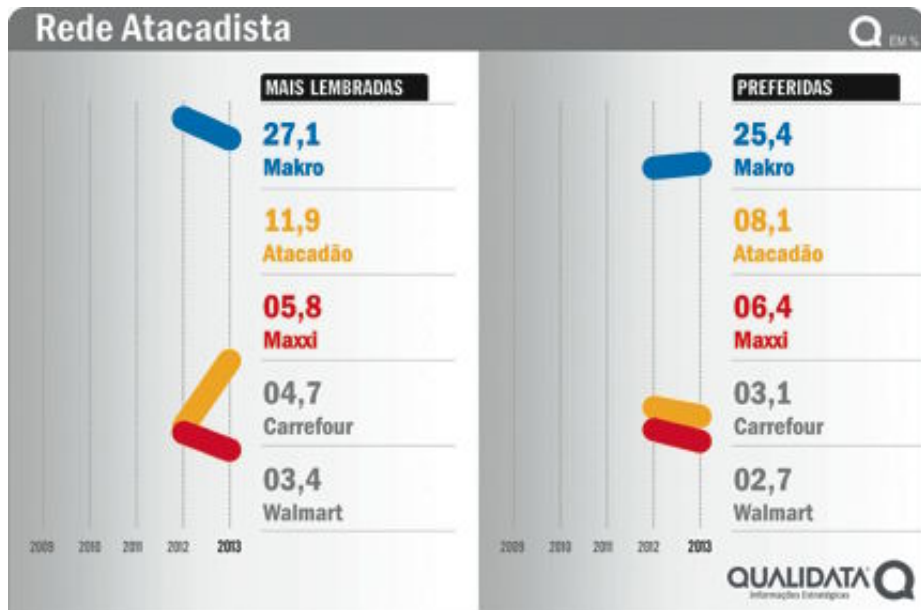




Rede Atacadista tem o Makro como marca líder

Mais uma das novidades da edição de 2012 do projeto Marcas de Quem Decide foi a inclusão de Rede Atacadista entre os setores pesquisados. Os números desta segunda aferição comprovam que a liderança é do Makro nos dois quesitos. Para 27,1% dos entrevistados, essa foi a marca que surgiu primeiro na lembrança. E 25,4% disseram que essa é a opção preferida na hora de procurar uma Rede Atacadista.

Em segundo lugar está o Atacadão, que cresceu como marca mais lembrada, passando de 7,4% para 11,9%. Porém não conseguiu repetir a mesma performance na preferência, onde manteve-se no mesmo patamar, oscilando de 8,7% para 8,1%.

30,8% dos entrevistados não conseguiram lembrar de nenhum nome de Rede Atacadista. Ao todo, 37 diferentes nomes foram recordados nesse setor.

**A Com Efeito
ajuda a construir
a sua marca**

com
Efeito
Comunicação Estratégica
www.comefeito.com.br

Somos uma assessoria de imprensa especializada e produzimos conteúdo para o bem-sucedido Marcas de Quem Decide. Use nossos serviços para construir a imagem da sua empresa e do seu produto. Fazemos assessoria operacional e estratégica, com produção de conteúdo para livros empresariais comemorativos, revistas especializadas, jornais, newsletters e plataformas digitais.

Ligue 51-3228-8388 ou fale direto com quem faz:

Carlos Souza (51-9892-6566) / Nikão Duarte (51-8413-8028) / Sérgio Lagranha (51-9955-7020).



ROSANA SACCHET
rs@sunnycoach.com.br

Doutora em comunicação e *marketing*. Professora da Estácio/Fargs e LaSalle Business School e Diretora da Bliss Marketing

Branding pessoal: Como gerenciar nossa própria imagem?

S seja representando uma empresa, ou simplesmente nosso próprio nome, aos olhos do mercado somos uma marca. Clientes, fornecedores, parceiros de negócio e demais públicos vão construindo sua opinião a nosso respeito. As experiências e os resultados desses contatos fazem parte do processo. A partir daí, nossa imagem e reputação começam a ser estabelecidas.

Ao ir em busca de autores que compartilham de meu ponto de vista, encontrei apoio no artigo de Bernt Entschew, Pratique Branding Pessoal, publicado pela Revista Amanhã em 2012: "... branding funciona muito bem para se trabalhar a ima-

gem e a reputação de uma empresa. Mas o que pouca gente percebe é que seus princípios também se aplicam à imagem de um profissional." Além disso, observo que um número ainda menor gerencia sua imagem, e este é um fator determinante para os diferentes estágios de sucesso.

A questão é: Como gerenciar nossa própria imagem? O objetivo, nesse caso, é influenciar favoravelmente as percepções a nosso respeito. Então, elaboramos estratégias adequadas para isso. Como profissionais, também temos de investir em nossa identidade visual, evidenciar nossos pontos fortes, observar o que o mercado está valorizando e divulgar a ima-

gem desejada. Enfim, tudo que pode ser utilizado para a gestão de marcas, por analogia, é aplicável à gestão da imagem pessoal.

Para facilitar o entendimento, vamos usar um exemplo hipotético: você é um médico e deseja ser lembrado como o melhor em determinada especialidade. Nesse caso, é preciso identificar seu maior ponto forte e criar oportunidades para que as pessoas percebam tal qualidade. As informações diretas e indiretas devem estimular clientes potenciais e formadores de opinião a concluir que "você é o cara". Para tanto, o planejamento parte das seguintes questões: Qual é meu principal diferencial? Qual

fator determinante motiva minha contratação? Como quero ser reconhecido e lembrado?

Essas respostas são complexas, porém fundamentais, pois nos conduzem a uma profunda reflexão sobre nosso passado, presente e futuro. É, partir dessa análise, que promovemos o reconhecimento dos verdadeiros desejos de realização: o que nos move com a devida determinação para o sucesso.

Então, começamos a observar e planejar nossa vida de forma coerente à imagem desejada, ou seja, focada em nosso próprio conceito particular de sucesso. Passamos a desvendar quem de fato somos, quem realmente queremos ser, como está

nossa imagem no mercado e o que podemos fazer hoje para contribuir favoravelmente para a nossa reputação e sucesso no curto, médio e longo prazo.

Não raro nos damos conta de quão negligentes somos, deixando a cargo do acaso ou da sorte nossa autorrealização. Aproveitando o ensejo, responda: Será que você está usufruindo de todo o reconhecimento pessoal, profissional e financeiro merecido? Esta, entre outras questões, deve fazer parte de seu planejamento pessoal. Fique atento e lembre-se, um bom coach, com formação e experiência na área de branding, pode colaborar de forma consistente com você nesse processo.