



# BRANDING

## Humanização do Digital

Estamos todos investindo grande parte das nossas horas de trabalho em produzir conteúdo para os ambientes digitais de nossa marca. A jornada do cliente antes tão simples, agora passa por um mapa complexo e com centenas de possíveis interferências, mas também abriu portas importantes para a conexão direta com a sua audiência.

Essa abertura de novas portas de conexão, incluiu aspectos do nosso ambiente pessoal, do nosso estilo de vida e até dos bastidores. Esse novo mundo de conexões possíveis exige também muita criatividade para a conversão em vendas. É aquela ginástica diária para equilibrar a identidade, o posicionamento e a comunicação correta dos atributos da sua marca - cada aspecto importa e é decisório.

O cliente agora tem uma visão 360 graus e, para além da Inteligência Artificial, precisamos como nunca antes, de Inteligência Emocional na captação, na gestão e na entrega. Os novos pilares para o sucesso da sua marca envolve mais do que investimento em processos, logística e inovação. Exige um considerável montante de recursos (tangíveis e intangíveis) em ações que promovam a expansão real da importância, responsabilidade e motivação da sua marca.

A nova jornada do cliente, ainda que complexa, cheia de curvas e portas, pode ser extremamente rápida. A tomada de decisão de compra pode levar segundos, mas não se engane, a construção de confiança, desejo e da satisfação dos seus clientes pode ser gradual e lenta analisando cada movimento. Por tudo isso, é fundamental o alinhamento entre três aspectos:

# BRANDING

1. Exercite a inteligência emocional. A capacidade de reconhecer e avaliar os seus próprios sentimentos e os dos outros, e a capacidade de lidar com eles deve ser um exercício diário. Começa explorando, definindo, escrevendo os mínimos detalhes da sua marca, tenha uma identidade, uma história e a comunique para a sua audiência. Esse exercício cria conexão e aproximação. Em seguida, coloque-se no lugar da sua audiência, identifique onde a sua marca pode colaborar e seja gentil na aproximação da oferta. Lembre-se de Simon Sinek e comece pelo seu porquê.
  2. Equilíbrio no digital. presença, conteúdo e consistência. É fácil aqui "perder a mão", em não apresentar uma imagem ou comportamento alinhados aos seus temas de trabalho - ou ainda, exagerar em um aspecto e deixar a desejar em outro. Talvez seja esse o maior desafio da nossa era, o equilíbrio. Invista em criar o tom ideal da voz da sua marca, em alinhar a imagem refletida e a percebida. Elabore roteiros, defina agenda e, principalmente, seja você uma cópia fiel dos valores e propósitos da sua marca.
  3. Conheça seu público. reserve um tempo para explorar o perfil da sua audiência, com o que trabalham, quais são seus modelos e inspirações, seus interesses e preferências. Não desperdice esse ativo valioso e super acessível. Ainda nesse tópico, não deixe de estudar os seus clientes. Eles são as maiores fontes de inspiração para os seus negócios.
- E, lembre-se: não há mais lugar para “cópia e cola”, cada cliente é único, com desejos e necessidades diferentes. Humanizar o digital, esse é lema! Invista em humanizar a sua marca, a sua empresa, os seus negócios. Traga pessoas que colaboram com a sua filosofia, que também comunicam as crenças e propósitos da sua marca.

Aplicando esse processo de analisar e mapear as necessidades, expectativas e percepções dos seus clientes alinhados com a construção de um plano estratégico humanizado você transformará a experiência dos seus clientes, a forma de conectar-se à eles e a se diferenciar no mercado.