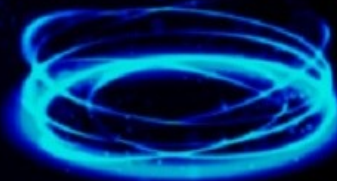


*Posicionamento*



*Integração*



*Avaliação*



*Crescimento*

# Marca & Gestão de Marca

*Powered by Ramg Solutions Group*



# Introdução

Powered by Ramg Solutions Group



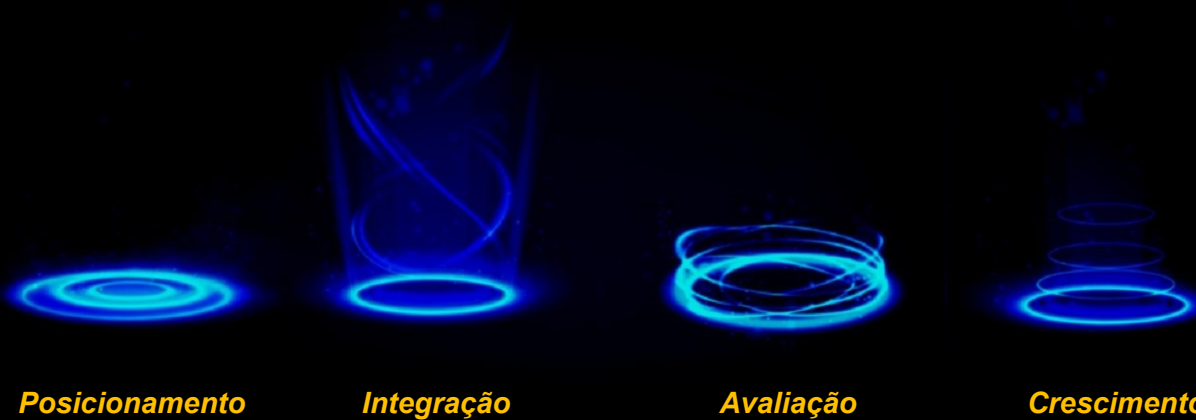
Antes de iniciar esta introdução devemos realmente entender o significado do que representa uma “Marca ou Gestão de Marca” no mercado digital. O conceito prático e fundamental pode ser resumido no fato de que uma “marca” representa um conjunto de elementos que juntos ajudam e convencem os consumidores a identificar e adquirir um produto específico entre tantos concorrentes.

Deste ponto de vista, a nossa plataforma “Ramgy” concentra os seus esforços em fazer com que os seus usuários compreendam a necessidade de aprender esta técnica fundamental chamada “Marca”. A necessidade está na compreensão exata do que o público consumidor realmente deseja; Portanto, qualquer pessoa interessada em criar um ativo digital deve entender essa necessidade e seguir os passos necessários para criar esses ativos digitais. Aquela pessoa que cria ativos digitais deve pensar no que o consumidor realmente deseja adquirir. Assim, levando isso em consideração, o criador produzirá um ativo digital marcante e convincente, capaz de atrair a atenção do consumidor a ponto de mantê-lo focado naquele interesse e, assim, garantir sua aquisição.

Esse criador de ativos digitais deve pensar que está criando uma marca para uma empresa ou corporação toda vez que seu interesse é oferecer um produto ou serviço; uma vez que cada consumidor tem interesses diferentes entre si dependendo do seu contexto social, cultural e económico. Desta forma entendemos hoje que uma “marca” não pode ser apenas um logótipo e uma identidade visual, mas sim todo um conjunto de ferramentas de persuasão destinadas ao consumidor para despertar o seu interesse pelos produtos ou serviços oferecidos.

# Componentes da Técnica “Branding”

Powered by Ramg Solutions Group



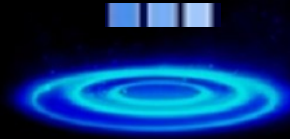
A técnica “Marca ou Gestão de Marca”, que doravante chamaremos de “Branding” é composta por uma série de ações que têm a ver com o posicionamento, integração, avaliação e crescimento de uma marca. Esta técnica, essencialmente, é responsável por criar ligações conscientes e inconscientes com o público, o que resulta em influenciar as suas decisões de compra.

Na criação de qualquer tipo de ativo digital, essas quatro fases devem ser analisadas e desenvolvidas com firmeza para obter resultados positivos no mercado digital para atrair e reter a atenção do consumidor para o produto ou serviço oferecido.

# Componentes da Técnica “Branding”

1

Powered by Ramg Solutions Group



**Posicionamento da Marca**

*Desenvolvendo o Posicionamento da Marca:*

Antes de começar a entender o que significa posicionamento de marca, vamos tentar entender como ele está vinculado à criação de um ativo digital... Por que o “Ramg Solutions Group” considera a técnica de “Marca” como base para a criação de um ativo digital?

Vamos começar analisando que toda marca se refere inicialmente à representação de uma empresa; portanto, vamos pensar que quando criamos um ativo digital estamos considerando que este será destinado a essa empresa ou negócio, neste caso essa empresa ou negócio somos nós mesmos. Desta forma, nosso pensamento criativo se esforçará para usar todos os tipos de ferramentas que possam contribuir para a criação do referido ativo de forma eficaz que possa satisfazer qualquer exigência de um consumidor potencial.

# Componentes da Técnica “Branding”

2

Powered by Ramg Solutions Group



## Posicionamento da Marca

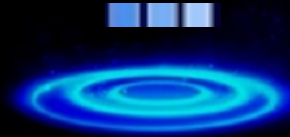
Por exemplo, vamos pensar em criar um ativo digital da classe "IMAGEM". Ao criá-lo, devemos considerar que é para nós que representamos aquela empresa ou negócio. Portanto, vamos criá-lo com o nosso melhor esforço para nos convencer de que é funcional... dessa forma, eu estaria vendendo meu próprio produto para mim mesmo... se eu posso vendê-lo para mim mesmo é porque posso vendê-lo para qualquer um. O importante aqui é acreditar que, como um criador de ativos digitais, eu sou um criador de ativos digitais com múltiplos potenciais que pode satisfazer várias demandas entre um campo tão diverso de consumidores. Isso garantiria que eu pudesse atrair a atenção de vários consumidores com interesses diferentes, concentrando-os em um único produto... meu produto que contém todos os recursos para satisfazer o consumidor interessado. Como estratégia de marketing, ele será totalmente funcional.

Então, sob esse esquema de interpretação, criamos nosso ativo digital, focando primeiro nele como um nome para "X", que seria nossa empresa. Em seguida, criamos uma imagem representativa desse nome que, neste caso, se tornaria seu logotipo oficial (usando qualquer gerador de imagens ou editor de imagens e até mesmo inteligência artificial, podemos criar esse tipo de ativo digital)

# Componentes da Técnica “Branding”

3

*Powered by Ramg Solutions Group*



*Posicionamento da Marca*

Tenha em mente que este é apenas um exemplo sobre a criação de um ativo digital. É apenas um texto de orientação com etapas a serem seguidas ao criar qualquer ativo digital... não apenas logotipos.

Antes de continuar com este conteúdo, precisamos deixar claro o que são ativos tangíveis e intangíveis e as diferenças entre eles; já que ambos constituem globalmente os interesses de uma empresa ou de uma pessoa privada e têm seu próprio valor independentemente de onde estejam (mundo físico ou digital - assista ao vídeo)