

 05

Estudando a voz da marca.

Uma mecânica de carros está perdendo clientes por falta de modernização: a marca não tem um tom de voz definido e nenhuma das etapas anteriores do processo de rebranding. Seus concorrentes estão nas redes sociais com promoções, fotos, entre outros conteúdos legais, apesar de desconexos. As lojas dos concorrentes têm arquitetura moderna e com muito estilo, além de muitos seguidores nas mídias sociais que gostam tanto do que é postado, quanto do jeito como essas marcas conversam com os consumidores.

Para se destacar, ou mesmo se equiparar aos seus concorrentes, essa mecânica deve:

Seleciona uma alternativa

A Deve estudar uma personalidade de marca e criar um tom de voz.

B Deve postar mais conteúdos nas redes, assim será mais notada.

C Deve começar a imitar o jeito que os concorrentes se comunicam para pegar o mesmo público.