COMO **REGISTRAR SUA MARCA** E TORNÁ-LA UMA MARCA DE **SUCESSO**

juris labore®
INOVAÇÃO EMPRESARIAL

Introdução 3

A criação do nome
Capitulo 1 5

Planejar o Registro da Marca
Capitulo 2 10

Identidade Visual
Capitulo 3 12

Conclusão 20

Sobre a Juris Labore Inovação Empresarial 24

juris labore®
INOVAÇÃO EMPRESARIAL

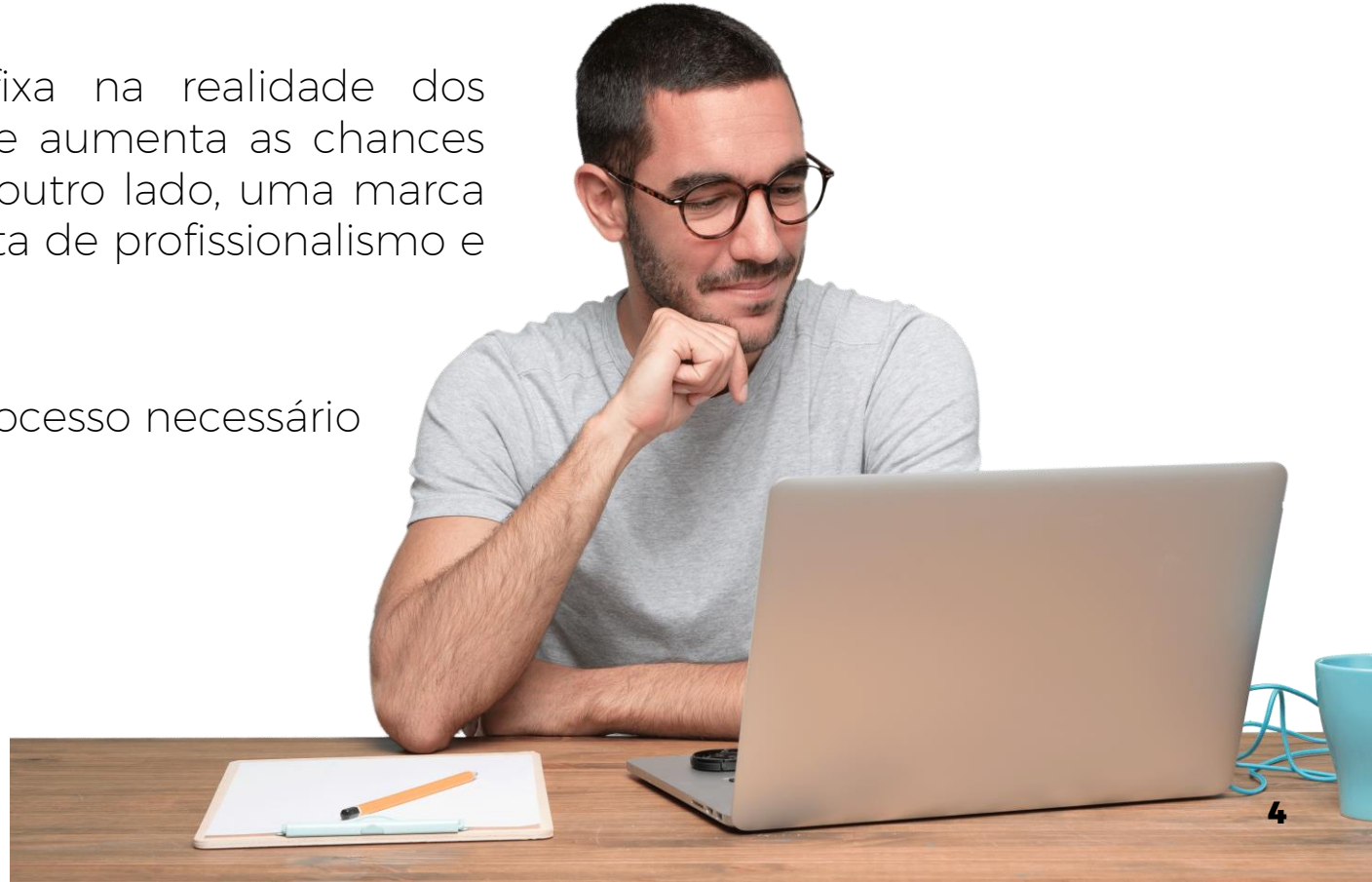
INTRODUÇÃO

Introdução

Quando você vai abrir o seu negócio, além de pensar em todas as obrigações legais e burocráticas, também é preciso pensar no processo de criação de marca. É a marca a responsável por diferenciar os produtos e serviços e agregar valor ao empreendimento, além de chamar a atenção dos consumidores.

Quando uma marca é forte, ela se fixa na realidade dos consumidores de maneira orgânica, o que aumenta as chances de vendas e de conversões em geral. Por outro lado, uma marca fraca ou confusa acaba transparecendo falta de profissionalismo e pode até mesmo gerar problemas legais.

Nesse e-book você vai entender todo o processo necessário para criar uma marca de sucesso.
Por isso, continue lendo e mãos à obra!



A CRIAÇÃO
DO NOME

juris labore®
INOVAÇÃO EMPRESARIAL

A Criação do Nome

Todo o processo de criação de uma marca de sucesso começa com a escolha de um bom nome. É o nome da marca que vai ficar na cabeça das pessoas e que terá o poder de atrair ou de afastar possíveis clientes.

É por isso que você precisa tomar cuidado, por exemplo, com associações negativas. Uma palavra mal colocada ou uma escolha em momento inoportuno podem fazer com que a sua marca desperte reações negativas nos clientes, afastando-os mais do que os trazendo para perto da sua marca.

Também é preciso pensar na pronúncia da marca. Como muitos dos clientes vão falar sobre a marca, o ideal é que a pronúncia dela seja simples e evite cacofonias — que é quando a pronúncia de uma palavra ou conjunto de palavras forma uma palavra de duplo sentido, por exemplo.

A Criação do Nome

Não menos importante, é preciso pensar de maneira antecipada em como a marca pode se adaptar a diferentes datas comemorativas e promoções. Quanto mais possibilidades, melhor.

Já em relação à facilidade do nome em si, se você escolhe um nome muito extenso ou muito complicado, invariavelmente vai terminar com problemas durante a operação da marca. Além de um nome complicado atrapalhar campanhas de marketing em geral, isso ainda vai gerar problemas para fixar o nome na cabeça do seu público. Por outro lado, um nome muito simples pode se tornar banal e, além de não causar impacto, já pode estar registrado por outra pessoa.

Tocando nesse assunto, é indispensável que antes de decidir o nome da marca você tenha alguns cuidados legais com todo o processo. Além de trazer mais segurança para a marca, isso também impedirá problemas futuros que podem, inclusive, comprometer a operação da marca de maneira definitiva. Assim, ainda no processo de criação da marca é preciso:

VERIFICAR SE O NOME ESCOLHIDO ESTÁ LEGALMENTE DISPONÍVEL

Não adianta criar uma marca e não ser o dono dela. Isso acontece quando o nome que você escolhe para a sua marca já está registrado por outro negócio. Nesse caso, a única pessoa com poder de explorar a marca é quem possui o seu registro. Assim, antes de se empolgar com o nome da sua marca, você precisa fazer uma verificação legal de disponibilidade desse nome.

Essa verificação pode acontecer, primeiramente, com uma pesquisa no Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI). É esse o instituto responsável por patentes e registros de marca em âmbito nacional e, por isso, fazer uma pesquisa lá vai ajudar a garantir que a marca está disponível.

A Criação do Nome

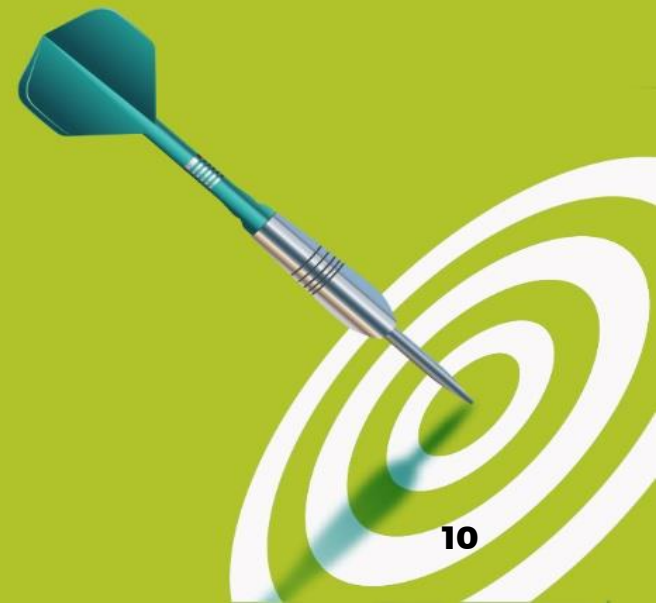
Além dessa pesquisa, você também pode se dirigir à Junta Comercial da sua cidade para verificar se existe alguma marca atuando sobre o nome desejado.

Você também precisa verificar a disponibilidade de domínio, ou seja, se há o endereço na internet disponível com o nome que você deseja. No Brasil, a pesquisa acontece por meio do Registro.br. Mundialmente falando, é preciso fazer uma verificação em sites de registros de domínios internacionais como ***.org*** e ***.com***.

Se o nome estiver disponível, então você deverá partir para a próxima etapa: o planejamento do registro da marca.

PLANEJAR O

REGISTRO DA MARCA



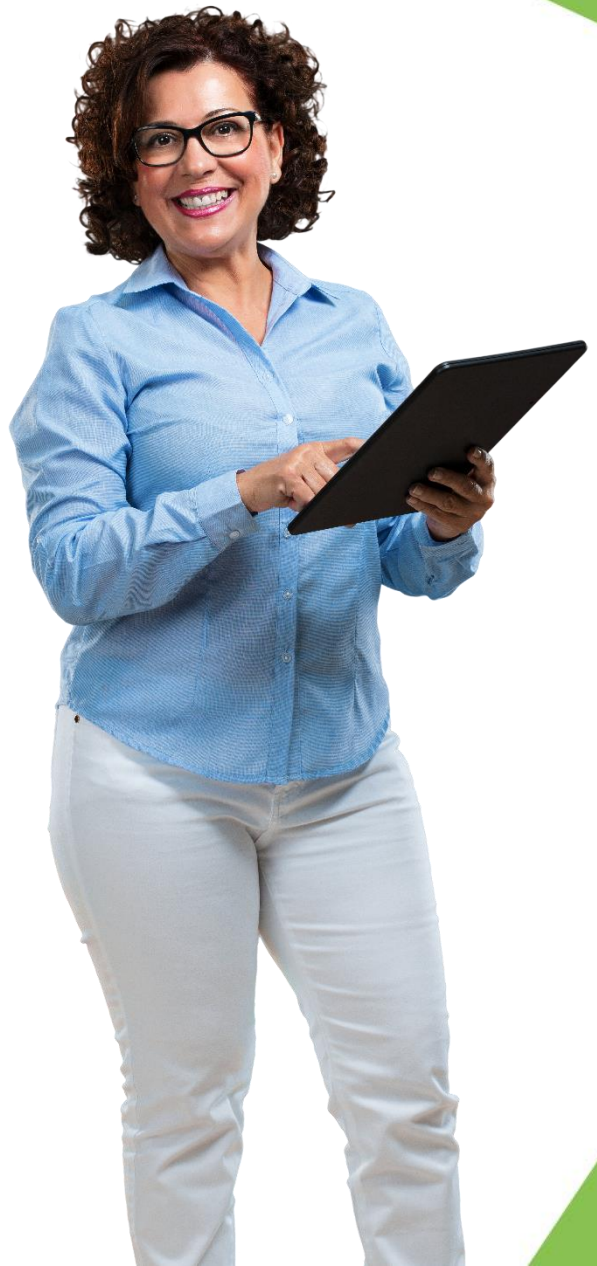
juris labore®
INOVAÇÃO EMPRESARIAL

Planejar o Registro da Marca

Estando o nome criado por você disponível para uso, é importante não cometer o erro de usar a marca sem registro.
Se você fizer isso, o risco que corre é o de que o seu negócio dê certo e alguém se aproveite dessa falta de registro.

Caso isso aconteça, qualquer pessoa poderá registrar o nome da sua marca e você perderá todo o direito de exploração do uso da marca.

Além disso, ao registrar a sua marca, você também previne cópias e pirataria em geral. Com o registro feito da maneira correta, nenhuma outra empresa poderá adotar e explorar o nome da sua marca e, com isso, o seu negócio fica protegido.



Planejar O Registro Da Marca

Para isso, portanto, é preciso fazer um registro junto ao INPI. Esse registro é válido por 10 anos e garante o direito de exclusividade. Assim que o nome da marca for criado e validado, o registro deve ser feito. Nesse momento, você deve evitar até mesmo comentar o nome com amigos e conhecidos porque há o risco de alguém registrar antes de você.

Para fazer esse registro é preciso fornecer uma série de documentos para fazer com que o processo administrativo de registro seja válido. É preciso preencher, por exemplo, formulários de solicitação, pagar taxas e, dependendo da forma da marca, também já anexar a logotipo.

Além disso, a solicitação não tem resposta imediata, já que precisa passar por uma avaliação dos examinadores do INPI. Nesse sentido, o planejamento é ainda mais importante para que você não abra uma empresa cuja marca tenha pouca possibilidade de ter o seu registro devidamente concedido.

Planejar O Registro Da Marca

Tanto para a consulta de nome de marca quanto para o planejamento de registro, é muito importante contar com profissionais experientes no assunto.
Além de tornarem o processo mais rápido e menos burocrático, eles também vão permitir que a marca explore todo o seu potencial — o que aumenta as chances de sucesso.

É bem verdade que, nesse momento, muitos empresários iniciantes acham que esse é, na verdade, apenas mais um custo, até mesmo dispensável.
A verdade, entretanto, é que registrar e proteger a sua marca são formas de investimento, tanto contra cópias como também em relação ao fortalecimento e perpetuação da sua marca.

IDENTIDADE
VISUAL

Identidade Visual

Embora seja muito importante para a identificação da marca, o nome é apenas uma parte do que constitui a verdadeira identidade da marca. Nesse sentido, uma identidade completa também exige uma identidade visual, que diz respeito à comunicação da identidade visual.

Quer ver como isso é importante? Qual é a cor da Coca-Cola? Como é o logotipo do McDonald's ou da Nike? Qual o símbolo da Apple? De que cor é o jacaré da Lacoste? Provavelmente você respondeu a todas essas perguntas do jeito certo — ou, ao menos, a maioria delas. Isso indica que as marcas estão fixadas na sua mente, assim como na dos milhões dos clientes dessas marcas.

Para que isso aconteça, a identidade visual tem um papel importante e vai desde a forma do logotipo até a cor característica, que faz com que a marca seja reconhecida ou, ao menos, lembrada de maneira quase que instantânea.

Nesse sentido, é muito importante ter não apenas uma comunicação visual criativa, mas que também seja coerente. A coerência é um fator importante porque se a sua marca é mais séria, um logotipo divertido não está alinhado aos objetivos de negócio. Uma marca mais jovem, por sua vez, precisa de elementos mais estimulantes, como cores e formas diferenciadas.

Identidade Visual

Assim, esse alinhamento entre comunicação visual e a mensagem que a empresa deseja passar constitui a coerência da comunicação e cria uma identidade forte e memorável.

AS 5 CARACTERÍSTICAS DE UM BOM LOGOTIPO

O logotipo é, basicamente, o símbolo que serve para representar visualmente a empresa. Geralmente ele conta com tipografia, mas também pode haver a inclusão de elementos gráficos como vetores, ilustrações e formas diversas.

Por ter tanto impacto em como a marca se apresenta para o mundo, é preciso que esse logotipo seja planejado da maneira correta. Assim, as principais características de um bom logotipo incluem:

EXCLUSIVIDADE

Assim como acontece com o nome, o logotipo da empresa também precisa ter um caráter exclusivo. Essa característica é importante porque se a sua marca decidir fazer um logotipo igual ou parecido a outro já reconhecido, existe a chance de que os clientes acabem ficando confusos e terminem comprando em outras empresas, ainda que por engano.

TRANSMISSÃO DOS VALORES DA EMPRESA

Já que a comunicação visual precisa ser coerente, uma característica presente em um bom logotipo é a transmissão dos valores da empresa. Se a empresa é de telefonia, por exemplo, é necessário que o logotipo faça algum tipo de referência a esse serviço.

Identidade Visual

Se a empresa deseja passar uma imagem mais profissional e séria, é preciso que o logotipo seja mais simples e mais minimalista, como ao contar com fontes mais clássicas. Já no caso de a marca querer passar modernidade, o logotipo precisa ser mais arrojado e diferenciado.

Assim, um bom logotipo é aquele que, logo de cara, ajuda o cliente a conhecer um pouco mais sobre os valores da empresa.

CAPACIDADE DE DESPERTAR EMOÇÕES

Boa parte de um processo de compra e de atração de clientes envolve muito mais a emoção do que um processo racional.
Por isso, um bom logotipo precisa ser capaz de despertar emoções no cliente, como a felicidade, criatividade ou mesmo a tranquilidade.

Identidade Visual

Além da disposição e dos elementos utilizados, isso normalmente é conseguido por meio das cores. Graças a estudos sobre a cromoterapia, é possível escolher a cor do logotipo de acordo com a sensação que se deseja transmitir para clientes e futuros clientes.

FLEXIBILIDADE DE USO

Um bom logotipo também deve ser flexível e adaptável a diferentes tamanhos. Se você inclui elementos muito pequenos ou detalhes demais no logotipo, na hora que você o reduz para campanhas específicas ou para itens de papelarias, por exemplo, esses detalhes acabam se perdendo.

Dependendo do tipo de detalhe que for, essa redução de tamanho pode fazer o logotipo perder parte da sua identidade, o que não é desejável. Por isso, durante o processo de criação é preciso testar o logotipo em diferentes tamanhos e situações para garantir que ele funciona em todos os momentos.

Além disso, um logotipo objetivo e mais simples tem mais chance de se fixar junto ao cliente, sendo uma opção mais desejável.

ATEMPORALIDADE

Outra característica de um bom logotipo é o fato de que ele é o mais atemporal possível. Criar um logotipo com o desenho ou com uma referência da moda pode parecer benéfico para a atração em curto prazo, mas em médio e longo prazo essa referência deixa de ser considerada como relevante.

Por isso, é melhor investir em um logotipo que tenha características atemporais e mais clássicas, ainda que ele tenha como objetivo representar uma marca mais jovem.

PADRONIZAÇÃO DO DESIGN

Além de um bom logotipo, a comunicação da sua empresa também precisa contar com uma padronização do design. Ter um design padronizado significa que a comunicação visual da sua empresa será consistente: ela sempre passará a mesma sensação e usará elementos semelhantes.

Identidade Visual

Isso ajuda no processo de fixação da marca junto ao cliente. Se o design está mudando de acordo com as tendências, por exemplo, os consumidores podem achar difícil acompanhar esse processo de mudança e em pouco tempo a marca pode perder a sua personalidade. Se isso acontece, será necessário realizar novamente todo o esforço inicial de construir uma marca com identidade visual forte e que tenha aderência junto aos clientes.

Com isso, não adianta o logotipo ter qualidade e os itens de papelaria, por exemplo, deixarem a desejar. O mesmo vale para o site e para as redes sociais, já que tudo precisa ter unidade visual e qualidade.

Para conseguir essa padronização é indispensável contratar bons profissionais.
Por mais que essa etapa também soe mais como um custo do que como um investimento, garantir que a sua marca tenha uma comunicação visual adequada com um design padronizado vai fortalecê-la e aumentar a atração, as vendas e a fidelização de clientes, levando ao sucesso.

CONCLUSÃO

Conclusão

A marca é um ativo intangível da empresa, o que significa que ela possui, sim, um valor econômico que não pode ser desprezado. Para que ela possa cumprir sua missão, gerar valor para o público-alvo e ter um bom valor de mercado, entretanto, é necessário que a marca contenha os elementos legais e de design adequados com a proposta da empresa.

Como criar uma marca significa criar valor, esse processo não pode ser feito de maneira amadora.
Sem registro de marca e sem padronização do design você estará colocando em risco o sucesso do seu negócio e, em última análise, desperdiçando dinheiro.
Por isso, no processo de criação de uma marca de sucesso busque empresas especializadas no assunto para conseguir os resultados desejados.

SOBRE A JURIS

LABORE INOVAÇÃO EMPRESARIAL

juris labore®
INOVAÇÃO EMPRESARIAL

Sobre a Juris Labore Inovação Empresarial

A Juris Labore Inovação Empresarial tem como principal foco de atuação uma das maiores dificuldades dos empresários: a gestão de propriedade intelectual. Registro de marca, proteção de desenho industrial e patentes de invenção estão entre as especialidades da empresa.

Mais do que isso, a gestão desses ativos intangíveis é feita de modo a se relacionar diretamente com a estratégia empresarial adotada por seus clientes, ajudando a superar os desafios de todo o processo.

A Juris Labore Inovação Empresarial tem como gestora e CEO Andressa da Ferreira.

Sobre a Juris Labore Inovação Empresarial

Acompanhe nosso blog para dicas de como proteger o seu negócio, dicas empreendedoras entre outras.

Para saber mais, visite nosso website ou entre em contato conosco!

Aproveite para seguir a Juris Labore nas redes sociais Instagram, Facebook, Youtube, LinkedIn e Google+.