

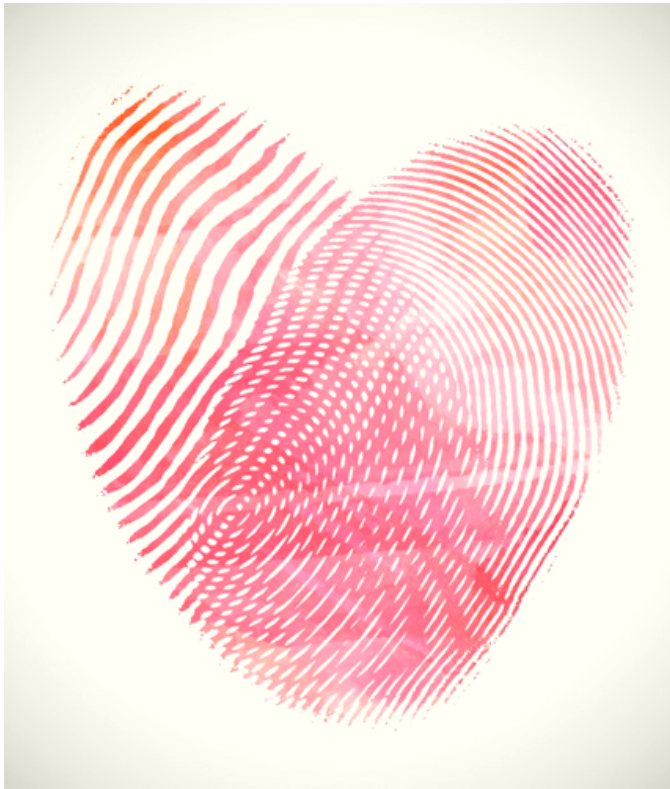
pontos da virada

cada ponto uma inspiração para empreendedores.



EDIÇÃO 8 - MAIO/2021
VIRADA - ESTRATÉGIAS CRIATIVAS
POR GIZELLE REIS

virada
estratégias criativas



A MARCA DO SEU NEGÓCIO

Em uma pesquisa no Instagram da Virada os empreendedores disseram que gostariam de entender um pouco mais sobre posicionamento de marca. Então, este Ponto, será especialmente sobre o assunto. E, para isso, eu começo perguntando para você: O que os clientes falam sobre a sua empresa?

A percepção dos clientes está diretamente ligada ao posicionamento de marca, ainda que o empreendedor não faça isso intencionalmente. O negócio transmite valores da marca através dos produtos/ serviços, do atendimento, da comunicação e de todos os pontos de contato com clientes, seguidores, fornecedores e sociedade em geral. E é por isso que é preciso ter um posicionamento intencional, para controlar, o máximo possível, a imagem do seu negócio.



O QUE DEVEMOS FAZER COMO EMPREENDEDOR É DESCOBRIR O NOSSO JEITO DE FAZER. POIS O NOSSO JEITO VAI NOS PARTICULARIZAR E AÍ RESIDE A POSSIBILIDADE DE ÊXITO MUITO GRANDE.



Luis Seabra - Co-fundador Natura

Eu costumo dizer que não existe empresa sozinha em nenhum mercado. Até mesmo negócios disruptivos como por exemplo UBER e AIRBNB sempre tiveram concorrentes, desde o seu dia um. Então, é o posicionamento, baseado em valores e diferenciais competitivos, que fará os clientes optarem por investir o dinheiro em uma empresa e não em outra.

A solução que a sua empresa entrega é maior que o produto ou serviço que você vende. O seu jeito de fazer negócio atrairá pessoas que acreditam nas mesmas coisas que você acredita e o ponto chave é ter um mercado grande o suficiente para alcançar a sustentabilidade do negócio.

E adivinha só: posicionamento e valores têm base em que?! PESSOAS, claro! Se esta não é a primeira vez que você consome algum conteúdo meu você já sabe que tudo que eu falo e faço está baseado em pessoas. Negócios são sobre pessoas e posicionamento de marca é o elo que une a pessoa que vende uma solução e a pessoa que tem um problema.

Aproveite o material e conte conosco!

Abs.
Gizelle.

O que é inegociável na sua empresa? O que você não abre mão em nenhuma negociação, seja com cliente ou fornecedor? Quais bandeiras a sua empresa representa? Quais os diferenciais competitivos da sua empresa?

Em um mundo de extrema abundância, com tantos mercados saturados, como tantas opções, com incontáveis tipos de soluções, é preciso se conectar com as pessoas através dos valores. Como diz o Simon Sinek, precisamos buscar fazer negócio com pessoas que acreditam nas mesmas coisas que acreditamos e, claro, esse mercado precisa ser grande suficiente para sustentabilidade da sua empresa.

DICAS

1. Defina **poucos e relevantes valores** para o seu negócio pensando como você quer impactar a vida das pessoas e resolver os problemas dos seus clientes.

2. **Seja claro na comunicação** dos valores. Eles precisam ser identificados em todos os contatos que o cliente tiver com o seu negócio. Da comunicação visual até o atendimento passando pela entrega, parcerias etc.

3. **Tenha uma frase ou slogan que expresse os valores.** Ela será um bom ponto de partida para expressar o propósito da sua empresa. Simplifique!

4. **Seja coerente.** Todas as suas ações, decisões e comunicação devem reforçar os valores. Se o seu negócio pregar um valor na comunicação, mas, no dia-a-dia, tiver atitudes que contradiga a comunicação você estará jogando contra a sua empresa.

5. **Converse com os clientes e potenciais clientes.** Descubra o que eles consideram importante, o que eles sentem falta no seu mercado e quais as dores deles.



A Catarina Mina

Somos cearenses. Somos brasileiras. Somos alma de crochê e pensamento. Somos uma marca que já conta 12 anos de estrada, de um trabalho que muitas vezes se assemelha a nadar contra a maré. Acreditamos numa moda diferente, uma moda focada em quem produz, e que concentra seus esforços em questionar, repensar, refletir e tomar decisões levando em consideração um coletivo. Uma moda que se sustenta em um futuro de colaboração muito mais que de disputa.

PENA

A PENA cresceu sob o conceito "O surf como filosofia de vida, como liberdade de espírito"; hoje consolidada sob o conceito Live Freestyle gera mais de 400 empregos diretos e aproximadamente 1000 indiretos, tem vários atletas patrocinados em diferentes esportes, e o giro da empresa alcança 70 milhões de reais valor de expressão no cenário nacional.



por um mundo mais doce

Com o sonho de ser livre, uma mulher forte, lá em 1990 em uma pequena cidade do nordeste brasileiro, começou a construir seu sonho com 30 picolés em uma caixa.

Hoje esse voo de liberdade se transformou em um sonho bem maior. Construir uma marca com presença positiva no mundo em que vivemos, fazendo do mundo um lugar melhor, com mais leveza, carinho e simpatia.

SALVE SIMPATIA!

Os valores e diferenciais do seu negócio são importantes para quem? Como seu negócio vai conectar-se com essas pessoas? Para quem seu negócio cria valor?

É preciso entender a perspectiva do cliente no desenvolvimento de novas soluções e experiências de consumo. Você sabe o que o seu cliente diz, faz, vê, pensa, sente e ouve a respeito do seu produto e mercado? Quais são suas dores e dificuldades ao consumi-lo e o que poderia ser feito para superar suas expectativas por meio de ganhos adicionais?

Não dá para conhecer melhor as pessoas sem perguntar, sem ouvir, sem pesquisar, sem observar.

Está próximo ao cliente, abrir canais de comunicação que sejam apropriados para eles e estar aberto a críticas e sugestões são atitudes fundamentais.



QUANDO SE TRATA DE PROPOSTA DE VALOR, A SUA PRECISA FAZER O CLIENTE CONECTAR-SE, SENTIR-SE PARTE DO PROCESSO, SENTIR QUE FOI FEITO ESPECIALMENTE PARA ELE, QUE A SUA EMPRESA RESOLVE UMA DOR QUE NENHUMA OUTRA EMPRESA TINHA CONSEGUIDO RESOLVER ATÉ ENTÃO.

SUGESTÕES DE COMO OUVIR O CLIENTE:

- Pesquisas sistemáticas temáticas;
- Encontros virtuais ou presenciais;
- Enquetes em redes sociais;
- Pós-venda (ligação, mensagem e/ou e-mail);
- Desenvolvimento de personas;
- Aplicação de NPS.

ponto 3

MARKETING

Marketing é a alma do negócio, a propaganda é apenas a roupa. É o marketing que transforma os valores em algo tangível. Seja em um produto/serviço, no jeito de atender, no local onde o cliente compra, na forma de se comunicar, no cheiro da marca, nas cores da comunicação, na embalagem.... O marketing é a estratégia de como atrair clientes que se interessam pelas soluções, diferenciais competitivos e valores do seu negócio.

O trabalho de marketing precisa ser contínuo e sistemático. Ações isoladas, ainda que possam ser eficientes, perdem força se não conectadas a uma estratégia maior. Dificilmente, especialmente para pequenas e médias empresas, haverá uma "bala de prata" que faça a empresa mudar de patamar subitamente. Com recursos escassos, serão a criatividade somada a coerência e trabalho contínuo que trarão resultados. Não é uma jornada simples ou fácil, mas é o que realmente funciona.



O QUE VOCÊ FAZ NA SUA EMPRESA QUE CONSIDERA MARKETING?

DICAS E FERRAMENTAS



GOOGLE TOOLS
O Google tem diversas ferramentas gratuitas que podem lhe ajudar na jornada. Formulários, Trends, Alerta, Meet, Think etc.



NPS
Metodologia criada para mensurar o quão bem as empresas estão lidando com seus clientes ou pessoas com as quais interage Saiba mais.



INSTAGRAM VIRADA ;)
Estamos diariamente compartilhando conteúdo com foco em pequenas e médias empresas. Já segue a gente? Saiba mais.



FILME: UM SENHOR ESTAGIÁRIO
A fundadora do maior site de vendas de roupa nunca perde o contato com o cliente, seja atendendo as ligações, fazendo compras no próprio site ou escutando o que os funcionários têm a dizer.

NEGÓCIOS COM FORTE POSICIONAMENTO DE MARCA



MARKETING
Luis Seabra
Co-fundador

Uma das maiores marcas de cosmética e beleza do mundo que, desde o dia um, sabia como queria se apresentar ao mundo. Clique aqui e assista entrevista do Luis



APLLE
Steve Jobs
Fundador

Uma das empresas mais inovadoras do mundo. Mudou mercados inteiros, como o da música, e possibilitou que a internet fosse parar nos nossos bolsos. Clique aqui e assista lançamento da campanha mais icônica da Apple.