



equilíbrio de ser brasileira e global se comunicando de forma assertiva e relevante para seu público. Outro ponto importante que merece ser destacado é o alinhamento das estratégias para a marca, que engloba diversos tipos de planejamento e produção, como objetivos e oportunidades; recomendação do nome; arquitetura da marca; missão, visão e valores; posicionamento, atributos; design e ativação da marca. Dessa maneira percebe-se que para a realização de um branding de sucesso é necessário estudar a fundo a marca e pensar nas soluções adequadas para tornar o projeto o mais completo e assertivo possível.

O rebranding da Penalty também passou por uma série de estudos e pesquisas para se tornar uma marca referência no setor esportivo, visto que é a marca oficial das principais federações e confederações em diversas modalidades esportivas. Para isso foi necessário a criação de uma nova identidade visual e posicionamento, a fim de torná-la internacional.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo deste estudo, conclui-se que para marcas que desejam ser lembradas e criar conexão com seu público é indispensável as ferramentas do branding, elas desempenham um papel crucial no sucesso das marcas em um mercado global cada vez mais competitivo. Desde a definição dos objetivos, a criação de uma identidade visual até a criação de catálogos de produtos, o branding se faz presente em todo o processo de planejamento de uma estratégia de marca, moldando percepções, influenciando comportamentos e construindo conexões com consumidores.

As marcas que compreendem e aplicam de forma eficaz o branding não apenas se destacam na concorrência, mas também conseguem construir um relacionamento sólido e duradouro com o cliente. As empresas são capazes de se tornarem mais do que simples produtos ou serviços. Tornam-se símbolos de identidade, confiança e excelência em seu ramo, capazes de resistir a seus concorrentes e as constantes mudanças do mercado.

Além disso, o branding não se limita apenas às grandes empresas e cooperativas, empresas de todos os tamanhos podem utilizar dos benefícios do branding, o importante é criar conexão autêntica com seu público e promover sua marca, transmitindo seus valores, propósito e missão genuinamente.

Assim como a Vale e a Penalty se apropriaram das ferramentas do branding para alcançar o sucesso, qualquer empresa tem a capacidade de fazer o mesmo. O branding está

