

PERFORMANCE x BRANDING - O DILEMA DA ESTRATÉGIA COMPLETA

Cairy Lemos e Karina Lemos | Agência GTW Digital Marketing

23/07/2021

Todo mundo quer vender. Vendas trazem crescimento, que trazem mais vendas; um ciclo. Do pequeno ao grande, do local ao multinacional, todo comércio gira em torno desse único objetivo. Mas nem toda empresa está disposta a entender que antes de crescer e vender existe um investimento a longo prazo, formado por dois caminhos: Branding e Performance.

É aí que entra a importância do marketing digital e da mídia online, para entender esses dois caminhos a fundo, suas diferenças, como trabalham juntos e como aplicá-los para levar sua empresa aonde você quer.

Performance

Com foco total em vendas, o marketing de Performance é nada mais que uma estratégia de mídia mais objetiva, focada em geração de leads e conversão, com métricas de performance definidas de acordo com o objetivo de vendas.

A principal vantagem dessa estratégia está na possibilidade de mensurar o retorno sobre o investimento realizado (ROI ou ROAS) através dos números, auxiliando em tomadas de decisão mais precisas. O custo dos anúncios é variável e depende da performance dos mesmos. Alguns tipos de campanhas comumente usadas são de search, remarketing e posts de ofertas para públicos bem segmentados, tipo fundo de funil.

Branding

Fortalecer e construir marca são os principais objetivos do Branding, que ajuda a despertar no público a vontade de consumir o seu produto/serviço. Entre as estratégias de branding mais conhecidas atualmente estão as redes sociais (também conhecido como social branding), anúncios de display e vídeo em sites e YouTube (Google Ads e mídia programática, por exemplo) e textos em blogs.

O Branding é a oportunidade de contar a história da sua empresa, construir relação com o cliente, despertar a lembrança de marca e conquistar a confiança do consumidor. E sim, existem métricas para o branding, tais como impressões e pessoas alcançadas, engajamentos em publicações, volume de retargeting e brand awareness.

Qual a diferença?

Você já deve ter entendido, mas vamos reforçar: Performance é o foco total em vendas, é sobre gerar leads e mensurar resultados com mais precisão. Branding é a construção de marca, é sobre deixar a linguagem vendedora um pouco de lado e trabalhar na imagem da sua empresa e na relação com os clientes.

Importante notar que branding gera performance, e performance gera branding. As estratégias são complementares e se retroalimentam (a quem chame de brandperformance). Só não vale, em um mundo cada dia mais digital, fazer somente uma delas, pois ao final do dia, ambas trazem resultados e é isso que queremos afinal.