



Diagnóstico implícito de território de marca

DESAFIO

Nosso cliente, representante brasileira da indústria farmacêutica, desenvolveu uma campanha de *branding* focada em sustentabilidade para um de seus produtos. A categoria do produto é caracterizada por um baixo investimento em inovação e, portanto, a campanha tinha como proposta agregar maior valor e aumentar o *recall* da marca. Para dar continuidade e direcionamento a campanha, o cliente precisava garantir que os investimentos feitos estavam sendo eficientes.



INSIGHTS

- A campanha contribuiu para uma alta associação do tema de sustentabilidade à categoria do produto. Entretanto, por trazer pouca visibilidade para a própria marca, os aspectos de sustentabilidade utilizados na campanha acabaram sendo mais fortemente associados à marca concorrente, considerada líder de mercado. Este efeito, conhecido como *spillover*, mostra que campanhas que não ressaltam a marca, podem fazer com que seus atributos e benefícios sejam associados à marca de referência na mente do consumidor.
- Os atributos de sustentabilidade utilizados na campanha do cliente foram, na verdade, associados à marca concorrente, considerada líder de mercado (resultados negativos); A resposta de intenção de compra também foi mais fortemente associada ao concorrente (resultados negativos).

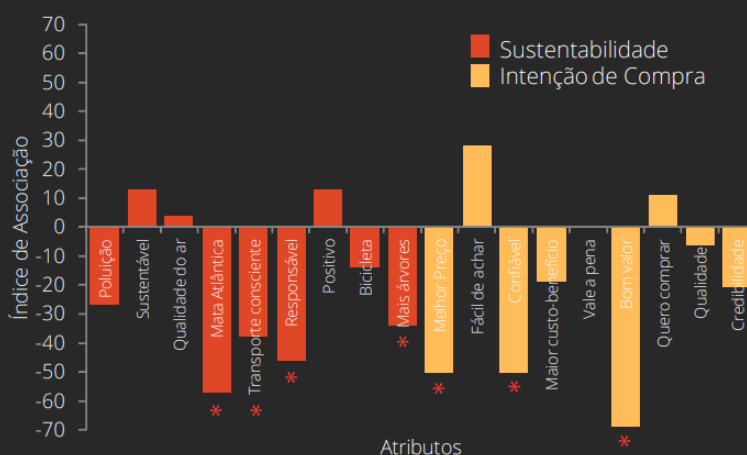
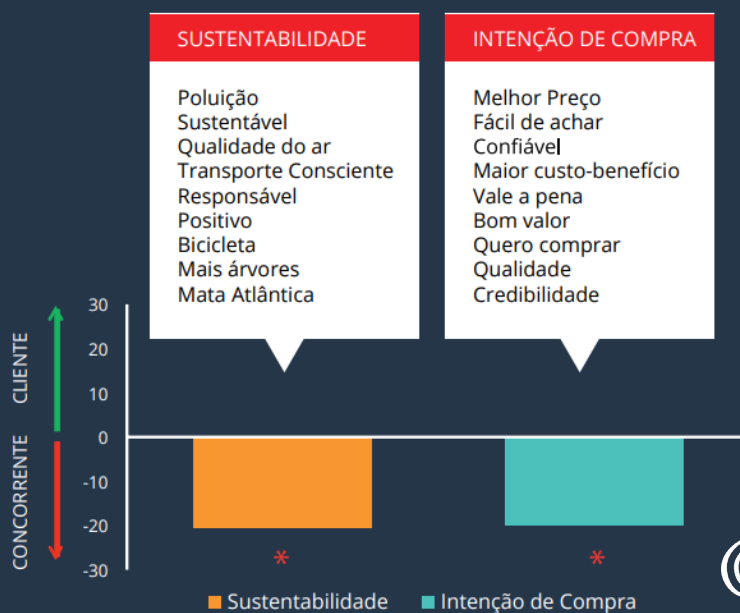


Gráfico demonstrando em detalhes a análise da força de associação das marcas (cliente vs. concorrente) com cada atributo avaliado. * $p < 0,05$. Valores positivos demonstram força de associação com a marca do cliente, enquanto valores negativos demonstram força de associação com a marca concorrente.



METODOLOGIA

- Teste Implícito de Priming (TIP)
- Através do BRANDING TEST a Forebrain avaliou a força de associação entre a marca e atributos usados na campanha, associados ao tema de sustentabilidade. Simultaneamente, o teste mediu a resposta de intenção de compra do consumidor frente ao produto avaliado.



Aprenda como direcionar de maneira mais eficiente o posicionamento da sua campanha de marketing.

A FOREBRAIN pode te ajudar!

Fale com a gente:



www.forebrain.com.br
contato@forebrain.com.br

 **forebrain**