



CMUHE042653

EMPATIA cria fidelidade do consumidor.
2003.

Correio Popular, Campinas, 08 jun.

Empatia cria fidelidade do consumidor

“O bem maior de uma empresa é sua marca. É através dela que o empresário ou comerciante pode manter uma parcela estável de mercado e a fidelidade do consumidor”, explica José Lopes Júnior, assessor técnico da Crimark, empresa de registro de marcas de Jundiaí. O assessor explica que as vantagens da marca são alcançadas por meio de uma relação estabelecida entre a marca e a qualidade do produto. “Assim,

uma simples expressão pode tornar-se ativo valioso para a empresa”, afirma.

Que o diga Fábio Bueno, dono de um estúdio de tatuagens em Jundiaí, o King Tattoo Stúdio. Ele procurou a Crimark depois que seu ex-sócio montou um outro estúdio e passou a usar o mesmo nome, bastante conhecido na cidade.

Fábio “King”, como ele é conhecido, tratou de registrar a sua marca e seu logotipo. “O

registro acabou com a dor de cabeça, trouxe os clientes de volta e reforçou a identidade do estúdio”, diz.

Fábio King gastou cerca de R\$ 700 para o registro e toda a papelada da loja que foi padronizada (papel de carta, envelopes, cartões de visita) de acordo com o logotipo e marca. “Mudei de endereço no final do ano e mesmo assim os consumidores localizavam o estúdio por causa do logotipo da empresa”, afirma.