

## As empresas invisíveis no mercado

*Por Flávio Paim Rodrigues*

O cotidiano empresarial é cercado de complexidade, conduzir um negócio exige um pensamento amplo e estratégico, cumprimento das normas legais e de uma infinidade de desafios, mas um desses grandes desafios é o de fazer com que a empresa seja vista e percebida pelo seu cliente. Logo, se a empresa não for percebida e vista no mercado, há uma grande chance do negócio fracassar.

Inúmeras empresas possuem produtos ou serviços excepcionais, com qualidade superior ou equivalente aos concorrentes, preço competitivo e serviço adequado, investem anos desenvolvendo e aperfeiçoando seus produtos e serviços. Mas, para muitas dessas empresas, as vendas não acontecem como o desejado e, quando acontecem, são cercadas de desconfiança por parte dos clientes. Além disso, boas oportunidades de negócio são perdidas para concorrentes com um produto inferior e preços mais caros.

Muitos desses problemas se dão por um fator extremamente importante e ignorado por muitos empresários: a falta de visibilidade da empresa no mercado, ou seja, a empresa é praticamente invisível e não percebida pelo seu público alvo, tornando-se praticamente irrelevante no mercado. A conclusão é bastante lógica: o mundo é feito de gente, e se as pessoas não souberem o que a empresa faz e o que vende, simplesmente não irão comprar os serviços ou produtos que essa empresa disponibiliza.

Evidentemente, essa visibilidade não pode se dar por motivos negativos. Além do esforço em ser melhor visto e percebido pelo mercado, deve-se ter o cuidado de manter a reputação da marca alinhada aos objetivos da empresa e alinhados à expectativa dos consumidores. O ditado: “falem mal, mas falem de mim” não se aplica integralmente ao meio empresarial.

Uma imagem forte é essencial, mas sua construção deve ser acompanhada de planejamento, cuidado e investimento, desse modo o negócio sai da invisibilidade e a imagem forte acompanhada de uma boa reputação auxilia na geração de lucros crescentes e constantes. Evidentemente, todo esse investimento na imagem do negócio deve ser acompanhado por uma melhoria constante na qualidade da Gestão do Negócio, nas práticas de atendimento e na qualidade dos produtos e serviços. A tarefa de construir e garantir que a visibilidade de uma organização seja adequada deve permear toda a empresa, envolvendo toda a equipe e setores. Sair da invisibilidade e tornar-se percebida pelo mercado deve ser uma meta corporativa, almejada por toda a organização. Afinal, grandes negócios são realizados com empresas que são vistas e percebidas pelo mercado.