

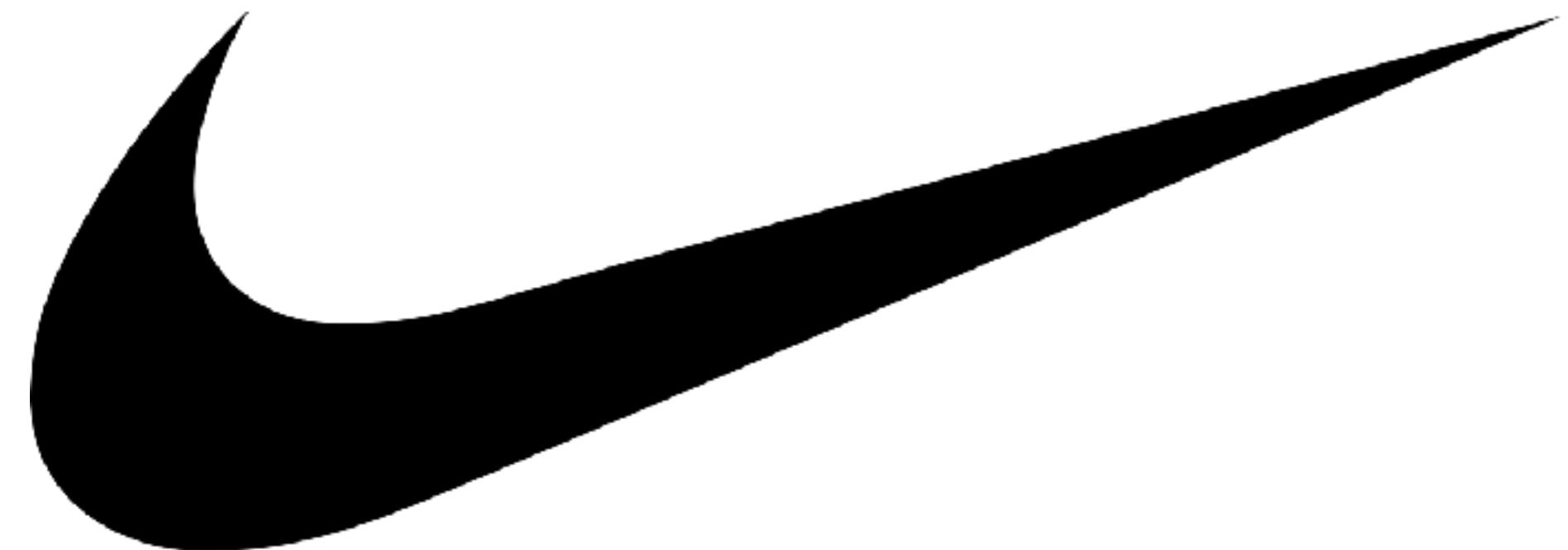
**Como as empresas comunicam**

O que é branding

Eu acho que vocês já sabem o que é uma logo né. Acho que só de bater o olho Nessa imagem você sabe de que marca eu estou falando







As vezes as cores bastam para você saber  
de que empresa estou falando....







O fato de vc saber quem são essas marcas, a área que atuam, o produto que elas vendem , saber um pouco do posicionamento de mercado delas e algumas outras coisas sem eu precisar te explicar quais são essas marcas é a porta de entrada pra gente começar a entender um conceito muito importante

# **BRANDING**

**Branding é o conjunto de ações alinhadas ao posicionamento, propósito e valores da marca. O objetivo do branding é despertar sensações e criar conexões conscientes e inconscientes, que serão cruciais para que o cliente escolha a marca no momento de decisão de compra do produto ou serviço.**

Pense durante 1 minuto em uma marca. Além de pensar no **nome**, nas **cores, letras, formas, sons** você também pensou em **sensações e lembranças?**

**Uma marca é um conjunto de expectativas,  
memórias, histórias e relacionamentos que,  
juntos, são responsáveis por fazer o  
consumidor escolher um produto ou serviço  
em vez de outro.**

Seth Godin.

É exatamente essa a função do branding:  
**despertar sensações e criar conexões conscientes e inconscientes**, que serão cruciais para que o cliente escolha essa marca no momento de decisão de compra do produto ou serviço.

Todos os movimentos que uma marca faz, desde a criação de um logo, escolha da fonte, o design dos seus espaços, discurso, tom de voz, valores da empresa, sons, pessoas que a irão representar, tudo isso ajuda a construir a **personalidade de uma marca** na mente do consumidor através de percepções e sensações.

Essas práticas auxiliam na criação de valor além do produto. É mais que o produto, é quem a marca é. É a criação de significado por meio de **símbolos**. E quer coisa mais simbólica que o espaço construído?

Segundo pesquisa realizada pela Ana Couto Branding, quando uma marca consegue se conectar verdadeiramente com seu consumidor, a percepção de preço pode mudar.

**67% dos entrevistados se dispõem a pagar mais por marcas que eles se conectam, já que enxergam valor real na aquisição do produto.**

A excelência do branding, não está apenas em uma boa marca, mas também em construir um diferencial competitivo através das **experiências de consumo do cliente**

**O design de Interiores é responsável por tangibilizar o propósito e os conceitos da marca em seus pontos de contato físico, de forma a receber e acolher o consumidor em um universo pensado especificamente para transmitir uma mensagem e entregar o valor proposto pela marca de forma direta.**

Então se a gente já entendeu como o branding funciona e como o design de interiores está intimamente ligado a essa questão podemos **ENTENDER A COMUNICAÇÃO DAS EMPRESAS ATRAVÉS DOS AMBIENTES**