RUFANDO BOMB NEWS Notícias sem rodeios

Sábado, 14 de Novembro de 2026

Como construir uma marca forte

DAYANE NASCIMENTO

Dayane Nascimento

Uma marca forte não é apenas sobre ter um logo bonito ou um slogan chamativo. No mercado competitivo de hoje, também não basta oferecer bons produtos ou serviços. As pessoas buscam marcas que inspiram confiança, entregam valor e criam conexões reais, que é algo que se constrói com atitudes, estratégias e, principalmente, com conexão verdadeira com o público.

O primeiro passo para atingir essa meta é ser coerente, o que significa ser verdadeiro sobre quem você é, o que sua empresa oferece e o que promete ao público. A verdade é uma aliada para construir relacionamentos duradouros e autênticos. Para conseguir transmitir essa confiança, é fundamental definir missão, visão e valores e alinhar todas as suas ações a eles.

Além disso, precisa manter uma comunicação clara e honesta, sem exagerar nas promessas. Outro ponto relevante é se certificar que sua identidade visual, tom de voz e mensagem sejam fiéis à essência da marca. Portanto, se sua marca preza pela sustentabilidade, ela deve refletir isso em ações concretas, desde a produção até a comunicação para não perder a confiança das pessoas.

Quando uma marca é coerente, ela se torna confiável e previsível para seus clientes. Isso cria uma base sólida para o crescimento, pois consumidores que confiam em uma marca tendem a ser mais fiéis e a recomendá-la a outras pessoas. Além disso, a coerência facilita a criação de campanhas de marketing que realmente conectam com o público-alvo.

Outro ponto importante para construir uma marca forte é a consistência, que reforça a identidade da marca, ou seja, mantém a sua verdade ao longo do tempo, nos diferentes canais e mensagens. Mas para isso, precisa desenvolver uma comunicação alinhada e com um tom de voz constante.

Então, se sua marca é descontraída, mantenha essa abordagem em todas as suas comunicações. Clientes esperam encontrar a mesma qualidade e mensagem independentemente de onde interagem com sua marca. Seja no Instagram, em um e-mail marketing ou no atendimento presencial, a consistência cria uma experiência unificada, aumentando a satisfação e a fidelidade.

Precisamos tentar ao máximo evitar contradições, portanto, certifique-se de que sua marca não envia mensagens conflitantes ou se posiciona de formas diferentes dependendo do canal. Dica extra: ser coerente torna a consistência mais fácil e leve, pois você não precisa "forçar" nada – tudo flui naturalmente.

Por fim, precisamos ser relevantes, o que consiste em entender o que é valioso para as pessoas e se posicionar de forma significativa em suas vidas. Marcas relevantes não apenas vendem produtos ou serviços; elas resolvem problemas, entregam experiências e criam conexões emocionais.

As pessoas se conectam com marcas que realmente importam em suas vidas. Relevância não é apenas sobre vender; é sobre resolver problemas, entregar experiências únicas e criar um impacto positivo. Como ser relevante? Escute seu público a partir de pesquisas, feedbacks e interações para entender o que eles valorizam.

Fique atualizado, acompanhe tendências e ajuste sua comunicação para atender às novas demandas do mercado. Ofereça um propósito, seja mais do que um produto ou serviço. Mostre como você contribui para algo maior, como sustentabilidade, inclusão ou inovação. Exemplo: uma marca de moda que cria coleções inclusivas para atender necessidades reais e criar um vínculo com seu público.

No ambiente digital, a relevância ganha ainda mais destaque. Com tantas marcas disputando a atenção dos consumidores, é essencial que sua marca se destaque entregando conteúdo que realmente agregue valor – seja por meio de informações úteis, entretenimento ou iniciativas que fazem diferença na sociedade.

Para garantir que sua marca alcance seu potencial máximo, revise regularmente suas ações para garantir que estão alinhadas aos seus valores. Invista em pesquisa para entender as mudanças no comportamento do consumidor. Aposte em estratégias de comunicação que conectam emocionalmente com seu público. Agora é a hora de colocar essas dicas em prática e levar sua marca para o próximo nível!

Dayane Nascimento é *consultora marketing com formação na UFMT, especialista em planejamento estratégico e economia comportamento pela ESPM/SP e empresária*