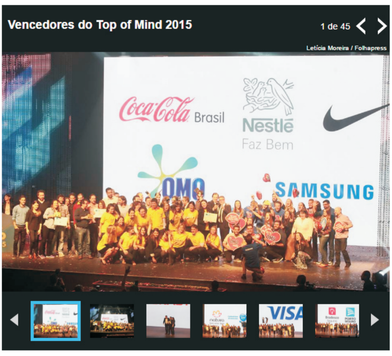
PUBLICIDADE
FOLHA DIGITAL POR APENAS R$ 1,90 NO PRIMEIRO MÊS. ASSINE JÁ.
São Paulo - Tijuana Ida e volta a partir de R$ 2.050 Para voar a partir de 14/03/2017 APROVEITE LATAM AIRLINES

top of mind

Ser lembrado pelo consumidor mostra sucesso da marca, dizem especialistas



MARIANA BARBOSA
COLABORAÇÃO PARA A FOLHA

22/10/2016 02h00

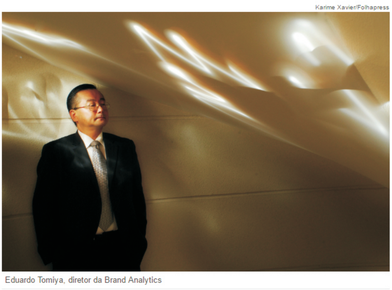
Compartilhar 142 OUVIR O TEXTO Mais opções

A lembrança espontânea pelo consumidor é um dos principais atributos de uma marca sólida e esse reconhecimento é levado em consideração pelas consultorias de "branding" na hora de calcular o seu valor.

"Para uma marca ser a primeira que vem à cabeça do consumidor é preciso ter uma proposta de valor muito grande", diz Eduardo Tomiya, diretor-geral da BrandAnalytics.

PUBLICIDADE

Karime Xavier/Folhapress



Eduardo Tomiya, diretor da Brand Analytics

"Ser **Top of Mind** é um indicador de efetividade da comunicação e também um dos atributos que vão influenciar no valor dela. Ela precisa ter consistência, tradição e ser confiável", diz.

Daniella Bianchi, diretora-geral da Interbrand São Paulo, afirma que a lembrança espontânea é "uma dimensão bastante relevante para medir a força e o valor de uma marca, fatores que também levam em conta autenticidade, relevância e consistência", entre outros atributos.

Ela ressalta a importância da abrangência do **Top of Mind**, premiação baseada em pesquisa feita em todo o país pelo Datafolha, para a revelação de novas marcas no âmbito regional.

"Hoje em dia, as grandes marcas que vão revolucionar uma categoria podem surgir em qualquer lugar. Pode vir do interior ou de uma cidadezinha", diz. "O fato de o **Top of Mind** ter uma grande capilaridade ajuda a identificar potenciais marcas e dá visibilidade às regionais."

Divulgação

Daniella Bianchi, diretora geral Intebrand São Paulo

Desde a edição comemorativa de 25 anos da **Folha Top of Mind**, o Datafolha traz as marcas regionais que mais se destacam pelo país. Neste ano, na sua 26ª edição, a ação se repetirá.

Na próxima terça-feira (25), acontece em São Paulo a premiação das mais lembradas pelos brasileiros em 59 categorias. Resultado de uma pesquisa com mais de 7.000 pessoas em 217 municípios do Brasil inteiro, o Top of Mind mede a lembrança espontânea de marcas.

Sócio da consultoria de "branding" TopBrands, Ricardo Klein ressalta a importância do prêmio para o mercado. "É uma referência em termos de pesquisa de lembrança e tem uma enorme relevância tanto pelo veículo que o capitaneia quanto pela sua história."

"Ao longo dessas 26 edições, é possível construir uma linha evolutiva do histórico das marcas, a partir de um grande volume de dados. Não são poucas as empresas que usam o prêmio para chancelar suas marcas."

Divulgação

Ricardo Klein, sócio da TopBrands

PERDA

Para Klein, quem não é lembrado perde vantagem na hora do ato de compra. "Para cada categoria, geralmente o consumidor tem três ou quatro marcas na cabeça. Se você não está nesse rol, não está no radar mental do consumidor nem no coração. Sua chance de virar uma opção de compra é muito menor."

Ele ressalta a importância não só de virar Top of Mind mas também a de se manter como a mais lembrada ao longo do tempo.

"Se você tem um caminhão de dinheiro [para publicidade], até consegue construir uma marca top. Mas, se não tiver uma história para contar, não tiver consistência, não consegue se manter na lembrança", diz. "Estar entre as três marcas mais lembradas ao longo de uma década é sinal de que foi construída uma relação muito verdadeira e valiosa com o consumidor."

★★★

Edição impressa

FOLHA TOP of MIND 2015
INSTAGRAM

opinião

DAVID POWELS
História + inovação = valor sobre rodas

XIEMAR ZARAZÚA
O líder do futuro diante do consumidor

especiais

TOP DO TOP
Coca-Cola, Nestlé, Nike, Omo e Samsung

MASCULINO E FEMININO
Pirelli e Risqué

MEIO AMBIENTE
Natura e Ypê

PERFORMANCE
Caixa Econômica Federal

REDE SOCIAL
Facebook

REGIÃO
Casas Bahia, Primor, Tintas Renner, Tirol, Ypê e Vivo

TECNOLOGIA
Samsung

PUBLICIDADE

categorias

ALIMENTAÇÃO
Kibon, Nestlé, Ninho, Qualy, Sadia, Skol, Vigor e Zero-Cal

BEBIDA
Skol

COMPRAS
Comfort, Casas Bahia, Extra, OMO, Suvinil e Tramontina

COMUNICAÇÃO
Oi, Samsung, Sky e Vivo

ELETROELETRÔNICOS
Brastemp, Consul, Samsung e Walita

FINANÇAS
Banco do Brasil, Bradesco, Caixa Econômica Federal, Porto Seguro, Unimed e Visa

HIGIENE E BELEZA
Colgate, Jontex, Pampers, Risqué e Sempre Livre

TRANSPORTE
Correios, Fiat, Honda, Petrobras, Pirelli e Volkswagen

TURISMO
CVC e TAM

PUBLICIDADE
Não apenas um seguro. Chubb. Insured.SM

CHUBB
Saiba mais

PUBLICIDADE

Celso Daniel
Política, Corrupção e Morte no Coração do PT
De R$ 39,90
Por R$ 34,90
Comprar

folhashop

Electrolux Clean Air...
à vista
R$ 479,90
Wal-Mart

PUBLICIDADE
volkswagen#vale
A CHANCE DO CARRO ZERO VOLTOU

JETTA
TRENDLINE 1.4 TSI • AUT COMPLETO
Clique e confira SORANA

folhashop
Compare preços:

GoPro Hero+
à vista
R$ 1.319,12
Magazine Luiza

Aproveite!
ONIX
Onix Joy 2017 completo entrada + parcelas à partir de 399,00

CMA Series 4
7 Dias Grátis
O melhor sistema para investir na bolsa!