

O padrão das franquias

O padrão de uma empresa e a sua identidade no mercado. Se citarmos algumas marcas famosas, com certeza você vai identificar logo a forma como elas trabalham e atuam em diversos setores comerciais. Seguir esse padrão e a forma mais correta de se firmar, ganhar reconhecimento e consequentemente um público mais fiel. Se você observar, além dos padrões individuais que formam a identidade de cada empresa, você encontrará alguns padrões que são comuns entre todas as [franquias](#). Para entender melhor como funcionam e porque são usados, vamos conversar um pouco sobre esse assunto. Qual a importância de manter um padrão? Vamos usar um exemplo bem comum. Se você consumir algum sanduíche no Mc Donalds perceberá que em qualquer outro que você se dirigir, encontrará o sanduíche com o mesmo gostinho e mesmo aspecto. Você sabe porque? Porque a Mc Donalds segue o padrão para todos os seus produtos, para que quando você coma um sanduíche aqui no Brasil ou lá no Japão, você identifique que é da mesma lanchonete. O padrão é importante por firmar o produto ou o serviço de uma empresa no mercado. Modificar o padrão ajuda a criar uma identidade particular de cada franquia? Sim. Com certeza mudar o padrão vai tornar sua franquia de uma marca com um diferencial, mas isso é extremamente perigoso quando o assunto são marcas famosas. Mudando o nosso exemplo, imaginem uma coca cola com mais açúcar, menos cor ou com um sabor diferenciado. Não seria coca cola não é verdade? Você poderia criar na sua franquia do refrigerante, uma forma diferente de produzi-lo por isso com certeza as pessoas não aceitariam pois já tomam a coca cola conhecendo o sabor de olhos fechados. Quais os principais padrões utilizados por uma empresa Se for empresa de comida ou bebida, como falamos mais acima, o gosto com certeza é o padrão principal. Mudar o gosto de um sanduíche da Mc Donalds com certeza é esperar alguma reclamação do consumidor. Em caso de outros produtos, a questão da tonalidade, de marketing, publicidade feita é uma questão sempre mantida. Se podemos citar um bom exemplo disso, é a empresa Oi, que sempre mantém o final padrão em suas propagandas.

Sobre o Autor

Empreendedora que sonha em ter seu negócio próspero e acredita que as [franquias](#) talvez sejam o melhor caminho para conquistar o seu lugar ao sol.

Source: <http://www.artigopt.com>