção do nome com base nos diferenciais, trabalhando principalmente o posicionamento.

VAMO AS ETAPAS >>

1 – PESQUISA: São levantadas todas as características de sua marca com base nos diferenciais: seu posicionamento; o segmento; localidade; a empresa ou produto.

2 - ESTRATÉGIA: Aqui é fundamental definir as funções da comunicação do nome. Também é importante pensar no branding como um todo, definindo os canais, a junção de peças e outros materiais de divulgação.

3 – CRIAÇÃO: São listadas todas as alternativas de criação. Cores, fontes, slogan, composição... Mas, também há uma fase de filtros, pois as alternativas devem ser coerentes com o estilo do negócio.

4 – AVALIAÇÃO: Aqui é avaliada a composição final: cores, fonética, representatividade e usabilidade nos materiais. É importante que nesta etapa seja realmente considerada a aderência da marca no mercado.

5 – VALIDAÇÃO: O resultado desse processo precisa ter validade. A definição do nome e marca precisam ter viabilidade legal de uso e principalmente, de registro. Para isso é preciso fazer um estudo de disponibilidade de registro. Esse estudo garantirá que a sua marca é única e que o uso dela não trará problemas jurídicos futuros.

DICA: Se você já possui uma marca, mas ainda não fez o registro da mesma, peça o estudo de viabilidade **AQUI**. É gratuito.

PEÇA SEU ESTUDO

1.2 - COMO AVALIAR A MARCA CRIADA

Como você viu, os nomes tem que transmitir visão, âmbito, posicionamento, caráter e a ideia central da marca. Para essa avaliação algumas perguntas simples podem trazer clareza!



1 – Facilidade: É simples de pronunciar e escrever?

2 – Expressão: Demonstra o propósito da marca e sua personalidade?

3 – Distinção: Qual é o aspecto único que se destaca da competição?

4 – Memorização: O nome é fácil de lembrar?

5 – Aparência: Fica agradável de ler? A aparência é tão boa quanto o som?

6 – Disponibilidade: O domínio (url) está disponível?

7 – Interesse: Tem bons resultados na perspectiva de SEO?

8 – Versatilidade: Pode ser usado internacionalmente sem distorcer o significado?



1.3 - REGISTRO DE MARCA

Como já mencionado, após a criação da marca o primeiro passo é fazer a consulta de disponibilidade de registro. Esse é o primeiro passo para que sua marca seja considerada adequada para o registro.

Aparentemente o processo de busca é simples e pode ser feito direto no site do INPI. No entanto, é importante levar em consideração o tipo de marca que é a sua. Se for nominal normalmente há menor preocupação e busca-se apenas por palavras semelhantes.

Entretanto, se for uma marca mista, por exemplo, é fundamental que no campo de busca de imagem no site do INPI você pesquise se não existe outra marca semelhante. Marcas muito parecidas, que podem gerar confusão ao consumidor, tem o registro impugnado pelo INPI.

DICA: Um processo de registro de marca impugnado além de atrasar o processo, gera novos custos. Faça o estudo com um profissional para garantir que sua marca realmente está disponível.

O registro da marca permite assegurar seus diferenciais, não só apenas com a empresa em ascensão, como também no momento de escalonar o crescimento. É muito mais fácil realizar o registro quando se está no início, do que quando o negócio está em evolução.

Além disso, o registro da marca ajuda na captação de investimentos e na valorização da empresa.

VEJA ALGUNS BENEFÍCIOS >>



BENEFÍCIOS DO REGISTRO

- Proteção legal de exclusividade em todo o território brasileiro, por dez anos;
- Se for utilizada a marca, o registro pode ser prorrogado de dez em dez anos;
- Uma marca registrada pode ser vendida, licenciada ou franqueada, gerando receita;
- Somente uma marca com registro pode ser avaliada, contabilizada e utilizada como garantia em operações financeiras;
- Proteção da marca contra cópias ou uso indevido por parte de terceiros, podendo notificá-los e impedi-los de utilizarem sua marca sem seu consentimento;
- Assegura e facilita indenizações em caso de cópia ou uso indevido da marca, evitando um ongo e custoso longo processo para provar que a marca é sua;
- Dá o direito de impedir que terceiros utilizem sinais idênticos ou semelhantes aos da sua marca;
- Garante o uso da marca em materiais de divulgação, sem o perigo de perder todo o investimento;
- Evita o risco de ter que mudar sua marca e suspender sua utilização;
- Agrega valor a produtos e serviços, pois passa credibilidade junto ao mercado, indicando procedência e qualidade;
- Garante um ativo, mesmo que intangível, que pode valer muito no futuro.

2. DIVULGAÇÃO



2.1 - QUAIS AS MELHORES PRÁTICAS

Cada modelo de negócio possui estratégias de divulgação específicas. Isso porque mesmo usando técnicas comuns, há regras para segmento ou nicho de mercado. Não regras limitadoras, mas aquelas essenciais para manter seu negócio em evidência.

Dentro das boas práticas listadas para impulsionar o crescimento de uma empresa podemos listar como ações básicas: >>



PLANEJAMENTO: O tempo ideal é quando a empresa já está rodando, já existe ao menos uma pequena base de clientes / usuários ou se o seu App já possui alguns downloads. É importante – a menos que seja algo extremamente inédito ou disruptivo – que a plataforma já tenha tração. Assim, com base nesses primeiros números será mais fácil definir as estratégias e canais a seguir.

PRODUÇÃO DE CONTEÚDO: para prospects, clientes e mercado: Lembre-se de contar uma história, de apresentar seu propósito, os problemas que seu negócio irá solucionar. É fundamental que se propaguem informações sobre o modelo do seu negócio, sobre o segmento de atuação ou ainda sobre as soluções ofertadas. Compartilhar conhecimento fará sua empresa se tornar referência naquilo em que ela se propõe a atuar.

ASSESSORIA DE IMPRENSA: A quem acredite que a mídia tradicional perdeu forma, mas não é bem assim. Uma boa assessoria de imprensa pode posicionar sua startup em veículos de comunicação específicos ao seu negócio ou mais que isso, destinados a investidores. O que fará diferença aqui é o apelo do que você está propondo resolver através da sua startup.

MARKETING DIGITAL: O poder de mensuração do marketing digital é o que torna ele tão atrativo. Com atuação frequente em site, redes sociais e mecanismos de busca é possível entender o perfil e comportamento do seu prospect ou persona. Além disso, os investimentos em alguns casos são menores do que a mídia tradicional e ainda permitem a realização de testes para saber o que será mais efetivo. Mas, vale ressaltar que até mesmo para o marketing digital é fundamental ter um planejamento, afim de dar sequência e coerência as ações.



2.2 COMO MENSURAR RESULTADOS DO MARKETING

Certamente você já está familiarizado com expressões como indicadores, KPIs... Bem, na divulgação de seu negócio não é muito diferente. Há alguns dados que demonstram o desempenho das campanhas.

Basicamente, são eles que dizem o que merece sinal verde para continuar sendo feito e o que deve ser modificado. Por isso, é muito importante fazer essa análise de maneira contínua — para evitar desperdício de tempo e dinheiro. Antes mesmo de lançar qualquer campanha, estabeleça quais são os objetivos, as métricas e indicadores de performance dessa ação.

TRÁFEGO ORGÂNICO: Aqueles visitantes que chegam de forma autônoma no seu site são incluídos no tráfego orgânico. Isso significa que eles não clicaram em um anúncio pago no Google ou Facebook para te encontrar. Já dá para ver que a saúde de seu site ou blog está boa!

TAXA DE CONVERSÃO DE LEADS: Para entender se há engajamento dos visitantes do seu site, aposte nessa taxa. Ela vai te apontar se existem comandos interativos para os visitantes deixarem seus contatos e reduzir o custo de aquisição de clientes.

TAXA DE CONVERSÃO DE COMPRADORES: Esse indicador vai te mostrar se seu conteúdo está trazendo leads qualificadas e alinhadas com o objetivo da sua empresa.

PERFORMANCE DE E-MAIL DE MARKETING: Se seu banco de e-mails cresce, o engajamento e abertura de e-mails também deve crescer. Essa taxa mostra se o conteúdo dos e-mails disparados está de acordo com as leads.

ALCANCE SOCIAL: Aqui não vamos medir somente curtidas e compartilhamentos nas redes sociais, mas, sim, quanto engajamento um artigo publicado vai ter em determinada rede.



CAC

O CAC é o Custo de Aquisição por Cliente. Ou seja, quanto custou cada novo cliente gerado pela sua estratégia de marketing digital. Nesse caso, o valor é calculado dividindo o investimento pelo número de vendas feitas.

Para saber o total do investimento, normalmente as empresas incluem os gastos de marketing e vendas. Como, por exemplo: salários da equipe, verba de mídia, comissão dos vendedores, uso de softwares de automação, CRM e vários outros gastos que podem estar envolvidos.

Calcular CAC é útil para saber quanto cada um dos clientes conquistados custou para a empresa. Quando esse valor é baixo, significa que suas estratégias de marketing estão mais eficientes, trazendo clientes novos a um baixo custo.

3. MONITORAMENTO



3.1 - COMO MONITORAR A MARCA NO AMBIENTE ONLINE

O monitoramento de marca é indispensável pois uma estratégia de posicionamento pode ser comprometida caso um concorrente esteja usando sua marca, por exemplo.

Então, para não ter sua marca plagiada ou sua ideia copiada, patenteie sua ideia e registre e monitore sua marca.

Existe empresa especializada para realizar o monitoramento completo da sua marca no meio online? Sim! Há no mercado várias soluções de monitoramento. Que acompanham sites, redes sociais e todas as interações geradas de forma online.

Mas, além disso, é fundamental também acompanhar a sua marca no INPI. Com a ajuda de um profissional você poderá saber quando houver a tentativa de um registro semelhante ao seu.

Monitorar sua marca também é uma maneira de manter seu negócio saudável.





CÁLCULO DE ROI

O cálculo de ROI é uma das métricas mais importantes, senão a mais, para mensurar os resultados de uma empresa. O ROI é o Return on Investment ou, em português, Retorno sobre o Investimento. O ROI não é uma métrica exclusiva do marketing digital. Ela pode – e deve – ser usada para calcular o resultado de qualquer investimento realizado, seja ele no ambiente online ou não.

A partir do ROI, é possível saber o quanto de rendimento determinada campanha resultou para a empresa. Assim, consegue definir as fontes de lucro da empresa, os canais de comunicação mais efetivos, qual fonte está apresentando os melhores resultados, etc.

Para realizar o cálculo, é preciso somar todas as vendas e caixa conquistados com a estratégia e subtrair o valor investido nas ações de marketing digital.



3.2 COMO PROCEDER SE ESTIVEREM USANDO MINHA MARCA

Caso se suspeite de um caso de plágio da marca através de documentos e demais provas reunidas, confirme se seu registro está atualizado no órgão competente já citado e realize uma notificação extrajudicial solicitando ao contraventor que não utilize mais sua marca indevidamente.

Guarde a cópia de tal notificação, pois caso a situação não se altere, haverá material para a abertura de uma ação de abstenção de uso de marca na justiça civil.

É possível ainda requerer a busca e apreensão de produtos que façam uso da marca citada. E ainda, é possível também solicitar a condenação por concorrência desleal contra o infrator.

A Lei de Propriedade Industrial (Lei nº. 9.279/96) defende que o criador da marca tem por direito fazer uso da mesma em todo território nacional, com exclusividade, a partir da interpretação feita da LPI. Tem-se em mente que a confusão causada pelo plágio na mente do consumidor é nociva a uma marca. E ainda, pode prejudicá-la seriamente na condução dos negócios.



Certamente o mundo empresarial possui particularidades em cada segmento, mas o cuidado com a marca é essencial em qualquer meio. Aqui você viu que o processo de criação está diretamente ligado ao posicionamento que você quer ter no mercado.

A composição dela será seu primeiro passo junto ao Brandvoice e por isso o registro dela é tão importante.

Pense na sua marca com a mesma dedicação que tem pensado na evolução do seu negócio. Você só tem a ganhar com isso.

Sobre a **FIXAR**

A Fixar é uma empresa especialista na proteção das melhores ideias. Focada em contribuir para a proteção de marcas e patentes, a empresa tem se dedicado a orientação da criação, proteção e divulgação das marcas e logotipos criados para os mais diversos segmentos.

Marcas, patentes, direitos autorais, software, acesso a bancos tecnológicos e uma linha de serviços destinados a desmistificar o registro de marcas.

Afinal, a marca da Fixar é cuidar da sua.





© 2019.