

O Guia definitivo para blindar sua marca no mundo digital



Você sabia que sua marca pode estar em risco agora mesmo, enquanto você lê este guia?

Descubra como proteger sua marca no mundo digital e transformar esse ativo em um motor de engajamento e confiança.

Índice

	O primeiro passo crucial	4
	Desvendando o labirinto digital.....	5
	O segredo para monitorar sua marca	8
	Por que só monitorar não é suficiente.....	10
	Para cada caso uma ação?	12

O Primeiro passo crucial que 90% das empresas ignoram

Você ficaria surpreso em saber quantas empresas jogam na loteria com sua marca, buscando uma exclusividade sem sequer ter o devido registro. **Não seja uma delas!**

O registro da marca é **indispensável para garantir sua exclusividade** em todo território nacional, seja no meio físico, seja no digital.

Atualmente existe, ainda, uma grande tendência em não aceitar o registro da marca mista (do logotipo) para questões envolvendo o uso da mesma como palavras-chave, já que esse uso ocorre da forma nominativa. Embora seja uma questão controversa, a cautela sugere que seja feito o **registro** também da **forma nominativa**.



Desvendando o labirinto digital: Como sua marca pode sobreviver e prosperar online

Imagine o mundo digital como um campo minado para sua marca. **Você precisa saber onde pisar!** Aqui estão as **quatro áreas críticas** que você não pode ignorar:

- **registro do domínio** - é o endereço na web onde serão disponibilizadas todas as informações da empresa, podendo inclusive suportar um e-commerce. Na grande maioria das vezes, é representado pela marca principal ou nome da empresa
- **palavras-chave** - utilizadas em campanhas de marketing digital, para alavancar a aparência das empresas em buscadores. São formadas por termos relacionados ao segmento de mercado e, quando incluem marcas, são chamadas de branded keywords;
- **termos de anúncios** - a inclusão das marcas em buscadores de marketplaces, utilizadas para facilitar a localização de produtos e serviços, podem estar destacadas no título do anúncio e também no corpo da descrição do artigo;
- **página web** - onde ficam informações diversas de produtos e serviços, incluindo as marcas para assinalar os artigos ou serviços ofertados.

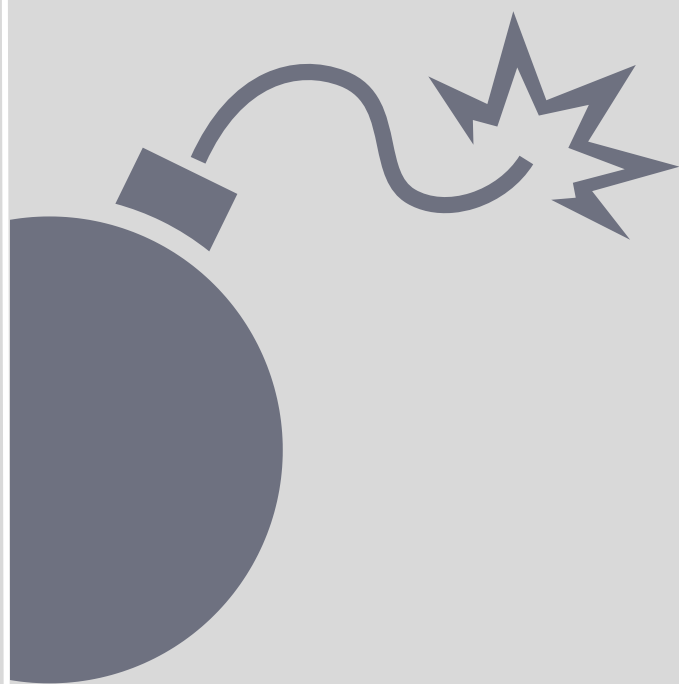


Cabe ao titular do registro, como proprietário da marca, **disciplinar seu uso** em todos os formatos acima indicados, sendo de sua responsabilidade, ainda, **preservar sua exclusividade e reputação**.

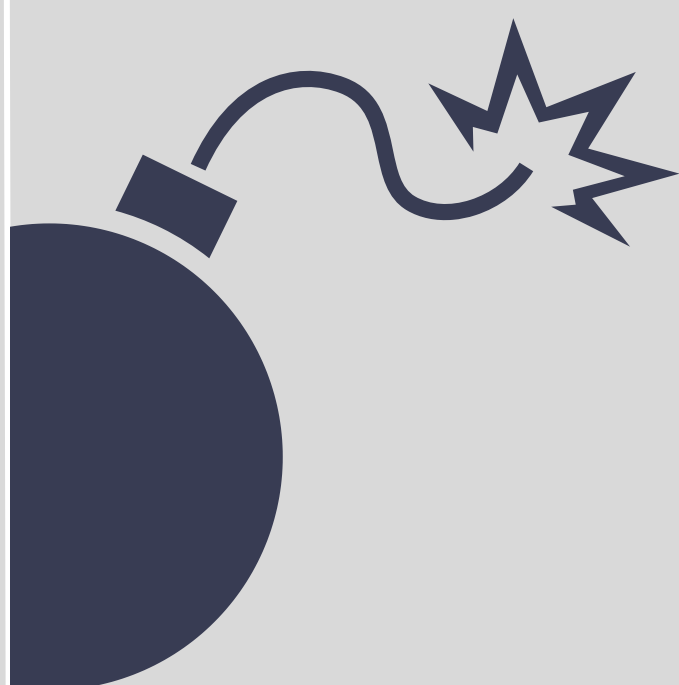
Assim, se sua marca:



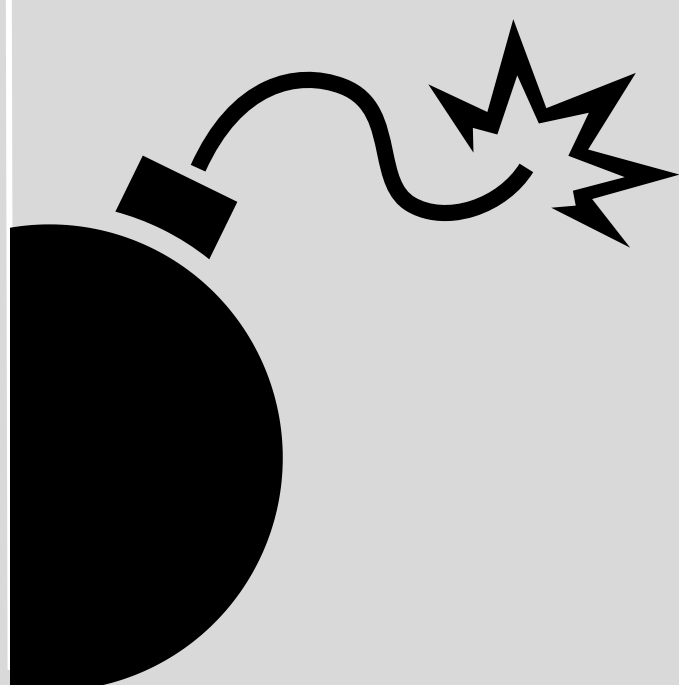
é utilizada como nome de domínio para **vender artigo similar**



é usada nos buscadores por terceiros que querem **vender produtos concorrentes**

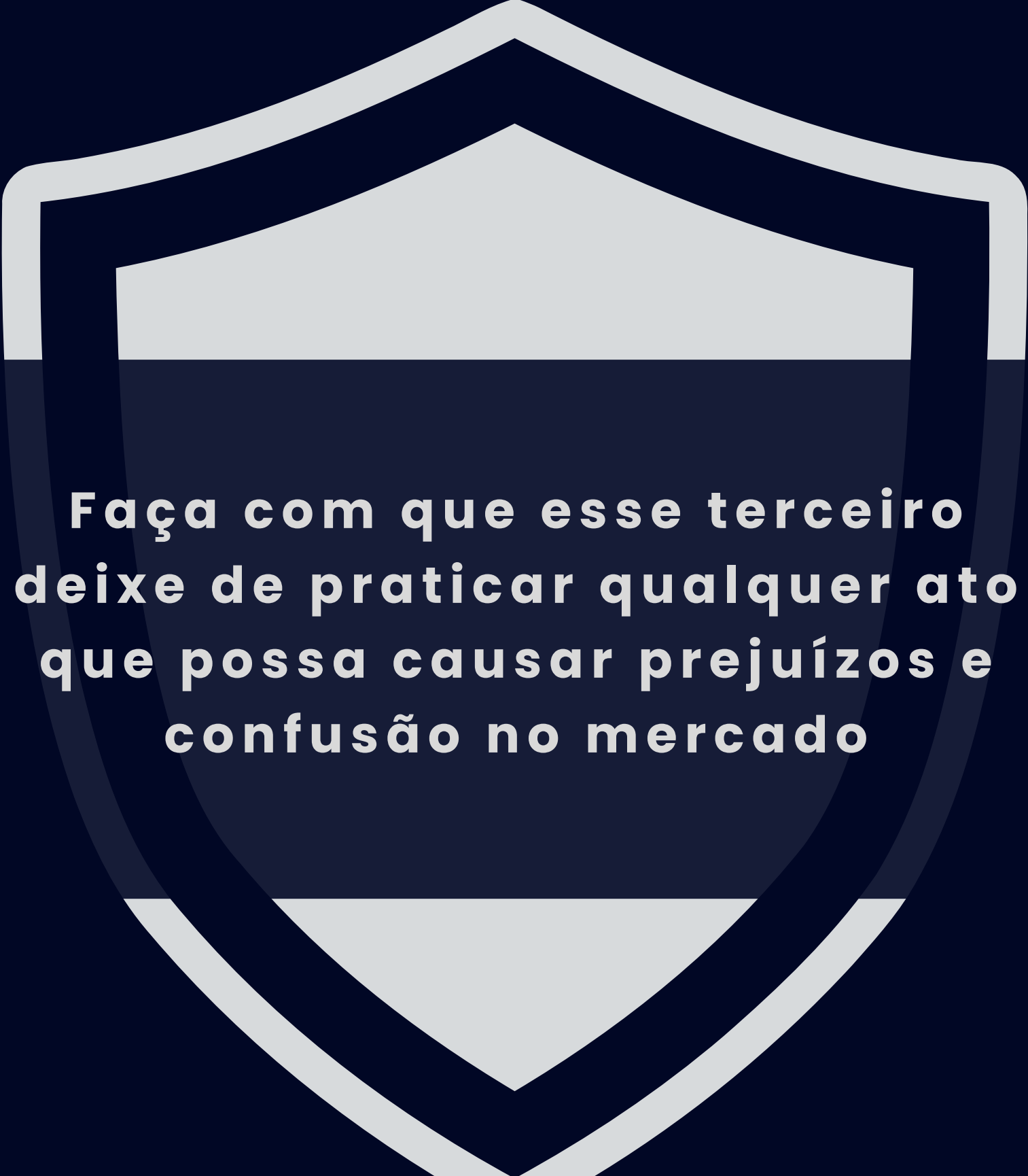


é usada em anúncios de forma a **desviar seu público** para outros produtos



é usada até em websites por **empresas que querem se fazer passar por afiliados ou revendedores**

**Então você tem o direito de
disciplinar esse uso!**



**Faça com que esse terceiro
deixe de praticar qualquer ato
que possa causar prejuízos e
confusão no mercado**

O segredo para monitorar sua marca 24/7 no caos da internet

Aqui vamos focar naqueles **casos de Adwords**, ou seja, quando se busca por uma marca específica no buscador e os **primeiros resultados** mostram, além da marca buscada, vários **artigos concorrentes**.



Quer ter o pulso do que está acontecendo com sua marca online?

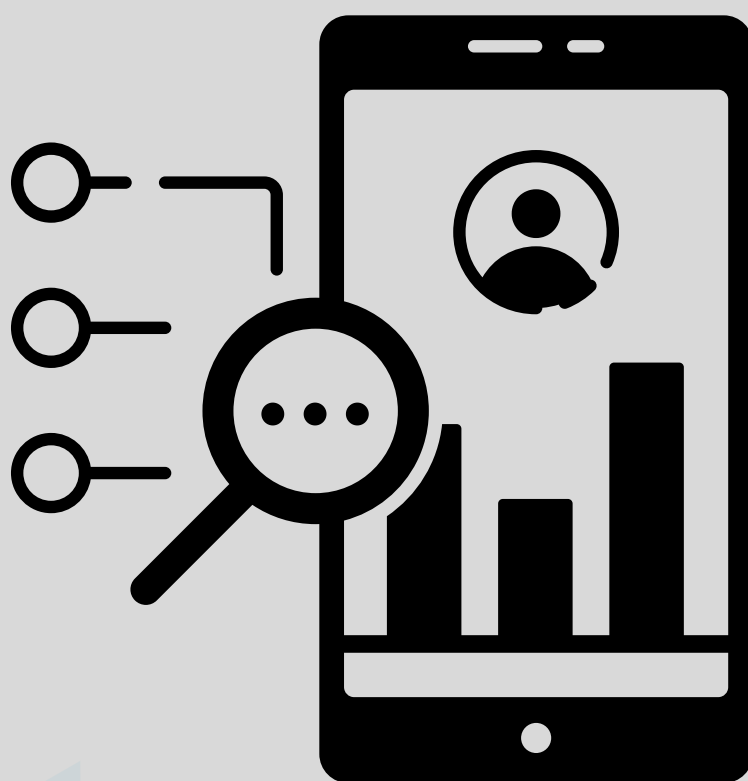
**O monitoramento não é uma opção,
É UMA NECESSIDADE!**

Ele é o **ponto de partida** para acompanhar qualquer forma de uso indevido que possa causar prejuízo a sua empresa, como também **gera a prova deste uso**, o que dificilmente acontece em pesquisas esporádicas.

O monitoramento pesquisa **24 horas** por dia, **7 dias** por semana e em **todo território nacional, todas as formas de uso de sua marca**, a partir das palavras-chave contendo a mesma.



Para isto, é feita uma **análise** de como seu público e seus concorrentes geralmente chegam ao seu canal, quais os **termos frequentemente utilizados**, qual o **volume de buscas** destes termos, para daí ter uma lista das palavras que devem ser monitoradas.



Por que só monitorar não é suficiente e o que fazer a respeito

O monitoramento é o meio pelo qual pesquisamos o que acontece com a marca. A partir dos resultados, deve ser feita uma **análise de cada um dos desvios encontrados**, por onde poderemos chegar às seguintes providências:

- **revendedor ou afiliado?** verificar se o link disponibilizado no resultado da busca está direcionado somente para a marca buscada e, conseqüentemente, para o produto correto, que não deverá estar ao lado de qualquer artigo concorrente;
- **desvio de brand?** aqui, a marca é usada no corpo do anúncio por concorrentes. É cabível uma queixa diretamente aos buscadores para que retirem esse anúncio;

- **concorrentes?** neste caso, deveremos identificar a forma de uso que pode estar causando este desvio:

1. **correspondência exata** - quando a branded keyword é utilizada diretamente como palavra-chave nas ferramentas de busca; ou

2. **correspondência ampla** - quando a palavra-chave usada é comum ao segmento, mas é dada uma ampla correspondência, de forma que, sendo pesquisado este termos mais qualquer marca, o seu concorrente irá aparecer no resultado da pesquisa.

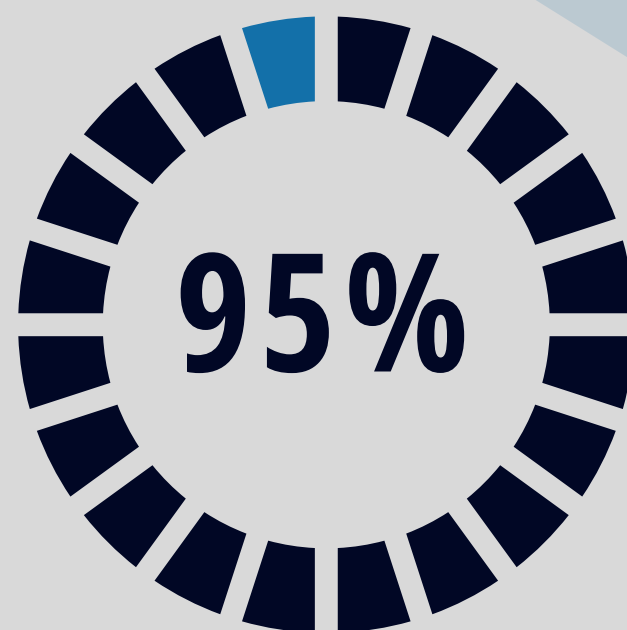


Em ambos os casos **este concorrente deverá ser notificado**, já que irá causar confusão no mercado, com grande possibilidade de desvio de clientela, devendo **excluir a marca** de seu rol de palavras-chave ou a **negativar**, para que não apareça nos resultados de correspondência ampla.

Mas para cada caso vou ter que adotar uma ação?

Preocupado com a complexidade? Não fique!

A boa notícia é que **mais de 95% dos problemas podem ser resolvidos** rapidamente e **sem** entrar em uma **batalha judicial** cansativa.



Por que?

Porque as **provas** colhidas pelo monitoramento são tão **robustas** que não existem alegações que possam ser usadas para justificar a continuidade do uso da marca.

TUDO ESTÁ GRAVADO!

O rastro da pesquisa com o link do buscador, o dia e hora da busca, o resultado com a captura da tela, os dias da semana, os horários de maior frequência e a visibilidade que este concorrente conseguiu na campanha utilizando sua marca.

O **monitoramento**, embora seja focado naquilo que é anúncio, muitas vezes **mostra outras formas de uso que podem causar prejuízos**, já que, geralmente, quem copia ou se ampara em marcas de terceiros, tem que se mostrar para vender seu produto.

Assim, casos de **domínios semelhantes, falsificação, pirataria e uso indevido nos sites** já foram **identificados** pelo monitoramento e, da mesma forma, **combatidos**.



Vamos ser claros: **com mais de 70% dos negócios acontecendo no mundo digital, proteger sua marca não é mais um luxo; é uma questão de sobrevivência!**

É uma **garantia** de que **sua imagem está preservada**, seu cliente está comprando aquilo que sua marca representa, seu concorrente não está se aproveitando do seu esforço e que todo potencial de sua marca está sendo convertido ao seu canal digital.



**Pronto para
blindar sua
marca no
mundo digital?**

Não deixe para amanhã o que você pode proteger hoje. Fale com nossos especialistas e dê o primeiro passo para **uma marca impenetrável**.



ENTRE EM CONTATO CONOSCO!

brunnerdigital.com.br

 **@brunnerdigital**

 **brunner-digital**

Av. Brigadeiro Luís Antônio, 4.329
São Paulo – SP – Brasil – Cep: 01401-002

comercial@brunnerdigital.com.br

BRUNNER 
DIGITAL