

RAZÕES DA NOTORIEDADE DE MARCA: UM ESTUDO EXPLORATÓRIO

SUZIE, Terci

MARCHETTI, Renato Zancan (Orientador)

A lembrança notória de marca, representada pelo "top-of-mind", é o foco central deste estudo, que tem como objetivos principais identificar quais os fatores que estão relacionados com a notoriedade de marca e as razões pelas quais uma marca assume esta posição privilegiada na lembrança do consumidor. O referencial teórico aborda primeiro a importância estratégica da marca e seu nome; à seguir, conceitos e pressupostos sobre a formação da notoriedade de marca, envolvendo julgamentos, associações e imagens de marca, geradores e motivadores da imagem de marca e, por fim, o comprometimento com a marca. Esta pesquisa foi feita com base em entrevistas em profundidade com quarenta e oito consumidores em quatro categorias de produtos de compra rotineira escolhidos para o estudo (margarina, café em pó, sabonete e iogurte). Após a análise de conteúdo das entrevistas, as informações foram tabuladas, classificadas e categorizadas, trazendo algumas conclusões sobre a notoriedade de marca. Os principais resultados indicam que a notoriedade de marca está relacionada com os seguintes fatores: a qualidade percebida do produto, que pode assumir caráter positivo ou negativo para a marca, sendo mais comum o primeiro; imagens e associações de marca relacionadas com um bom ou mau desempenho, tradição, confiança, diferenciação e criatividade; comunicação intensiva e criativa, boatos interpessoais positivos e experiências pessoais especiais; satisfação de motivos (necessidades e desejos) do consumidor referentes à superioridade, familiaridade, segurança, confiança, economia, saúde, diferenciação, bem estar e contentamento; regularidade de compra e tradição de consumo, preferência e relacionamentos estáveis com a marca, sem uma alta fidelidade. As estratégias de marketing devem trabalhar os fatores que contribuem para a notoriedade de marca, visto a boa avaliação, confiança e preferência atribuídas às marcas "top-of-mind".

e-mail: suzie@cesumar.br