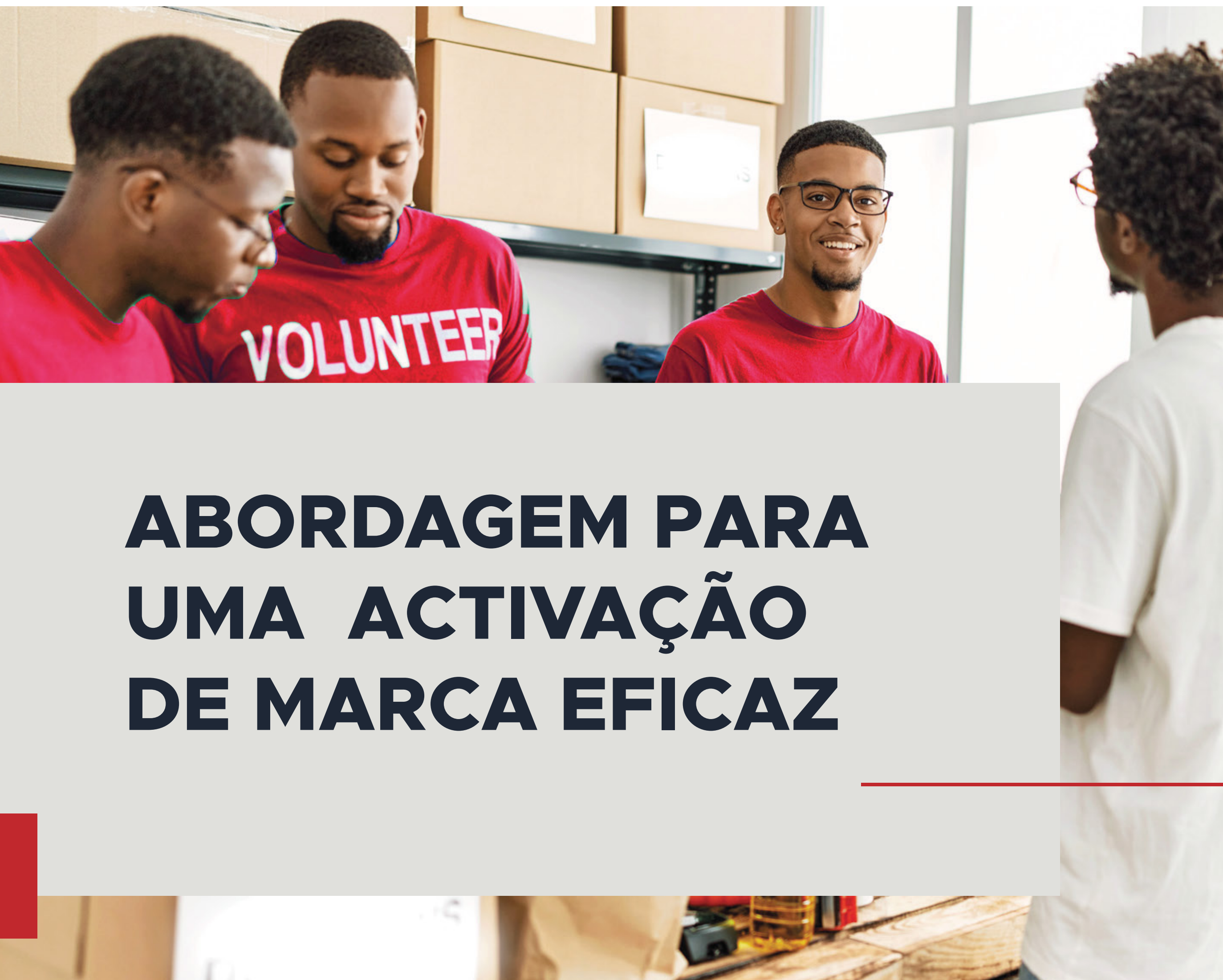


Karingana



ABORDAGEM PARA UMA ACTIVAÇÃO DE MARCA EFICAZ

2023



A **Activação de marca** é uma ferramenta do marketing que tem como objectivo, **aproximar a marca ao potencial cliente de forma localizada e personalizada.**

Assim, é necessário **desenvolver uma acção** que mobiliza o potencial cliente a aderir à marca, campanha, ideia, iniciativa, pelo que **a componente estatística é relevante para mensuração do seu impacto** e análise do desempenho pré e pós campanha de activação.





Na nossa agência, para activar marcas, adoptamos as seguinte etapas:

Objetivo

Tendo em conta o factor que justifique a activação(ex: divulgação de novo produto, inovações, pontos de vendas, promoções de venda, incremento de vendas, etc), torna-se necessária a definição de objectivos SMART, que irão nortear a avaliação de desempenho da campanha.

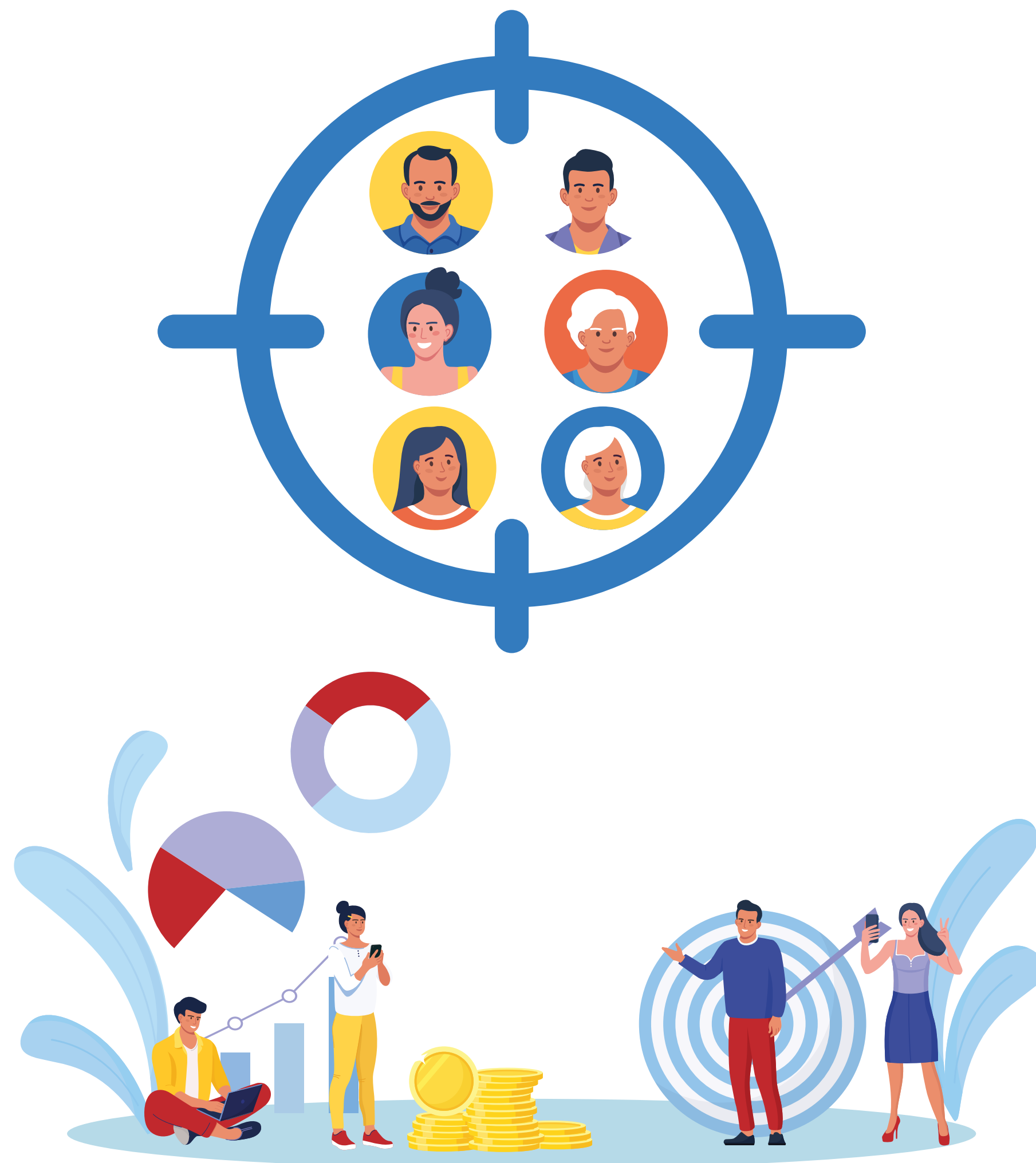




O Público alvo da Campanha

Após a identificação dos objectivos e baseando-se nos relatórios de gestão da marca e de vendas, pode-se facilmente segmentar o publico e as acções da campanha de activação de marca. O CRM, é uma ferramenta que também deve ser explorada para campanhas de fidelização, reactivação de clientes, incentivo a upgrades, apresentação de novas versões, entre outras mecânicas.

É importante classificar, quantificar e geo-localizar o público, para que se atinja o resultado expectável pela campanha.





Definição dos elementos da campanha

Conhecido o público alvo, as suas características devem ser exploradas para definir os elementos da campanha e como impactá-los em benefício dos objectivos definidos.

Ao estabelecer os elementos da campanha, é necessário ter em conta a legislação, a cultura, os hábitos e costumes, regras do local ou locais onde a campanha irá decorrer.





Definição do orçamento

Com base na mecânica aprovada, faz-se o **levantamento de custos** do projecto que incluirá: **direitos de imagem de promotores, logística que incluirá a formação, indumentária, alimentação, transporte, comunicações, licenças, serviços gráficos, sonorização, seguros, entre outros**. A nossa agência assegura a entrega de todos os elementos da campanha com o conceito “chave na mão”.

Ao estabelecer o orçamento, é necessário ter em conta que o **objectivo da campanha, o objectivo a longo prazo e a exposição gerada pela marca** no contexto de contacto que posteriormente irá gerar ganhos para marca.

NB: para cada orçamento, há uma solução. No entanto, o baixo custo gera stress, dada limitação de recursos a aplicar, sejam eles, humanos, tecnológicos, entre outros.



Promoção de activação

Para atingir o sucesso da campanha de ativação da marca, torna-se necessário, atrair o público-alvo ao local da activação. Pode ser feito por intermédio de outras ferramentas de marketing.





Implementação da campanha

Ao implementar a campanha, todos os recursos devem ser alocados tendo em conta os objectivos da campanha, pelo que os materiais, locais, staff, embaixadores de marca deve ser de acordo com a região. O nível de serviço deverá ser aprovado e subscrito por todos os integrantes da campanha.



PERFORMANCE

Indicadores de desempenho

Tendo em conta os objectivos da campanha, seus públicos e orçamento, é necessário reportar no fim de cada acção e outros períodos os indicadores de desempenho da campanha a aprovados, de entre eles:

1. **Número de potenciais clientes e clientes atingidos**
2. **Clientes que aderem a campanha**
3. **Clientes recuperados**
4. **Brindes oferecidos**
5. **Opiniões dos clientes**
6. **Indicadores de percepção sobre a concorrência**
7. **Aspectos positivos**
8. **Aspectos negativos**

Contigência

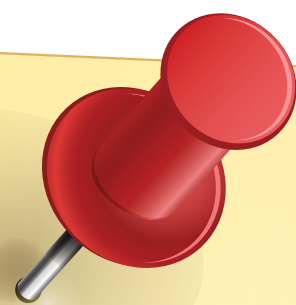
Ao desenvolver um projecto de activação, é necessário compreender a envolvente e mitigar os riscos, assim, asseguramos:

- 1 Licenças administrativas/municipais
- 2 Recursos da campanha
- 3 Análise de meteorologia
- 4 Análise Higiene e Segurança no Trabalho



Porquê activar marca?

A activação da marca é uma experiência de marca singular multitoque que ajuda a aumentar o conhecimento da marca. Ocorre em uma determinada situação, como lançamento de produto, abertura de loja/loja ou simplesmente renomear a imagem e experiência da marca anterior. Na maioria dos casos, eles são uma combinação dos seguintes tipos de ideias de ativação de marca.



Palavras finais

Para garantir que sua campanha de ativação da marca seja um sucesso, é importante planejar cada etapa do processo com cuidado. Ao seguir as práticas recomendadas em estratégias de ativação de marca, você deve ser capaz de criar uma experiência envolvente e emocionante para seus clientes que ajudará a promover seu produto ou serviço

**CLICK TO DE LINK BELLOW
TO VIEW MORE**

PORTFÓLIO

WEBSITE

Cel.: (+258) 84 135 1350
email: karingana@karingana.co.mz
Av. Base N'tchinga, N° 387 - Bairro Coop,
Maputo - Moçambique