

TESTE DA
MARCA
DE VALOR

DESCUBRA SE A SUA **MARCA** É
UM PEIXE OU UM **TUBARÃO!**



Eu não sei qual é a sua marca hoje e muito menos como ela foi feita, mas uma coisa eu tenho certeza...

EMPRESAS QUE INVESTEM EM DESIGN AUMENTAM SEU FATURAMENTO!

Eu sei que parece muito suspeito um designer de marcas afirmar isso, mas não sou eu que estou falando isso exatamente.

Segundo a pesquisa realizada pela WeDoLogos entre vários setores da economia e com empresas de diversos segmentos para entender o impacto do design no faturamento delas, cerca de 89% das empresas afirmam que o investimento em design para seus negócios refletiu diretamente no aumento do faturamento.

E não se engane... quando falo sobre design, não estou falando apenas do logo, cores e slogan da sua empresa como muitos pensam, estou falando sobre toda a sua comunicação visual e como ela impacta seu público ideal.

Não é atoa que grandes empresas dão muita atenção para essa área.

O grande problema hoje é que a maioria dos empresários, quando começaram seus negócios, não se atentaram ao desenvolvimento de suas marcas.

Isso por inumeros motivos como:

- Não sabiam o impacto de uma marca bem feita
- Não tinham verba no começo
- Acreditavam que identidade visual é apenas para grandes empresas
- e por ai vai.

Por isso muitas vezes são confundidos com alguma marca genérica da cidade, não passam profissionalismo/ credibilidade e até mesmo uma mensagem contrária do que a empresa representa.

Eu respeito a jornada de cada empresário e começo é começo...

Mas continuar com uma marca "mais ou menos" sabendo que esse investimento traz resultados para uma empresa, não faz sentido para mim. Sabe aquela ideia de "deixar dinheiro na mesa"? Pois é.

A pergunta que fica no ar é:

"A sua marca foi feita para te trazer resultados?"

Se você ficou na dúvida, felizmente é exatamente isso que você vai descobrir agora com o 'Teste da Marca de Valor'.

A seguir, você terá acesso a **7 perguntas de ouro** que irão te mostrar o quão perto a sua identidade visual está de ser uma marca realmente valorosa e que traga resultados concretos para você e sua empresa.

Embora sejam perguntas simples de sim ou não, sugiro fortemente que responda com atenção, pois tenho certeza que elas, além de te mostrar o caminho da Marca de Valor, vão trazer uma reflexão sobre a sua marca atual.

Após terminar de responder essas perguntas, é certeza que você terá em suas mãos a resposta se sua marca é realmente forte ou não e principalmente, como seguir daqui para frente.

Preparado? Vamos lá!

1 - Você fez sua marca atual com um **profissional especialista em marcas?**

Imagine o seguinte, você está com uma dificuldade em enxergar e sente uma leve irritação em seus olhos. Procura um clínico geral que te passa um colírio e de certa forma, alivia os sintomas. Porém, com o passar do tempo essa irritação volta.

Após muitas vezes recorrer ao clínico geral, você resolve procurar um especialista. Um oftalmologista. Ele, por sua vez, faz uma análise mais detalhada e te mostra que não adianta ficar pingando colírio se você continua muito tempo na frente do computador. Você precisa de óculos.

Muitas vezes, o básico vai tratar o problema e não a causa.

Se você é uma empresa que realmente quer se destacar e crescer da forma certa e segura, você não pode deixar nas mãos de qualquer um a identidade visual da sua empresa. Afinal, estamos falando sobre a imagem do seu negócio e toda a mensagem de ela precisa passar logo no primeiro olhar.

Você acha que esse tema não é algo para um especialista resolver?

2 - Houve uma pesquisa para **criar a sua marca?**

Ai ai... quantas vezes eu já vi alguém sentar perto de um designer de gráfica ou conhecido que sabe mexer em photoshop e/ou illustrator e ficar pedindo como gostaria que sua marca fosse.

"Não tem com deixar mais redondo?"

"Usa um verde mais escuro aqui e um azul ali"

"Vai passando as Fontes para eu ver qual eu gosto"

Me dá até uma arrepiu de pensar nisso.

Sua identidade não é uma simples arte pronta em 3 minutos. Pelo menos não deveria ser se quer extrair resultados dela.

Para ser uma marca de valor de verdade, no mínimo, precisa ter sido feito uma pesquisa de mercado para entender seus concorrentes e como a forma e a mensagem que sua identidade visual vai transmitir se adequa a linguagem do seu público ideal, para só depois começar a criar o logo, definir cores e afins.

Sem isso, é bem provável que mais uma marca genérica e sem diferencial algum foi criada.

3 - Sua marca foi desenvolvida pensando em seu público ideal?

Imagine uma piscina de bolinhas onde existem inúmeras bolas azuis e uma bola amarela e sua missão é achá-la. Pode não ser tão simples, mas facilmente você irá encontrá-la, certo?

Afinal, ela se destaca no meio das iguais.

É exatamente isso que uma marca desenvolvida pensando em seu público ideal pode fazer por sua empresa. Uma vez que a sua identidade visual for feita com o foco em quem você quer atrair... BINGO! Uma conexão com esse público será muito mais fácil do que uma marca genérica.

Infelizmente, a grande maioria das marcas hoje são feitas para agradar o gosto pessoal do dono ou de seus familiares. Não me entenda mal, não estou falando que sua marca não pode ser do seu gosto, mas ela não pode, de forma alguma, partir daí.

Primeiro o seu cliente. É assim que marcas de valor encantam e crescem cada vez mais.

4 - A mensagem que sua marca passa hoje, **transmite o que sua empresa representa?**

Eu não sei você, mas quando eu falo algo para alguém eu espero ser 100% compreendido. Nada pior do que querer passar uma mensagem e ser entendido de forma completamente diferente.

Hoje, muitos tentam passar a imagem de autoridade e só passam vergonha mesmo. Outros, tentam criar um ar de profissionalismo e só comunicam desorganização. Não sei ao certo o que o seu negócio precisa e quer transmitir, mas quando seu público entende errado a sua mensagem, a culpa é sua.

Toda a sua identidade visual precisa conseguir passar muito bem o que a sua empresa representa no mercado, seus valores e seu diferencial. Só assim, ela conseguirá atingir o nível mais alto da Marca de Valor que é transformar clientes em verdadeiros defensores da sua marca.

Conhece a Apple, certo? Um clássico exemplo disso.

5 - Sua marca faz sua empresa se **diferenciar** dos seus concorrentes?

Sabe aquelas pessoas que causam impacto logo no primeiro olhar quando chegam em algum lugar? Aquelas que tem uma presença tão forte que não tem como não vê-las . Parece que elas tem algum tipo de holofote que acendem dando um destaque sobre os demais.

É isso que uma Marca de Valor pode fazer por sua empresa. Te diferenciar dos seus concorrentes logo de cara.

Se você tem uma marca com harmonia visual alinhada com sua mensagem e com um design sedutor capaz de atrair a atenção, você consegue ter as pessoas certas interessadas em seu produto ou serviço.

Não se engane achando que estou falando para sua empresa ser o "centro das atenções", não é isso. Estou falando sobre ter presença forte e diferenciada que chame a atenção das pessoas certas.

Mas se por outro lado, a sua empresa é "aquele cara tímido no canto da festa", você pode estar com um problemão nas mãos.

6 - Existe **congruência da identidade visual** em toda a sua comunicação?

Se eu te pedisse hoje o manual da identidade visual da sua marca, o que você me entregaria?

A maioria dos empresários sequer sabem o que é isso e o impacto negativo pode causar se não tiverem um manual da marca.

Se sua marca não tem congruência entre os veículos de comunicação, dificilmente ela se tornará memorável para seu público ideal. Imagine ter uma cor nos materiais virtuais e outra nos impressos ou até mesmo ter o logo totalmente apagado em materiais com contraste por falta de opções e variações (e acredite... acontece muito!).

Como disse anteriormente no começo desse teste, cerca de 89% das empresas afirmam que o design faz diferença no faturamento. Mas esse investimento em design precisa ser feito da forma certa e o manual garante a aplicação correta da sua marca em qualquer lugar.

7 - Se você fosse apresentar o seu negócio no **Shark Tank**, a sua identidade visual iria causar **impacto** no primeiro olhar?

Esse é um momento delicado que você precisa ser forte e brutalmente sincero consigo mesmo.

É natural que muitos empresários se "apaixonem" por suas marcas, mesmo que elas não sejam bem feitas. Talvez o desapego da marca e a coragem de dizer que a sua identidade visual é ruim, seja uma das partes mais difíceis.

Respire fundo e olhe com um olhar crítico para a sua marca agora. Você está 100% seguro de que ela é realmente a marca que você merece ter?

Será que você não olha para marca do concorrente e não sente que a sua é inferior?

Será que ela não está afastando ao invés de atrair seu cliente ideal?

Será que ela não tá muito igual a outras empresas do seu nicho?

Cuidado com o ego nesse momento mas tome o tempo que achar necessário para chegar a uma conclusão racional para essa pergunta.

Ela é importante.

A SUA NOTA É...

Você deve estar se perguntando agora...

"Como faço para saber se a minha nota?"

Simples. Para cada "sim" que você respondeu você ganha 1 ponto. Quanto mais pontos você tem, mais perto a sua marca está de ser considerada uma Marca de Valor.

Somou? Vamos lá!

▶ 1-2 Ai ai, sua marca está muito ruim meu amigo(a)!

Eu sei que ninguém gosta de ter uma nota baixa, mas se você tem até 2 pontos, sua marca está em apuros.

▶ 3-4 Não passou de ano ainda! Tem que evoluir

Aqui sua marca ficou de recuperação.

▶ 5-6 Você passou de ano! Mas ainda não tem de fato uma Marca de Valor

Uma marca só é considerada uma marca de valor de verdade quando possui todos os elementos.

▶ 7 Parabéns

UAU! Você realmente tem uma marca de valor!

UM CONVITE ESPECIAL PARA VOCÊ, EMPRESÁRIO.

Se você chegou até aqui é porque terminou de fazer o seu teste e já sabe a sua nota.

Eu não sei qual é a sua meta e seus objetivos com a sua empresa hoje, mas eu tenho certeza de que se você quer se tornar referência em seu mercado, mais cedo ou mais tarde você vai precisar ter uma Marca de Valor de verdade.

Afinal, todos os grandes players que realmente se destacaram, possuem uma.

Esse foi um teste que você fez para ter uma noção do que pode ser feito ou melhorado em sua marca hoje, mas isso de forma muito superficial.

O que você acha de ter a minha análise individual e aprofundada da sua marca, gratuitamente?

Esse é um serviço que eu chamo de **Raio X da Marca de Valor** e tem como objetivo analisar todos os pontos positivos e negativos da sua identidade visual. Se você tem alguma dúvida ou não sabe como seguir daqui para frente com as informações que te dei, você pode ter a chance de ter a minha orientação pessoal do que pode ser melhorado.

Você está diante de uma oportunidade única capaz de te ajudar a evoluir a sua marca e ter mais resultados, mas certamente pode estar se perguntando.. *"Isso parece muito bom para ser verdade... tem alguma pegadinha..."*

Sim, isso é muito bom mesmo. Mas não tem pegadinha e serei bem sincero com você agora.

Essa é a forma mais inteligente que temos hoje para conquistar novos clientes para o desenvolvimento de marca de valor.

Eu vou fazer toda a análise da sua marca gratuitamente, pontuando todos os erros que precisam ser modificados. Se você achar que está na hora de dar esse passo para ter uma marca de valor de verdade, eu poderei te ajudar. Simples assim.

Você não tem obrigação nenhuma de se tornar meu cliente agora. Mas eu tenho certeza algum dia você tiver esse interesse, vai lembrar de mim :)

O mínimo que pode acontecer é você sair com uma análise completa da sua marca, de graça.

É uma relação de ganha-ganha.

Parece bom para você?

Era isso que eu tinha para compartilhar com você. Espero que você tome essa decisão antes que algum concorrente seu possa tomar.

Se você está pronto para dar esse próximo passo, eu espero seu contato. Click no link abaixo e vamos bater um papo hoje mesmo.

Obrigado por ler até aqui! Grande abraço

Kevin Pedro

Designer de Marcas de Valor

Clique aqui!