

A IMPORTÂNCIA DO
POSICIONAMENTO DA SUA EMPRESA
**APÓS A PANDEMIA DO
CORONAVÍRUS**



A pandemia do novo coronavírus refletiu diretamente no mercado, causando impacto em empresas de todos os portes e segmentos. Para algumas empresas, esse impacto pode ser menor ou maior, mas ele existe e vai além da parte econômica: interfere na imagem da marca.

É por isso que é fundamental que os empreendimentos assumam um posicionamento durante e após a pandemia do coronavírus, para conseguirem se manter no mercado. Saiba mais sobre esse assunto a seguir.



HUMANIZAÇÃO DA EMPRESA

Crises de saúde pública, que provocam o adoecimento e a morte de tantas pessoas, trazem para o centro de tudo a figura do ser humano. Portanto, a importância do posicionamento da empresa diante desse contexto começa justamente nesse ponto: mostrar a face mais humana que existe por trás do empreendimento. E é isso que está sendo valorizado nesse momento, ou sejam, quem tem adotado ações efetivas em prol de outras pessoas.

Sabemos que um dos maiores segredos do posicionamento de mercado é a consistência, o que significa que as novas perspectivas adotadas durante a pandemia não podem ser simplesmente abandonadas depois que isso passar. Ou seja, se a sua empresa tem investido em um discurso mais humano agora, é importante que ele permaneça, porque diante de todo o impacto causado pelo vírus, essa comoção deve ser constante.

A humanização consegue gerar um processo de conexão e identificação entre a empresa e o consumidor, fortalecendo o relacionamento entre eles e criando condições mais propícias para a venda de produtos e serviços no presente e no futuro.





SOLIDEZ

Diante desse cenário volátil, empresas que transmitem segurança e solidez para os seus consumidores saem na frente. E isso acontece por meio de um posicionamento claro e bem definido, com uma comunicação transparente, que esclarece as medidas de segurança que estão sendo adotadas atualmente.

É importante que quando for decretado o fim do estado de calamidade pública, essa abordagem continue. Sabemos que o vírus vai continuar existindo mesmo após a quarentena, então as empresas que continuarem adotando as medidas de higienização e de segurança, mostrando essa preocupação para os seus clientes, tendem a obter mais sucesso.

Mais do que nunca, os clientes estão priorizando a criação de vínculos com empreendedores que transmitem credibilidade e consciência em relação ao momento devido. Isso deve fazer parte da sua estratégia de posicionamento.

Um posicionamento adequado nesse sentido vai mostrar que a sua empresa é feita de gente e é isso que o seu cliente quer ver.

MANUTENÇÃO DA RELEVÂNCIA

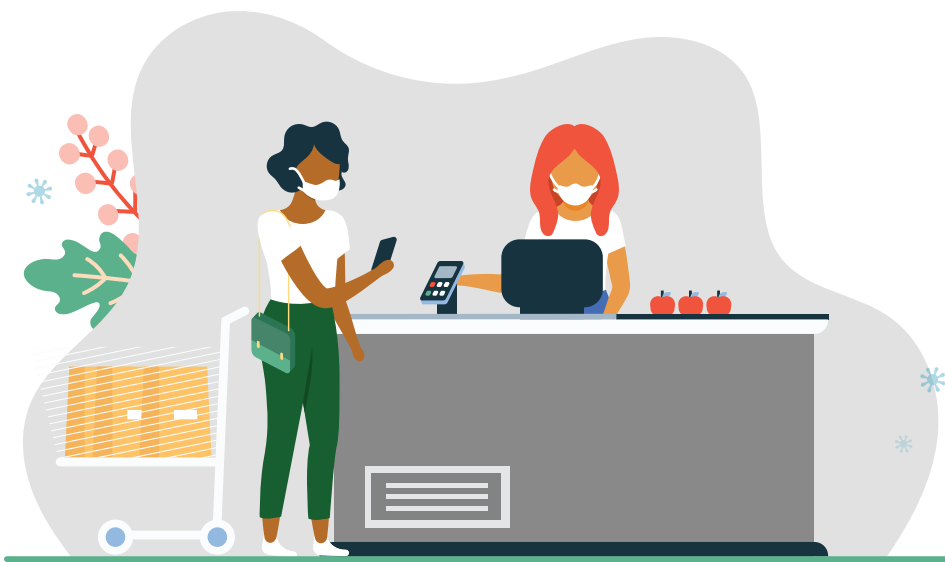
O grande foco da população está no novo coronavírus. A saúde está no centro de tudo, das informações buscadas na internet, dos produtos e serviços consumidos, e da forma de se comportar. Se a sua empresa não faz parte desse segmento, manter-se relevante para não sofrer com uma grande perda de receita é um desafio.

E, indo além disso, sabemos que a pandemia impactou financeiramente muitas pessoas, por isso, mesmo quando as rotinas forem retomadas, o consumo vai continuar marcado por isso.

Um bom posicionamento é essencial para manter a sua empresa relevante e mostrar para os consumidores porque eles devem continuar consumindo o seu produto ou serviço. É o empreendedor que precisa atribuir valor ao seu bem de consumo, de forma condizente com o momento atual.

Para isso, pode ser necessário fazer modificações no preço, distribuição ou até mesmo no produto em si, levando em conta as atuais demandas do mercado. Também é muito importante saber comunicar essa adaptação para que os clientes entendam que houve uma preocupação por parte da empresa em se adequar à nova conjuntura.

Um posicionamento adequado nesse sentido vai mostrar que a sua empresa é feita de gente e é isso que o seu cliente quer ver.



MANUTENÇÃO DA VISIBILIDADE

Empresas que não souberam se posicionar corretamente no contexto do novo coronavírus acabaram perdendo visibilidade. Seja porque deixaram de se comunicar com o cliente ou porque conduziram essa comunicação de forma inadequada, perdendo espaço para os concorrentes mais atentos.

Definir o posicionamento a ser seguido durante e depois da crise é essencial para que os clientes existentes ou em potencial continuem sendo alcançados pela marca, especialmente no ambiente digital. Assim, mesmo que eles não estejam consumindo o seu produto ou serviço nesse momento, a sua empresa está conseguindo manter o espaço na mente desse consumidor.

Nesse sentido, saber se posicionar significa mudar a estratégia de comunicação nesse novo contexto, criando conteúdos mais relevantes e alinhados com o que as pessoas estão buscando, sabendo associar o seu produto às novas necessidades dos clientes.

Suspender as ações de comunicação e tentar retomá-las apenas depois que tudo tiver voltado ao “normal” é um grande erro, porque a empresa vai ter passado muito tempo longe dos olhos dos seus consumidores e não vai ter construído um vínculo com eles durante essa fase difícil que todos atravessam.

Esse tipo de estratégia causa a sensação de abandono, como se o empreendedor quisesse se fazer presente apenas quando o cenário está favorável, o que causa prejuízo em termos de imagem e visibilidade.





VALORIZAÇÃO DA IMAGEM

Faz parte do posicionamento de marca associar-se a causas sociais com as quais a empresa se identifica, para cumprir a sua responsabilidade social e agregar valor à sua imagem. No contexto pós-pandemia, isso será ainda mais importante!

Se a sua empresa adotou alguma ação social durante a crise, provavelmente atraiu a atenção do público de uma forma positiva. Ao dar sequência a essa ação depois da pandemia, fica claro que existe um compromisso real em fazer a diferença. Ou seja, que isso não foi uma questão de oportunismo, de aproveitar o momento delicado para obter publicidade favorável.

ALINHAMENTO COM O CENÁRIO EXTERNO

Um dos segredos dos negócios bem-sucedidos é manter um equilíbrio entre o cenário interno da empresa e o ambiente externo. Assim, é possível potencializar seus pontos fortes e sempre atender às demandas do mercado.

Novamente, o posicionamento de marca durante e após a pandemia da Covid-19 é uma prova de que o empreendedor não está alienado, mas atento ao que acontece em seu entorno. Isso revela que ele está preparado para atender às necessidades dos seus clientes, ciente de que elas podem mudar conforme o cenário se altere.



COMO SE POSICIONAR ADEQUADAMENTE?

Agora que você sabe por que é importante adotar um posicionamento adequado durante e após a pandemia, veja algumas orientações de como se posicionar.

ENTENDA O IMPACTO NO SEU SEGMENTO

O primeiro ponto é buscar informações confiáveis sobre a pandemia, entender de que forma ela tem afetado a economia e a saúde pública e trazer isso para o seu segmento. Ou seja, identificar como ela pode impactar os seus consumidores e interferir na relação deles com o seu produto ou serviço.

A partir desse entendimento, a empresa vai conseguir definir qual é o posicionamento mais adequado, porque ele vai ser autêntico e ter um apelo real sobre os seus clientes.

SEJA RESPONSÁVEL

Se a sua empresa não demonstrar responsabilidade durante a pandemia, dificilmente vai conseguir se posicionar bem depois desse momento. Os consumidores estão atentos aos negócios que fazem a sua parte para evitar a proliferação da doença, seja adotando o sistema home office, disponibilizando o serviço de delivery, controlando o número de pessoas no estabelecimento ou redobrando os cuidados com a higienização.

Nenhum empreendimento pode ignorar as recomendações dos órgãos competentes, porque se fizer isso os consumidores certamente não vão se esquecer.

VENDER A QUALQUER CUSTO?

Posicionamentos muito pautados em vendas não são bem vistos em momentos como esses. Afinal, existem outras prioridades no mundo que vão além do consumo, sem contar com a redução na renda da maior parte das pessoas. Ao invés de tentar “empurrar” o seu produto, facilite o acesso a ele.

Mude o seu discurso, comunique-se com aqueles consumidores que precisam do seu produto ou serviço agora e ofereça promoções, pacotes especiais ou condições de pagamento facilitadas.

Nas suas ações de comunicação, priorize conteúdos de qualidade e publicações que realmente fortaleçam a imagem da sua marca, ao invés de adotar um apelo excessivamente comercial.

Sabemos que é importante continuar a vender, mas se posicionar de forma que pareça que essa é a sua maior prioridade neste momento não é uma boa estratégia.



SEJA UMA SOLUÇÃO

Mostre para as pessoas qual necessidade existente durante a crise a sua empresa consegue solucionar por meio do seu produto ou serviço. Empreendimentos que consigam se posicionar como uma solução alternativa a todo esse caos também têm maiores chances de se destacarem, porque é isso que os clientes estão procurando agora.

Adote uma fala que ajude os seus consumidores a enxergarem o que está além do produto ou serviço que você vende.

MANTENHA A SUA IDENTIDADE

Isso é importantíssimo! Todas as empresas de todos os segmentos estão vivenciando praticamente o mesmo conflito. Por isso, posicionar-se significa encontrar uma saída que seja condizente com a identidade que você já vinha construindo antes da Covid-19 e que pretende manter mesmo depois da pandemia.

Muito cuidado ao embarcar em tendências que todas as empresas já estão realizando ou adotar uma linguagem que os seus consumidores estão vendo em todas as outras marcas. Quando falamos em posicionamento, nos referimos justamente à forma como o seu negócio se coloca no mercado e se sobressai. Essa premissa deve continuar mesmo nesse cenário de incertezas.

Empresas que conseguem se manter fiéis à sua personalidade são as mais respeitadas.

www.sebrae.com.br

0800 570 0800

