

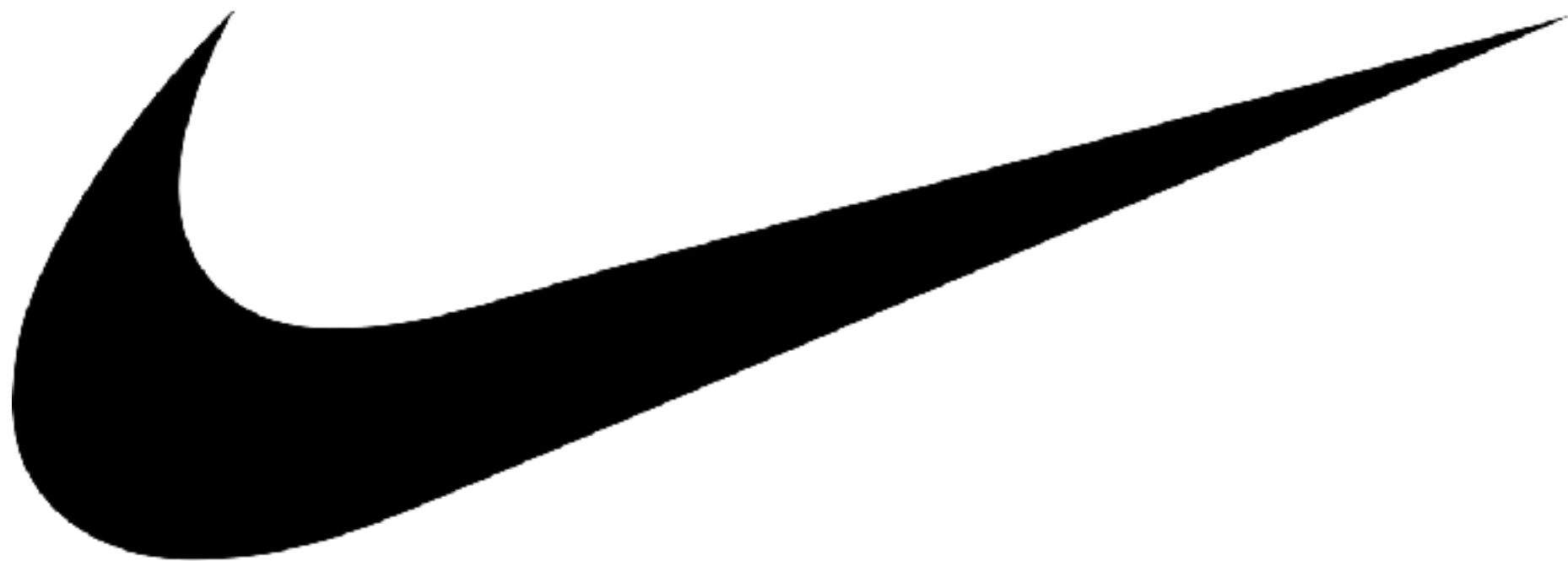
Como as empresas comunicam

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**