

Identidade própria: Sua empresa possui?

Hélio Moreira*

O conceito de identidade pode ser considerado um conjunto de aspectos individuais que caracteriza uma pessoa. Mas na área empresarial este termo ganha uma dimensão ainda mais ampla, e se torna, com o cenário cada vez mais acirrado, uma vital ferramenta na busca para planejar e posicionar os negócios e serviços de uma empresa no mercado, seja qual for o segmento que atue.

Considerado há alguns anos, supérfluo, ferramenta de luxo e desnecessária para determinadas empresas, principalmente as de pequeno e médio porte, o design, hoje, é fundamental para a construção de uma imagem corporativa ou para a venda de um produto, colaborando com o diagnóstico e as necessidades para comunicar os diferenciais da marca. Impedindo que o cliente enxergue somente o preço. Usar uma estratégia de preço para atrair a atenção, pode ajudar. Mas é necessário gerenciar essas ações e alinhar a promessa de valor da Marca.

Desta forma, toda e qualquer empresa deve ficar atenta ao mercado, já que oferecer apenas um produto adequado com uma estratégia de trabalho correta não é mais garantia de estabilidade dos negócios. Seja um salão de beleza ou uma escola de idiomas, não importa o ramo de atividade, a importância de investir na marca e criar valor para a sua própria identidade é essencial no atual cenário. Não existe negócio sem identidade. É, cada vez mais comum as empresas mudarem seu comportamento, em favor do seu consumidor. Tudo por estratégia, buscando tangibilizar essas ações tornando seus clientes mais fieis e disposto a pagar mais por sua marca, colaboradores com mais vontade e uma marca que muitas vezes, se bem gerenciada, tornando-se o maior ativo da empresa. Sendo reconhecida pelo Design da sua marca onde quer que esteja.

Recentemente fomos procurados por uma empresária, dona de uma escola de idiomas, a qual decidiu pesquisar e modificar sua marca para alinhar sua identidade ao seu público alvo, após uma visita ao SEBRAE, quando o consultor da instituição aconselhou a empresária a investir em sua marca, explicando

que hoje é vital para as empresas possuírem sua própria identidade e que isso beneficiaria diretamente os negócios. Contribuindo na formalização e reconhecimento do seu negócio junto ao seu consumidor. Justamente porque o público utiliza de um estímulo visual para selecionar suas escolhas. Esse é um dos sentidos mais utilizados para determinar desde uma compra no supermercado até a escolha de um prato ao ver um menu (cardápio) em um restaurante. O visual ajuda a vender suas atitudes, seus sentimentos e sua essência. Por isso, investir em uma identidade alinhada a todos esses atributos pode contribuir com resultados mais atraentes. Mais do que investir. O importante é saber gerenciar. Portanto, procure sempre contratar profissionais especializados. Para ser amador, não seja investidor.

Com um posicionamento adequado e identidade profissional é mais fácil criar elementos para contribuir, levando em consideração aspectos mercadológicos e assim, instituir o conceito que a empresa quer transmitir, público alvo que quer atingir e a forma na qual gostaria de comercializar o seu produto. É importante entender esses fatores para criar um projeto de construção de imagem. Iniciando pelo design da marca, propondo uma identidade mais moderno e alinhado aos principais atributos da sua empresa. É possível dar vida e personalidade a produtos e serviços. Utilizando a ferramenta certa, no momento certo e com a verba adequada.

Sendo assim, investir na imagem do sua empresa, dialogando com o consumidor e valorizando seus diferenciais, destacando-se da concorrência, pode ser um significativo passo na busca pela consolidação do empreendimento.

**Diretor da NewGrowing Design & Branding, agência especializada em construção de marcas.*