

Brand-Wagon chega ao mercado para cuidar da marca e imagem de empresas

Marcos Bedendo e Cristiano Amaral.

“Muitas vezes as consultorias de branding do mercado acabam trazendo ferramentas que impactam apenas a área de comunicação externa das empresas, com um foco excessivo no design e um baixo impacto estratégico nas organizações,” comenta Cristiano Amaral.

Branding, posicionamento, arquitetura de marcas, marketing estratégico, crise de imagem. Essas são expressões que algumas décadas atrás talvez não tivessem tanta atenção das empresas como na atualidade. Ainda mais quando passamos a viver em um contexto no qual os consumidores possuem cada vez mais poder e os impactos de uma gestão incorreta da imagem da marca pode trazer problemas irreparáveis para os negócios.

Basta imaginar o impacto, seja positivo ou negativo, da repercussão de uma marca no meio digital. Só no Brasil (segundo dados do Ibope/media) são mais de 94 milhões de indivíduos navegando pela web (no mundo são 2,2 bilhões), o que nos coloca em terceiro lugar no ranking de internautas e em segundo no número de acessos ao YouTube. São dígitos que refletem um contexto que não pode ser ignorado e que requer a boa gestão da marca e o uso do marketing estratégico.

E para atender justamente a essa demanda crescente, os profissionais Marcos Bedendo e Cristiano Amaral comunicam ao mercado o lançamento da Brand-Wagon Consultoria de Marcas, idealizada para contribuir significativamente para que marcas ocupem um papel central na estratégia das empresas e se tornem uma vantagem competitiva real e sustentável.

Trazendo a experiência de terem conduzido processos de branding e marketing globais, regionais e nacionais em empresas como Whirlpool, Unilever, Bauducco e Sony, e um profundo conhecimento acadêmico das técnicas mais avançadas da gestão de marcas, matérias que lecionam nos cursos de graduação e pós-graduação da ESPM-SP, a consultoria, que funciona no formato de boutique, possui participação ativa dos sócios em todas as etapas do processo de branding de seus clientes.

A formalização do trabalho dos dois consultores em uma marca única vem para consolidar um pensamento de estratégia de marca que ainda não é comum no mercado: a marca como o ponto central das estratégias de inovação, comunicação e marketing de produtos e serviços. “Percebemos que muitas vezes as consultorias de branding do mercado acabam trazendo ferramentas que impactam apenas a área de comunicação externa das empresas, com um foco excessivo no design e um baixo impacto estratégico nas organizações”, comenta Cristiano Amaral. “O branding contemporâneo é muito mais do que isso – é uma maneira de disseminar cultura, de estimular valores e de conduzir processos que passam pela área de comunicação, mas impactam toda a empresa”, complementa Marcos Bedendo.

A consultoria comemora a chegada de novos clientes para o seu portfólio, que ainda não podem ser divulgados por questões de confidencialidade, mas que marcam o sucesso das técnicas desenvolvidas pelos consultores e do papel cada vez mais estratégico que o branding ganha nas organizações.

Sobre os consultores:

Marcos Bedendo tem de mais de dez anos trabalhando com produtos e marcas em diversas empresas nacionais e multinacionais, algumas delas: Bauducco, Unilever, Whirlpool, Parmalat. Possui mestrado pela EAESP-FGV e leciona nas disciplinas de gestão de marcas, branding e marketing nos cursos de Graduação e MBA da ESPM-SP, e em cursos de educação corporativa do Insper e da Escola São Paulo. Além de consultor da Brandwagon, também escreve e dá opiniões para veículos da grande imprensa e especializados, como O Estado de S. Paulo, Revista Exame, Brasil Econômico, Meio&Mensagem, Propmark, portal HSM, entre outros.

Cristiano Amaral está envolvido com marketing desde 1995, tendo atuado como gerente de produto e de marketing em diversas empresas de grande e médio porte, como: Sharp, Sony, Epson, Whirlpool e Nazca Cosméticos. Cursou mestrado na FGV-SP na linha de pesquisa de

Estratégias de Marketing e atualmente, além de consultor na Brandwagon, é professor na ESPM-SP, Business School São Paulo, Trevisan Escola de Negócios e FUNDACE (FEA – Ribeirão Preto).

Fonte: Dino [Portal]. Disponível em:

<<http://www.dino.com.br/releases/brand-wagon-chega-ao-mercado-para-cuidar-da-marca-e-imagem-de-empresas-dino8904727131>>. Acesso em: 21 maio 2013.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais.