

Sua logomarca faz você se diferenciar da concorrência

Uma logomarca é mais do que a identidade visual do seu negócio. Pense que ela refletirá todo sucesso deste, desde a produção até o ponto de venda, a qualidade do produto que automaticamente ativará o “lead pelo produto”, ou seja, a propaganda de boca em boca, por aqueles que vão recomendar a outros.

19/10/2016 16:17:07

O Logotipo faz o nome de sua empresa.

Dúvida? Então faça o seguinte: feche os olhos e pense em um refrigerante. Em seguida, pense em um serviço de comida delivery. Pense também em um posto de gasolina e um Banco. Qual foi a primeira coisa que lhe veio à cabeça, se não a logomarca destes produtos? Sabe porque isso ocorre? Porque seus logos estão associados à história da empresa, trajetória da marca e o sucesso entre o público.

Se você pensou, por exemplo, na Coca-Cola ou no Guaraná Antártica, em algum momento a marca lhe vem à mente por ser a primeira referência do produto que você gosta e deseja em função da qualidade.

E uma referência muito importante, que não pode ser tratada como um simples detalhe. Se você é daqueles empreendedores que pensam que dá pra “bolar” uma logomarca em guardanapo de lanchonete a qualquer hora e a mesma vai ficar “muito boa”, sem gastar muito com um trabalho mais profissional, boa sorte. Mas o caminho não é este e está longe de ser.

Muitos empreendedores quando iniciam seus negócios, sentem dificuldades para investir nesse setor, em virtude da pouca verba disponível para investimento. E acabam delegando isso a qualquer “pseudo” profissional de arte, quando não deixam de lado, acreditando que o logo é o menos importante no negócio. Ledo engano.

Uma logomarca é mais do que a identidade visual do seu negócio. Pense que ela refletirá todo sucesso deste, desde a produção até o ponto de venda, a qualidade do produto que automaticamente ativará o “lead pelo produto”, ou seja, a propaganda de boca em boca, por aqueles que vão recomendar a outros.

E a logomarca, se for fácil de lembrar, entender e criativa, ajudará e muito nesse processo.

Mas, para que serve uma logomarca?

Ela identifica o seu negócio em materiais de divulgação indispensáveis como cartões de visita, panfletos, sites, mídias, redes sociais e até brindes e outros recursos que sirvam para fazer o marketing de qualquer trabalho.

Ela serve para DESTACAR o seu trabalho entre os concorrentes. Se você for um empresário cujo segmento em uma cidade não possui concorrência, ótimo. Mas não é a realidade de muitos. Quanto mais bonita, objetiva e diferente ela for, mais fácil será gravar o seu negócio na cabeça dos consumidores e até mesmo se impor diante dos concorrentes que já existem e os que surgirão depois.

Você consumiria algum produto ou serviço de uma empresa que não lhe transmitisse qualquer confiança? Então, se um empreendimento não possui qualquer referência, tal qual uma arte bem criada, como conquistar um público com a primeira impressão? Um logotipo que destaque a empresa, de forma profissional e bem criativa, causa uma boa impressão no primeiro contato visual. É praticamente 50% do negócio garantido. Desperta interesse, deixando o consumidor confortável com a decisão que tomar, porque transmite CREDIBILIDADE.

Esta credibilidade passa também ao cliente a sensação de que todos nesta empresa, realmente sabem o que fazem. Não foi uma ideia de “fundo de quintal”, feita por amigos que queriam “curtir o momento”. Não. Envolve estudos, competência, treinamento, custos de investimento, despesas, formação acadêmica e diferenciada, elementos que podem garantir maior sucesso a quem necessitar de qualquer um dos serviços. Reflete PROFISSIONALISMO e portanto, uma preocupação com o trabalho e os clientes que farão uso dele.

Imagine além disso tudo, poder despertar também o desejo nos clientes, de conhecer o seu negócio, usufruir de seus produtos e serviços? Vamos pensar na Apple com a logo da maçã. O que transmite essa marca tão poderosa? Exclusividade, tecnologia de ponta, reflete o que é novo, o início de tudo, a criação de algo que no mercado quase ninguém possui e sequer imaginou existir. Quando se vê uma maçã mordida em qualquer peça publicitária, lê-se a criação de algo extremamente importante e que, inconscientemente, também nos provoca o desejo de experimentar. Essa COMUNICAÇÃO fácil que nos leva a procurar saber mais daquela marca, daquele produto, é uma função do logo. Afinal, sem a “maçanzinha mordida”, a Apple correria o risco de ser apenas “mais um computador ou equipamento” no mercado.

Tudo isso leva a mais um fator de grande importância. A identidade do trabalho. Como as pessoas o enxergarão através do que é oferecido no mercado, antes, durante e depois das vendas. A qualidade

deste aliada à imagem visual atrairá mais clientes.

Não é tão simples, mas é algo que a Sollide Logo entende melhor do que qualquer outro. E faz tão bem e somente por você.

Confira em <https://www.sollidelogo.com.br>