

bet pix 1 real

Uma das metas de toda empresa é chamar a atenção do seu público da melhor maneira possível.

Afinal, uma empresa não pode sobreviver sem atrair seus clientes ideais, certo?

Parte essencial de um empreendimento bem-sucedido são as estratégias de divulgação e um bom branding, mas antes mesmo de começar a fazer isso, é necessário ter uma identidade pré-definida.

Tenho certeza que você já sabe que você precisa de um logotipo para a parte visual, mas também precisa de um slogan?

Definitivamente, ele não serve somente para as grandes marcas: pequenas e médias também podem (e devem!) se beneficiar de um bom slogan.

Sua função é utilizar uma frase para ganhar espaço na memória do consumidor e tornar-se uma das opções que ele vai se lembrar quando precisar de um determinado produto ou serviço.

Se você ficou interessado em conseguir um slogan, continue a leitura e descubra como fazer o seu slogan?

O slogan é uma frase criada para gerar no consumidor uma associação mental a uma marca, favorecendo que se lembre dela facilmente.

Geralmente os slogans apresentam uma ideia sintética e objetiva, que proporciona uma rápida identificação do comprador com a marca e fortalece o seu posicionamento no mercado.

Pela origem etimológica, ele vem do termo "sluagh-ghairm", em gaélico, que significa "sluagh" referente a "exército", e "ghairm" significa grito.

Sendo assim, a união dos dois termos origina a expressão referente ao "grito de guerra".

Podemos pensar nele como a etiqueta de uma roupa, que fica presa para se tornar uma associação instantânea com ela, podendo até mesmo se tornar uma referência popular.

Também chamado de frase de impacto, é uma oportunidade incrível de demonstrar o seu posicionamento e mostrar no que a sua marca se destaca dos concorrentes.

Para quem serve o slogan?

A principal utilidade do slogan é auxiliar as pessoas a se lembrar de uma empresa, de um produto ou de um serviço.

Mais do que isso, o público precisa relacioná-lo ao seu dia a