

# MARCAS DE QUEM DECIDE 2021

UM NOVO TEMPO PARA SE REINVENTAR

74 Caderno Especial do Jornal do Comércio MARCAS DE QUEM DECIDE 2021

CELSO CHITTOLINA/DIVULGAÇÃO/JC

ARTIGOS



Liana Bazanela

CEO e co-founder da DO IT e presidente da Associação Riograndense de Propaganda (ARP)

## Tudo comunica. As escolhas das lideranças também

O modelo imposto com a pandemia só acelerou o que a gente já sabia: nada que não colabore sobrevive. Muito do que funcionou no passado não faz mais sentido para a nossa realidade. A cultura individualista e competitiva do mercado da comunicação é um exemplo disso.

O ambiente das agências era homogêneo, orientado por uma hierarquia top down, característica de uma geração na qual todos se viam como concorrentes. Indo de encontro a isso, o isolamento necessário neste último ano nos mostrou que ter um time diverso, representativo e colaborativo é

pré-requisito para as novas "regras do jogo". O que vale também para os parceiros envolvidos com o marketing do seu negócio.

Além disso, o momento atual nos permitiu uma compreensão sobre autogestão e evidenciou a mudança da dimensão física das empresas para a casa das pessoas. Se, antes, a estrutura espacial dos negócios parecia indispensável, agora não é mais – e funciona. Claro que ainda precisamos entender as particularidades dessa mudança e vamos conviver com modelos híbridos, mas é uma transformação já estabelecida.

Diante desse cenário, a liderança officeless é um grande desafio. Cuidar das pessoas para que elas cuidem do seu negócio – esta é a principal competência do líder hoje. Seu objetivo número um é desenvolver um ambiente de trabalho composto por pessoas incriveis, que tenham autonomia para atuar com liberdade e responsabilidade. Isso é cultural. E cultura é cultivo.

Você já parou para pensar quem são as pessoas que cuidam da sua marca? Qual o perfil do seu Departamento de marketing? Eles se identificam com o seu público e fazem parte das decisões estratégicas do seu ne-

gocio? Quem são seus parceiros de comunicação, e que modelo e valores eles praticam?

As respostas dessas perguntas fazem parte da formação de novos modelos de comunicação em um mercado em desconstrução. A propaganda nasceu para estimular o consumo e evoluiu para construir marca, mas é importante lembrar: tudo comunica. Inclusive – e principalmente – a postura, as decisões e as escolhas das lideranças.

Uma marca representa um posicionamento, um estilo de vida. E essa construção está em todos os pontos de contato, em todas as relações e ações. Por isso, inovar e fazer escolhas diferentes pode mudar o jogo, promovendo significado para essa nova geração, que é da verdade, da transparência, da empatia. Marcas são feitas de pessoas para pessoas. É isso que gera valor.

*Pessoas, vocês são fundamentais para nós!*

É com muito orgulho que estamos entre as 3 marcas mais **lembradas** e também **preferidas** pelos gaúchos no prêmio Marcas de Quem Decide 2021 do Jornal do Comércio.

MARCAS DE QUEM DECIDE J.C. 2021

**Vila Rica**<sup>®</sup>  
imóveis

ADMINISTRAÇÃO DE CONDOMÍNIOS, ALUGUÉIS E VENDAS | vilarica.com.br

CRECI 197J