Branding internacional: Posicione sua marca no mercado global

MOVE+ SEBRAE

© 2024. Todos os direitos reservados
A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação aos direitos autorais (Lei nº 9.610).
Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Pará / Sebrae-PA.
Municipalidade, 1461 - CEP 66.050-350, Belém PA - Tel: 0800 570 0800

DIRETORIA EXECUTIVA DO SEBRAE/PA

José Conrado Santos
Presidente do Conselho Deliberativo

Rubens da Costa Magno Júnior
Diretor Superintendente

Maria Domingas Ribeiro Paulino
Diretora Técnica

Cássia Alessandra da Costa Rodrigues
Diretora de Operações

UNIDADE DE RELACIONAMENTO EMPRESARIAL - URE

Antônio Romero Pinto - Gerente
Rosemery Dias Pires – Coordenadora
Francisco de Figueiredo Brito
Georgiane de Nazaré Arruda Titan
Juliana Rose Queiroz de Almeida Mufarrej
Leda Rosana Barreira Magno
Péricles Diniz Ferreira de Carvalho
Thays de Cassia Rodrigues Pinto Pantoja

UNIDADE DE PROJETOS ESTRATÉGICOS - UPE

Bruna Jackellyne da Rocha de Siqueira Rodrigues - Gerente
Marcus Tadeu Bastos Alves - Coordenador
José Antonio Elleres Dias

UNIDADE DE GESTÃO ESTRATÉGICA - UGE

Clemilton Jansen Holanda - Gerente
Miguel Pantoja da Costa Júnior - Coordenador
Adauto Lobo de Oliveira
Franciane da Silva Cruz
Geiza Roberta Begot de Almeida Paiva
Mara Cristiane Barroso Juarez Peres
Maryellen Lima Rodrigues Pinto
Roberto Bellucci
Solano de Vasconcelos Lisboa Filho

RESPONSÁVEIS TÉCNICOS SEBRAE/PA
José Antonio Elleres Dias
Juliana Rose Queiroz de Almeida Mufarrej
Leda Rosana Barreira Magno
Roberto Bellucci

TEXTO E PESQUISA
Claudio Camargo/ Ex-Libris Comunicação Integrada

EDITORAÇÃO E PROJETO GRÁFICO
Ex-Libris Comunicação Integrada

REVISÃO DE CONTEÚDO
Ex-Libris Comunicação Integrada

Índice:

1. Introdução 4

2. Compreenda o mercado global 6

3. Desenvolva uma identidade global 8

4. Grandes oportunidades para empreendedores de pequenos negócios 10

5. Açaí, porta de entrada para o exterior 11

6. Adapte-se às complexidades do mercado 12

7. Conclusão 15

1. Introdução

Em marketing, branding designa o processo de criar uma identidade única e reconhecível para uma marca, como personalidade, valores e elementos visuais, fatores que representem a essência dessa marca. O objetivo do branding é diferenciar uma marca das demais no mercado, destacando-a, além de criar conexões com o público-alvo e construir uma imagem positiva e consistente dessa marca ao longo do tempo.

Exemplos clássicos de marcas cujas imagens criadas por branding que estão impregnadas no imaginário público: a Coca-Cola, com o logotipo e tipografia típicos e uma mensagem ligada à felicidade, celebração e união; a Apple, com uma abordagem minimalista e moderna, tanto em seu logotipo como em sua identidade visual, e uma mensagem ligada à inovação, simplicidade e sofisticação; a Nike, com uma estratégia centrada na ideia de superação, desempenho esportivo e na inspiração; o McDonald's, que é reconhecido pelo logotipo vermelho e amarelo com o "M" dourado, com sua imagem ligada à conveniência, familiaridade e à diversão; e o Google, conhecido pelo seu logotipo colorido e amigável, refletindo sua abordagem acessível e inovadora para a tecnologia da informação.

Nesse sentido, branding internacional é quando realizamos esse processo de levar a identidade de uma marca para além das fronteiras nacionais. Atualmente, mesmo para pequenos e médios empreendedores, o ambiente competitivo e globalizado torna cada vez mais necessário essa expansão da marca para os mercados internacionais. Trata-se, é verdade, de uma jornada desafiadora, porém repleta de oportunidades.

Neste e-book exploraremos algumas estratégias para ajudar os empreendedores a posicionar e construir sua marca de forma eficaz em um contexto de mercado internacional, ilustradas por exemplos concretos.

2. Compreenda o mercado global

Antes de iniciar qualquer empreitada internacional, é essencial realizar uma pesquisa abrangente sobre o mercado global para conhecer melhor as demandas e saber onde sua empresa poderá exportar seus produtos.

Por exemplo, a empresa brasileira Havaianas realizou extensas pesquisas de mercado dos Estados Unidos antes de expandir suas atividades para aquele país, identificando tendências de consumo e preferências dos consumidores norte-americanos. Recursos como o programa **Exporta Mais, da Apex-Brasil**, oferecem informações valiosas sobre os desafios e oportunidades de exportação em mercados específicos, ajudando os empreendedores a tomar decisões.

O objetivo do Exporta Mais Brasil é conectar o comércio exterior a empreendedores de todo o país. Ele busca uma aproximação ativa com todas as regiões do país para potencializar as exportações brasileiras. Por meio deste programa, empresas de diferentes setores produtivos realizam reuniões com compradores internacionais, que vêm ao Brasil em busca de produtos e serviços ligados a setores específicos.

Conheça alguns produtos desse programa da Apex-Brasil:

Capacitação

Workshops, cursos e treinamentos para entender as nuances do comércio exterior, incluindo questões de logística, regulamentações e estratégias de marketing global;

Inteligência de mercado

Acesso a informações e pesquisas de mercado para identificar oportunidades e demandas em outros países, auxiliando na tomada de decisões estratégicas;

Promoção comercial

Participação em feiras, missões comerciais e rodadas de negócios realizadas pela ApexBrasil para estabelecer contatos e parcerias no exterior;

Apoio financeiro

Acesso a linhas de financiamento e programas de incentivo à exportação para viabilizar a entrada em novos mercados.

3. Desenvolva uma identidade global

Uma estratégia de branding internacional bem-sucedida envolve a criação de uma identidade de marca coesa e autêntica, a exemplo da empresa sueca Ikea, que adaptou sua identidade visual e mensagens de marketing para se adequar aos diferentes mercados, mantendo sua essência escandinava.

O empreendedor, que deseje colocar sua marca no mercado internacional, pode contar com a ajuda do **Sebrae Internacionalização**, que oferece cursos e treinamento sobre itens importantes para essa operação.

Conheça alguns dos cursos do Sebrae Internacionalização.

Planejamento estratégico

Desenvolvimento de plano de negócios específico para a atuação no mercado internacional, considerando aspectos como análise de mercado, definição de metas e estratégias de entrada;

Pesquisa e análise de mercado internacional

Análises detalhadas do mercado-alvo, incluindo aspectos como demanda, concorrência, regulamentação e cultura local para adaptar o produto ou serviço às necessidades do novo mercado;

Promoção comercial internacional

estratégias para ampliar a atuação da sua empresa, fortalecer a marca em novos territórios, identificar os desafios e concorrentes dos mercados internacionais, desenvolver parcerias estratégicas e adquirir habilidades cruciais para o sucesso nos negócios globais;

Capacitação

Cursos específicos para adquirir conhecimentos mais amplos sobre o comércio exterior

4. Grandes oportunidades para empreendedores de pequenos negócios

Entre os itens listados, a construção de parcerias estratégicas é um dos mais importantes para garantir o sucesso da expansão internacional de uma marca. Por exemplo, a empresa de cosméticos Natura estabelece parcerias com distribuidores locais e influenciadores em cada país para promover seus produtos de forma eficaz.

Pequenos negócios também têm interessantes possibilidades de entrar no mercado global por meio dessas parcerias. Para tal, é possível se unir a empresas que já estejam nesse mercado, aumentando o volume, reduzindo custos, ou encontrar empresas no exterior que tenham interesses afins.

Por exemplo, se você produz artesanato, há uma série de lojas de decoração e utensílios domésticos no exterior que podem se interessar em expor e vender seus produtos, especialmente por ser o Brasil mundialmente reconhecido pela criatividade de seus artistas e pela originalidade das matérias-primas utilizadas. Assim como as biojoias brasileiras têm grande aceitação no mercado internacional.

5. Açaí, porta de entrada para o exterior

Frutas exóticas, como o açaí, fazem sucesso no exterior. Reconhecida por suas propriedades antioxidantes, o fruto já é comercializado em 10 países, tanto in natura como processado, sendo os EUA o principal destino, seguido do Japão e Austrália, segundo o Centro Internacional de Negócios (CIN) da Federação das Indústrias do Estado (Fiepa).

Para esse processo, os empreendedores podem, portanto, se beneficiar do networking e das oportunidades de parceria oferecidas por programas de internacionalização do Sebrae, bem como de eventos e feiras comerciais internacionais.

6. Adapte-se às complexidades do mercado internacional

O mercado global é dinâmico e está em constante evolução, exigindo que os empreendedores sejam ágeis e flexíveis em sua abordagem. Por exemplo, a empresa de fast food McDonald's adapta seus produtos e estratégias de marketing para atender às preferências culturais e alimentares de cada país onde opera - no México, a rede de fastfood oferece um lanche com guacamole, comida típica daquele país.

A brasileira Havaianas ajustou suas sandálias de acordo com as diversas preferências locais, incorporando cores, estampas e designs que agradam aos consumidores de cada região, o que contribuiu significativamente para seu sucesso global.

Outra marca brasileira, a Natura, adaptou seus produtos e estratégias de marketing às preferências dos países em que se instalou, reconhecendo a importância da diversidade cultural.

Você pensa em expandir seu negócio para o mercado externo?

Não perca este curso de branding internacional do Sebrae:

Curso de Branding do Sebrae: porque ele é importante para a sua empresa

É comum os empresários confundirem o que é marca e o que é branding, portanto neste curso você aprenderá a diferenciá-los. Além disso, você entenderá porque o branding é importante para uma empresa e como ele se relaciona com as finanças do negócio.

Os empreendedores podem aproveitar recursos práticos e orientações dos Correios, cujo projeto **Exporta Fácil Mais** explica como ajustar sua estratégia de branding para se manter relevante em um cenário global em constante mudança. Eis algumas delas:

Consistência da imagem – manter a consistência da mensagem e dos valores da marca, mesmo com as adaptações necessárias para o novo mercado, a fim de preservar a identidade e a reputação da empresa.

Canais de comunicação – adaptar os canais de comunicação e estratégias de marketing para se alinhar com as preferências e os hábitos de consumo do público no mercado internacional.

Adaptação visual – adaptar elementos visuais da marca, como logotipo, cores e identidade visual de modo a respeitar as nuances culturais e preferências estéticas do mercado-alvo, sem perder a essência da marca.

Compreensão do público-alvo – realizar pesquisas e análises aprofundadas sobre público-alvo no mercado internacional, compreendendo suas necessidades, valores e comportamentos para ajustar a mensagem da marca de forma relevante.

7. Conclusão

Em resumo, o branding internacional é uma jornada desafiadora, mas repleta de oportunidades para os pequenos e médios empreendedores. Ao compreender o mercado global, desenvolver uma identidade de marca autêntica, adaptar-se às mudanças do mercado e construir parcerias estratégicas, os empreendedores podem posicionar suas marcas para o sucesso em escala internacional.

E você pode contar com o Sebrae nesta jornada.

Fale com nossos consultores por meio do portal ou pelo telefone **0800-570-0800**.

agenciadigital@pa.sebrae.com.br

@sebraepa

SebraenoPara

0800 570 0800 - pa.loja.sebrae.com.br
www.sebrae.com.br/para