

Receitas para o sucesso na Marca



Joaquim Rocha da Cunha, presidente da Associação das PME-Portugal.

Hoje, mais do que nunca, as marcas estão em toda a parte da realidade empresarial. E gerilas não é tarefa fá-

cil! A abrangência, o posicionamento estratégico, a relação emocional de uma marca são alguns dos factores a ter em conta pelas empresas que, com a sua criação de valor, contribuem para a riqueza do país. Não é uma marca país que vende um produto, é um produto e a sua empresa que vende e valoriza o país, coisa que o ICEP Portugal nunca percebeu...

Uma marca faz-se, fazendo. Cada vez mais com recurso à diferença dentro das tendências mundiais. Cada vez com mais boca-à-boca ou a sua versão “webizada”, cada vez menos com publicidade genérica.

A receita do sucesso passa por cinco passos: pensar, inovar, planear, agir e vender, e depois continuar a vender, a inovar, a vender, a surpreender os concorrentes.

Surpreender o mercado com a diferença. Criar com a marca conceitos de vida ou técnicas novas. Foi o que um austríaco fez com o RedBull, pegando no subliminar da energia e do sexo, para vender um chá tailandês, com uma imagem latina... Ou o que, em menor medida, faz por cá a Renova ao

vender papel higiénico inovador e ao lançar lenços de papel pretos... Para quem, como eu, detesta os brancos, o preto é um toque de bom gosto e requinte internacional.

Ah! Ambas eram pequenas empresas e guerreiam as suas inovações e marcas com multinacionais... Ainda é difícil escrever em português “small is beautiful”!