



Ligador

Não venda dor de cabeça, venda sonhos e possibilidades

Art. 1 – Cada um é atraído pelo próprio desejo.

Virgílio, Poeta Latino (70 – 19 a.C).

Art. 2 – Particularmente não gosto muito de ficar remoendo a crise financeira mundial, mas meus leitores me incitam com muita frequência a reconstruir algumas falas sobre tal tema. Esta semana recebi uma mensagem eletrônica de um velho camarada muito interessante, nela ele comentava a tal crise e seu efeito, remontava a perspectiva de retomada ainda neste semestre e finalizava pedindo a minha opinião a respeito da propaganda. Meu amigo queria saber se neste período de tempos difíceis é ou não prudente investir em propaganda?

Art. 3 – Dizem que a propaganda é a alma do negócio, e eu acredito nessa fala. Porém é importante saber que existem inúmeras maneiras de se fazer propaganda, de mostrar um produto e uma empresa, existem propagandas baratas porém muito eficientes, e existem propagandas muito caras e com pouco impacto sobre o consumidor. Falando de propaganda e suas peças publicitárias, é importante mencionar que além do retorno direto também existe o retorno indireto, que não pode ser verificado de imediato, mas a médio e longo prazo.

Art. 4 – Analisando os tempos difíceis um dos primeiros cortes que as empresas fazem é na propaganda, na chamada área do marketing. Porém na verdade ninguém corta totalmente as verbas de publicidades, apesar de o departamento financeiro exigir que o corte neste setor seja mais drástico, pois muitos diretores financeiros consideram marketing como custo, o que na verdade é um grande erro. Porém nos grupos mais agressivos percebe-se que mesmo em dias turbulentos, como os de hoje, eles mantêm os investimentos em publicidade.

Art. 5 – Existem muitas peças publicitárias na mídia de hoje, porém vou destacar o novo filme comercial elaborado pela NBS para a gigante da telefonia Oi, a peça intitulada o Ligador a meu ver não representa simplesmente uma mudança no perfil agressivo da empresa, mas uma nova maneira de se

relacionar com a mercado e seus clientes. O novo filme da Oi, não mostra a venda direta, mas os benefícios de se desbloquear o celular e colocar o novo chip da Oi. O comercial retrata um camarada triste que apenas recebia ligações, que não tinha amigos e vivia depressivo, mas tudo mudou a partir do momento em que ele “ganhou” 600 reais de bônus e se transformou num ligador. Sua História mudou, ele encontrou novos amigos e novos grupos de relacionamento. A peça publicitária vende um novo conceito de vida para o ligador, apresenta novas possibilidades de fazer e refazer as coisas simplesmente através da frase: “eu ligo para você”.

Art. 6 – Em outro momento já afirmei que a maior campanha já feita no mercado de motocicleta no Brasil foi elaborada pela Honda do Brasil, chamada “Assas da liberdade”. A Honda não vendia motos, mas o sonho de ser livre, a Honda vende o direito de ir e vir sem limites. Agora a Oi não esta vendendo celulares ou Chips, ela esta vendendo o direito de ser um ligador, de sair da passividade e chegar à atividade. O filme publicitário retrata muito bem esta mudança inclusive na fisionomia do ator principal. “eu ligo para você”.

Art. 7 – Pense um pouco na Honda, pois enquanto ela vende o sonho de ser livre ela vende motos e o mesmo acontece com a Oi, enquanto ela vende a transformação de passivo para ativo ela vende celulares desbloqueados e chips. Pense no seu cliente, pense naquilo que você esta vendendo, eu não conheço ninguém que compra dor de cabeça, que compra problemas, que compra chatice. Pense, saiba exatamente o que você esta tentando vender ao seu cliente. Não passe a imagem errada, não venda problema, venda solução, venda sonho, venda assas como a Red Bull, venda o prazer de ser um ativo ligador. Luz

**Joel Gonzaga de Sousa, Gerente de compras da Reis Peças, Pedagogo, Psicanalista e Parapsicólogo.*

