

Marcas



Prof. Adriano
Mastella

O que é uma marca?

- É o nome, termo, símbolo, desenho – ou uma combinação desses elementos – que deve identificar os bens ou serviços de uma empresa ou grupo de empresas e diferenciá-los da concorrência.



Patrimônio da Marca

- As marcas variam quanto ao seu poder e valor no mercado.
- E são consideradas pelo grau de reconhecimento, pela qualidade percebida ou por fortes associações emocionais.
- As empresas buscam a fidelização dos clientes através da identificação deste com a marca.



Atitudes do cliente quanto a marca

- O cliente troca a marca por razões de preço(Sem fidelidade a marca)
- O cliente está satisfeito. Não havendo razão para trocar de marca.
- O cliente está satisfeito e incorrerá em custos se trocar de marca.
- O cliente valoriza a marca e a vê como aliada.
- O cliente é devotado à marca.



Vantagens Competitivas de Marcas famosas

- Custos de Marketing reduzidos devido a conscientização e fidelidade do consumidor a marca.
- Poder de negociação com distribuidores e varejistas, pois os clientes esperam que eles tenham a marca.
- Pode cobrar um maior preço, pela qualidade que é atribuída a marca
- A marca oferece a empresa certa defesa contra a concorrência por preço.
- Pode lançar linhas mais facilmente pela credibilidade da marca.



Nomes de Marca

- Nomes Individuais: não associa a reputação da empresa diretamente ao produto.
- Nome de Famílias abrangentes: custo de desenvolvimento e propaganda menores.
- Nomes de família separados: quando a empresa fabrica produtos bem diferentes e não deseja associá-los.
- Nome comercial da empresa combinando com diferentes nomes de produtos: para legitimar o novo produto.



Qualidades de nomes de marca

- Deve sugerir benefícios do produto ou serviços;
- Deve sugerir qualidades do produto como uma ação ou cor;
- Deve ser fácil de pronunciar, reconhecer e lembrar, nomes curtos ajudam;
- Deve ser inconfundível;
- Não deve apresentar significados negativos em outros países.



Estratégia de Marca

- Extensões de Linha
- Extensões de Marca
- Multimarcas
- Novas marcas
- Marcas Combinadas



Extensões de Linha

- Consiste em lançar itens adicionais na mesma categoria de produtos sob o mesmo nome de marca, com novos sabores, formas, cores, ingredientes e tamanhos.



Extensões de Marca

- A empresa utiliza seu nome de marca para lançar outros produtos em outras categorias.



Multimarcas

- A empresa lança marcas adicionais na mesma categoria de produto, tentando estabelecer características diferentes para apelar diferentes motivos de compra



Novas Marcas

- Quando a empresa lança produtos em uma nova categoria, pode não achar que seu nome seja adequado, lançando assim uma nova marca



Marcas Combinadas

- São quando duas ou mais marcas conhecidas são combinadas em uma oferta.

