

COMO COMUNICAR MELHOR SUA MARCA DE

ARTE
SUA
MARCA

10 sugestões práticas
de comunicação para
melhorar suas vendas

Esta cartilha foi feita por Patrícia Gomes e é
produto de um trabalho de conclusão de curso
da Universidade de Brasília.

Parte das ilustrações foi obtida no FreePik.

Estar em contato com o público e conversar com ele por meio de uma marca estruturada são passos que tendem a levar ao aumento na quantidade de clientes e vendas. Para desenvolver o setor de artesanato e valorizar a cultura brasileira, esta cartilha de leitura rápida traz recomendações para você, artesão, comunicar melhor sua marca. São dez sugestões que podem ser praticadas por você mesmo, sem necessidade de grandes investimentos financeiros.

Você está a dez passos de mudar seu negócio, comece agora.



ESSÊNCIA DA MARCA

Por que seu negócio existe? Se fosse uma pessoa, como ela pensaria e agiria? As ações de comunicação, para serem coerentes, devem seguir aquilo que a marca oferece. Por isso, é importante definir o posicionamento, a missão, a visão e os valores de seu negócio.

POSICIONAMENTO é uma frase que resume como seu negócio se diferencia na mente dos clientes, ou seja, em que ele é diferente dos negócios concorrentes.

Para fazer, preencha: Para [quem é o consumidor e qual sua necessidade], a [nome da empresa] é [o que a empresa é] que [diferencial da empresa em relação aos concorrentes].

Ex: Para [novas mães que precisam organizar os itens do bebê], a [Mãe Canguru] é [uma loja de bolsas maternidade artesanais com divisórias adaptáveis] que [permitem transportar estes itens com mais segurança e praticidade que os produtos da concorrência].

MISSÃO é a razão de ser do seu negócio.

Para fazer, responda: Por que o meu negócio existe? O que ele faz? Para quem ele faz?

VISÃO é o que você imagina para o futuro de seu negócio, que não pode ser alcançado imediatamente.

Para fazer, responda: Aonde meu negócio quer chegar e/ou o que ele pretende se tornar no futuro?

VALORES são as crenças do negócio e devem inspirar todos que trabalham com ele.

Para fazer, reponda: No que meu negócio acredita e com quais características ele deve, invariavelmente, se relacionar com os consumidores?

Não se esqueça de que todas as próximas sugestões devem seguir o que você definir para seu negócio neste primeiro item.

NOME

Dê ao seu negócio um nome original, que seja fácil de entender, usar e memorizar. Fuja dos clichês e tente transmitir a identidade do seu negócio e as características que seus clientes valorizam. Crie um nome curto e simples, que explique facilmente o significado da marca para quem não a conhece. Evite as tendências e mostre no nome os benefícios de seu negócio e não os seus produtos. Lembre que comunicar seu negócio tende a melhorá-lo, então pense em um nome que possa crescer com você.

~~nome~~
~~nome~~





Para acompanhar o nome, você deve oferecer ao consumidor um desenho que o ajude a se lembrar de seu negócio. Transmita associações positivas e envolventes por meio de um símbolo, da combinação de cores e do formato das letras que escrevem o nome. Use elementos em harmonia, evitando o excesso de informações. O logotipo deve ser fácil de aplicar e de ler, e é importante que ele seja original para se destacar em relação à concorrência.

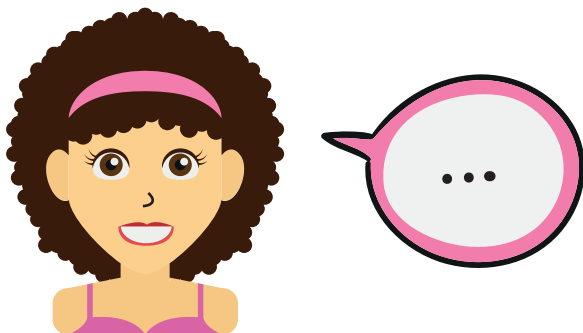
Lembre-se também de sempre usar este símbolo com as mesmas características, para ajudar o consumidor a se lembrar de quem ele está comprando.



LOGOTIPO

LINGUAGEM

Para se aproximar de seus clientes, comunique seu negócio como se ele fosse uma pessoa. De acordo com o que se definiu no primeiro item desta cartilha, crie uma linguagem própria de seu negócio e se comunique com os clientes de modo mais pessoal, gerando aproximação e fidelização. É interessante também que você tente repetir os valores e estilo de vida típicos de seu consumidor, para aumentar a identificação do público.





É provável que outros artesãos vendam produtos parecidos com o seu, por isso falar só o que são seus produtos não é suficiente para se diferenciar da concorrência. Comunique os benefícios legítimos e originais que seu produto oferece ao consumidor, principalmente aqueles que seu concorrente não pode oferecer. Deste modo, é mais fácil que seu cliente associe sua marca a coisas positivas e repita a compra com você e não com um concorrente.

COMUNIQUE BENEFÍCIOS

INTERNET

As redes sociais têm transformado as relações entre o consumidor e as marcas. A participação do seu negócio no ambiente online é um caminho essencial porque permite que você se comunique diretamente com seu cliente a qualquer tempo, entendendo com mais facilidade o que ele espera dos seus produtos e, assim, aumentando suas vendas.

Crie uma página da sua marca em redes sociais, como Facebook e Instagram, em que você mostre aos seus clientes coisas interessantes sobre o seu negócio.

Divulgue somente coisas que se relacionam com a sua marca, esteja atento à linguagem da marca que você preparou no item 4 e não deixe de lado a correção gramatical.



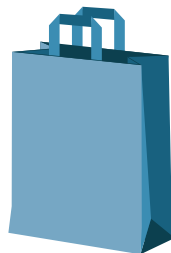
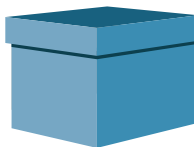
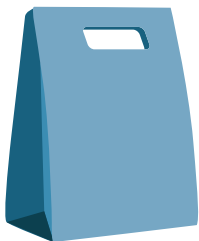


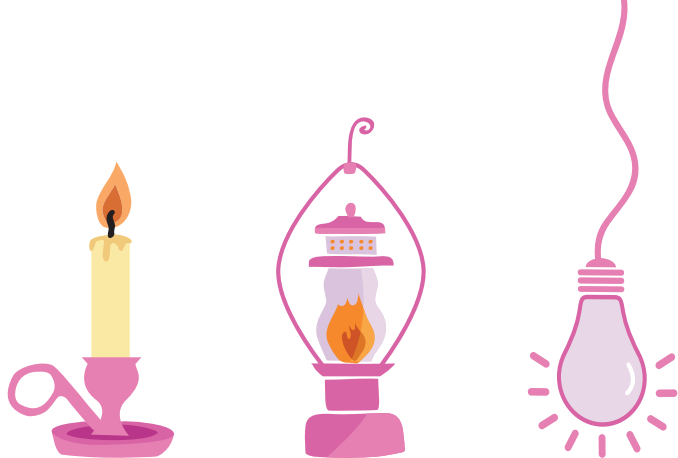
Continue a se comunicar com seus clientes fora da internet. Tenha um cartão de visitas e um ambiente legal em sua banca de artesanato, comunicando aquilo que você pensou como posicionamento e valores de seu negócio. Para tornar seu cliente fiel à sua marca, também pode ser interessante oferecer brindes ou mandar mimos na época de lançamento de novos produtos. Deixe sua criatividade fluir e crie alternativas diferentes para se comunicar com seu cliente, como panfletos, catálogo de produtos, promoções, eventos, divulgação em rádio...

OFF-LINE

EMBALAGEM

As embalagens funcionam como um cartão de visitas para o consumidor, e seu impacto visual aumenta as chances de o cliente reconhecer e se lembrar de seu negócio. Crie uma embalagem que atenda as necessidades físicas de proteger o produto, mas que seja visualmente atrativa e represente o que o seu negócio significa.





É importante que seus produtos sejam constantemente adaptados, oferecendo novos benefícios ao consumidor de acordo com a demanda e com as novas tendências de mercado. Esteja atento ao que o seu cliente quer e procure na internet as novidades para sua linha de artesanato. Use sua criatividade e técnica para melhorar seus produtos cada vez mais e atrair os clientes.

PRODUTOS

EVENTOS

Para fazer contatos, conseguir mais clientes, se atualizar sobre as novidades de artesanato e quem sabe até firmar parcerias, é muito importante que você exponha seus produtos em feiras de artesanato e outros eventos. Estar presente nesses ambientes também permitirá que você conheça melhor seu cliente, entendendo ainda mais o que ele espera de seus produtos.



Se você tiver seguido os dez últimos passos conforme as recomendações, é provável que já tenha percebido grandes mudanças em seu negócio e que suas vendas estejam cada vez melhores. Agora que você chegou até aqui por conta própria e que está obtendo retorno de suas novas práticas de comunicação, pense em contratar um profissional da área que possa ajudar você com reparos técnicos que aumentem sua visibilidade no mercado e possibilitem resultados ainda melhores.

