

Elaborando a entrevista 2

Transcrição

Continuaremos pensando nas nossas perguntas. Paramos na questão sobre as dificuldades identificadas pelos sócios para o futuro e queremos continuar nesta linha. O próximo passo será identificar como esperam superar os desafios e como querem estar em alguns anos. Seguem mais algumas perguntas:

- Como a marca pretende estar em 5 anos?
- Quem é o público-alvo da marca?
- Quem são os parceiros da marca?
- Vocês pretendem conseguir outros parceiros no futuro?
- Qual a marca que para você é parâmetro no segmento?
- Quem é a concorrência hoje?
- Como a concorrência chega a seu público?
- Quais serão os pontos de contato no Bytebank com esse público?
- Quais os diferenciais do Bytebank em relação a sua concorrência?
- Como Bytebank se define perante seu público?

- Como o Bytebank pretende comunicar isso e passar seus valores?

É importante que a marca pense onde quer estar no futuro, porque se pensarmos nela apenas como ela se encontra atualmente, representaremos apenas um momento. Temos que pensar na marca perdurando pelo tempo e, por isso, devemos entender como ela pretende ser - ou como gostaria que fosse. Desta forma temos informações para fazer um trabalho duradouro.

Continuando com as perguntas, investigaremos quem é o público-alvo da marca, quem eles pretendem atingir. Pode ser uma decorrência de onde a marca pretende estar em cinco anos. Podemos colocar tudo isso em uma conversa bem coerente, sem parecer que estamos seguindo um questionário. Descobrir quem são os parceiros do Bytebank, com quem eles podem contar, quais as marcas com que a empresa tem sinergia. Isto nos ajudará a posicionar nossa marca. Será uma questão de analisarmos o mercado...

Agora sairemos da essência do Bytebank para tentar enxergá-lo inserido no mercado. Quando perguntamos se a empresa pretende fazer novas parcerias, tentamos identificar essa evolução. A questão seguinte irá nos dar dados sobre as referências da marca. Tentaremos identificar quais são as empresas concorrentes, considerando que a marca precisa se destacar entre elas. Se pensamos no caso de um país em que só existe uma marca de creme dental, ela não precisará ter logo, porque não precisa se destacar ou mesmo ser vendida. No entanto, estamos em uma realidade completamente diferente, muito mais plural. Neste contexto, a marca precisa lutar para aparecer.

Também queremos saber como a concorrência chega ao público, e isto nos dará uma ideia do que este público consome, pensa e é atingido, e é importante identificarmos o ponto de contato da marca com o público. É interessante, por exemplo, tentar descobrir em qual mídia a empresa irá atuar e anunciar, quais produtos serão fornecidos, se o site de um parceiro será utilizado para divulgação.

São formas da marca entrar em contato com o público, relevante pois precisamos analisar quais aplicações ela terá. Depois questionaremos seus diferenciais em relação à concorrência, seguindo uma linha de pensamento sempre, e tornando mais fácil inclui-la em uma conversa informal.

Podemos perguntar também como o Bytebank se define diante do público. Isto é um pouco mais amplo, significa tentar identificar o que vai chamar a atenção do público. Isto se definirá pelo tom utilizado, se seremos chamativos gritando "Ricardo Electro!!!" ou se ofereceremos nosso produto de forma mais didática e "tranquila".

Finalmente, podemos perguntar como o Bytebank pretende comunicar seus valores e expressar sua identidade, por meio dos produtos e materiais. Se vamos fazer um aplicativo, é importante que ele reflita os valores da marca, ou seja, se ela preza pela simplicidade, o aplicativo não terá inúmeras janelas e abas.

Iremos esclarecer também os tipos de produtos e serviços, pedindo para que ele os enumere. Observe como está pergunta está completamente conectada com o que falamos sobre o aplicativo.

Temos uma lista de perguntas com um bom fio condutor, com questionamentos que provavelmente não vão incomodar o cliente - ele dificilmente se sentirá em um interrogatório, ou algo do gênero. A entrevista deve fluir muito bem.

Agora temos que começar nos preparar para essa entrevista. Estou começando a ficar nervoso. Vamos lá!

