



Rumo ao Sucesso

Como marcas elásticas usam insights e inovação para crescer com inteligência e agilidade

Junho de 2025

Um Relatório de Perspectivas da Circana



Stretch for Success

Read report

Oreo ampliou sua presença para o segmento de sorvetes. Dyson reinventou os cuidados com os cabelos. O Google desafiou o mercado de smartphones. O que essas marcas têm em comum? Elas integraram novos produtos aos seus portfólios de forma natural, sem confundir os consumidores. Essas “marcas elásticas” expandiram suas ofertas com agilidade, inovação e foco no cliente – tudo isso mantendo sua identidade e valores.

Num mercado acelerado e competitivo, marcas e varejistas enfrentam o desafio constante de se adaptar e evoluir para permanecerem relevantes. Isso exige navegar por um cenário econômico turbulento, marcado por disrupções tecnológicas, mudanças nas preferências dos consumidores e muito mais. A resposta está na agilidade e na capacidade de adaptação, sem perder a consistência.

As marcas que prosperam são aquelas que pensam no longo prazo, com uma estratégia de expansão (“stretch”) ágil e voltada para o futuro. Um exemplo é o Virgin Group, que começou como uma gravadora e hoje literalmente alcança as estrelas. Seu sucesso está no foco absoluto em seu DNA de serviço e experiência, entregando valor real em áreas como viagens, bem-estar e finanças.





Marcas elásticas são
mais resilientes e
conquistam maior lealdade
em tempos difíceis

À medida que enfrentamos incertezas econômicas e de mercado, a resiliência de uma marca se torna essencial. Essa resiliência depende da proteção da reputação e da manutenção da confiança dos clientes fiéis. A lealdade do consumidor nasce da capacidade da marca de entregar qualidade e cumprir suas promessas. Marcas inovadoras crescem até sete vezes mais rápido que suas concorrentes, segundo pesquisas.

Estar atento às tendências e necessidades dos consumidores é essencial

Setores como saúde e bem-estar oferecem oportunidades para que varejistas expandam e integrem ecossistemas, fortalecendo a resiliência da marca em um mundo em constante transformação.

Um exemplo é o conglomerado australiano Wesfarmers, que entrou no setor de saúde adquirindo redes de beleza e uma distribuidora/farmácia. A empresa também investiu em diagnóstico médico digital e em uma startup de prescrição via telemedicina – tudo para atender à crescente demanda por nutrição personalizada e bem-estar.

Autenticidade e valores alinhados são fundamentais para conquistar credibilidade em novas categorias

Mesmo marcas muito conhecidas não garantem sucesso ao lançar produtos em categorias não complementares. É preciso haver uma conexão natural. O Google, por exemplo, expandiu sua expertise em tecnologia de busca para e-mails e smartphones. Já Nike e Apple criaram uma colaboração autêntica com o Apple Watch.

Pensar fora da caixa pode fazer maravilhas com a pesquisa, insights e estratégias certas. A história da marca fabricante de pneus Michelin ilustra esse feito de maneira clara. Devido à falta de carros na França no final do século XIX, a Michelin criou um guia para ajudar a impulsionar a venda de carros e incentivar os motoristas a planejarem viagens. O resultado foi um guia com mapas, postos de gasolina e instruções para trocar um pneu, que depois se tornou o icônico Guia Michelin - um guia de restaurantes conhecido em todo o mundo.



Expanda com crescimento em tempo real

Expandir para novos produtos ou categorias pode acelerar a demanda em um mercado competitivo. As soluções inovadoras e tecnológicas da Circana **ajudam sua marca a crescer e fidelizar** clientes ao oferecer análises em tempo real que medem e aceleram a demanda – impulsionando sua marca rumo ao sucesso.

Siga-nos

