

# 10 mandamentos de Philip Kotler

em [hsm.com.br](http://hsm.com.br)



Ninguém melhor para compilar os ensinamentos deixados por Philip Kotler no Special Management Program da HSM do que Jaime Troiano, presidente do Grupo Troiano de Branding e um dos maiores especialistas em marketing da atualidade. Foi ele quem comandou as wrap-up sessions do evento, que aconteceu nos dias 20 e 21 de junho, em São Paulo.

Na ocasião, brincando com o público, Troiano comentou que se sentia “obeso de tanta informação” e que o grande desafio para todos os profissionais que ali estavam seria colocar em prática tudo o que lhes fora transmitido. De fato, os dois dias foram repletos de conceitos, exposições de casos internacionais e respostas a questionamentos do público.

Para reforçar a apresentação do “pai do marketing”, que na mesma semana palestrou em Recife, confira alguns pontos importantes destacados pelo presidente do Grupo Troiano de Branding:

## **1º Mandamento**

Precisamos entender que a comunicação integrada de marketing é fundamental e desafiadora. O Brasil ainda não tem grandes “maestros” que saibam integrar essa comunicação de fato.

## **2º Mandamento**

O marketing é essencialmente uma conexão de pessoas com outras pessoas. Daí vem a força das marcas regionais, do mercado local. Cabe ao profissional de marketing tornar essas mensagens aplicáveis ao mercado nacional.

## **3º Mandamento**

É importante entender que as marcas têm raízes, mas que é preciso preservar o essencial em busca do novo. Isso é inovação de marca.

## **4º Mandamento**

Crie métricas para avaliar sua marca e invista na criação de modelos capazes de inovar. Faça periodicamente cálculos de valor da marca.

## **5º Mandamento**

O importante para uma empresa não é o que ela faz ou o que ela vende e sim o porquê ela faz. O propósito é a razão de ser de uma empresa – engaja pessoas, alinha projetos e gera resultados.

## **6º Mandamento**

Não existe possibilidade de construir qualquer marca forte se isso não começar dentro de sua empresa. Colaboradores devem estar convencidos do valor de sua marca, devem estar engajados e serem multiplicadores dessa valorização.

## **7º Mandamento**

O consumidor não é tão simples quanto parece. Por isso, se preocupe em conhecê-lo cada vez mais e melhor. Se a sua empresa colabora para aumentar a autoestima do seu cliente, ele estará cada vez mais próximo de você.

## **8º Mandamento**

Ao realizar uma pesquisa, despreze sempre a primeira resposta. Estimule a conversa. É importante falar com o consumidor sempre. E a tecnologia contribui para essa interação.

## **9º Mandamento**

Empresas que olham para a classe C devem saber que ela é conservadora e tem características próprias. Crie produtos direcionados a esse público, ao invés de baratear os já existentes.

## **10º Mandamento**

Crie uma plataforma de desenvolvimento de novos produtos sob a mesma marca. Associe-os à marca e, com isso, agregue valor.