

1. O que se entende por Marca(Brand)

O objetivo de uma Marca para uma empresa é conseguir combinar todas as características positivas e atributos dos seus produtos numa única imagem de marca e mensagem, de maneira a dar uma visão única na mente dos consumidores a assim ser um modo de diferenciar os seus produtos dos seus competidores. Isto acontece para se ganhar cota de mercado e atrair novos clientes, pois um negócio nos dias de hoje necessita de se diferenciar dos seus concorrentes para ter sucesso e criar uma imagem forte e positiva para os seus clientes saberem com o que contar, embora a responsabilidade também seja maior e quando um produto tem uma reação ou publicidade negativa isso irá refletir-se em toda a marca.

2. Explicar o que se entende por proposta de venda única(USP)

Como já foi abordado na resposta anterior, no mercado atual como já muito dificilmente se vê produtos novos é necessário que as empresas arranjem maneiras muito particulares de se diferenciarem dos seus opositores no mercado. Uma das maneiras de isso ocorrer é recorrer à estratégia da proposta de venda única que podem ser, por exemplo no caso da Hi-Tec, um conjunto de valores com que a empresa se identifica, orgulho, honestidade, diversão e um desejo de melhorar os seus produtos neste caso, sapatos de alta qualidade a um preço que representa a qualidade que os mesmos possuem. Este é apenas um exemplo de uma empresa que faz por se distinguir num mercado altamente competitivo, e muitos outros podiam ser encontrados por empresas que se encontram no topo dos seus mercados, pois é das maneiras mais importantes e eficazes de se destacarem em relação à competição.

3. De que maneira a promoção above-the-line (acima da linha) é o método mais efetivo para a Hi-Tec?

A Hi-Tec é uma empresa muito diversificada, o que leva a que o seu marketing-mix necessite de chegar a muitas pessoas, com gostos distintos. Na nossa opinião, isto só é possível utilizando um meio que chegue ao maior número de pessoas possível. A técnica “above-the-line” é uma técnica que se foca na promoção de uma marca através dos meios de comunicação social mais utilizados, o que permite assegurar que a marca chega a um vasto número de pessoas.

A Hi-Tec usa esta técnica nos melhores momentos, por exemplo, durante o intervalo de uma partida de algum evento desportivo. Assim conseguirá chegar ao seu público-alvo q são pessoas com gosto pelo desporto.

O sucesso desta estratégia pode ser medido através das vendas após uma campanha comercial, ou através do número de pessoas que acederam ao site da empresa.

4. Avaliar os benefícios que a campanha viral Liquid Mountaineering trouxe para a Hi-Tec. Sugerir uma maneira de que a companhia poderia aproveitar o sucesso da campanha.

O que a empresa queria transmitir através do vídeo era o lado divertido, mostrar o lado divertido da política desta empresa, um vídeo a “gozar”, e ficou conhecido por essas razões, por ser diferente.

Foi ganhando popularidade através duma espécie de “mouth-to-mouth” online, sendo partilhado por várias pessoas e até mesmo em páginas online de jornais conhecidos. Após darem a conhecer ao público que o vídeo era da sua autoria, as suas vendas aumentaram drasticamente retornando o custo da produção em 10 vezes.

Na nossa opinião, a Hi-Tec poderia continuar a usar este tipo de campanhas mas alastrá-lo a outros produtos.