



e-lupa: de olho no mercado!

EL-01: Copa você também?

Essa edição do *e-lupa* não poderia deixar de ter como tema a Copa do Mundo. Nesses tempos tudo é Copa e futebol: propaganda, promoção, cardápio de restaurante. Não importa o produto, o que importa é a Copa.

Li que esse ano foram criados 180 mil sites com o tema Copa do Mundo. Segundo essa mesma fonte isso é 1/3 dos sites existentes!

Sem dúvidas, trata-se de um evento que envolve as pessoas mesmo que não sejam futebolistas juramentados, é um esporte que permite a combinação com inúmeros produtos, além de, claro, a identificação do povo com os jogadores, principalmente o "vir do nada e conquistar o mundo!".

Tudo isso dá muita margem para o desenvolvimento de projetos fantásticos, que levem o produto a um maior grau de identificação e fidelização. Isso significa maiores vendas e participações de mercado.

Mas... (e há sempre um) os executivos de marketing do mundo inteiro aguardam essa data que se apresenta como verdadeiro Halley do consumo e embarcam num festival alegria, dribles e samba (ou substituto) tentando buscar seu espaço ao sol. "- Se perdermos essa oportunidade, só daqui 4 anos ou até nunca mais!" Tragédia...

Não se trata de ser contra Copas e suas promoções, mas a pergunta é:

- Como diferenciar meu produto ou minha promoção?
- Será que terei recall para a minha marca ou para a Copa?
- Quanto exatamente estou agregando em vendas e à marca do meu produto?
- O que ficará na memória do consumidor: minha marca ou "aquela promoção da Copa"?
- Como vencer a concorrência extra, de produtos que não são do meu mercado, mas que são do mundo de apologia à Copa?
- Como fica meu cliente que "não agüenta mais a Copa"?

Os grandes eventos sempre se notabilizaram por permitir um grande número de ações, aproveitando-se do interesse que despertam para "pegar uma carona" e também vender um pouco mais, aumentar a participação de mercado, fidelizar clientes, etc.

Mas essas oportunidades exigem cuidados:

- Será que devo agarrar essa oportunidade ou estou simplesmente indo no "vai-da-valsas"?
- Estou fazendo o que é importante para meu produto ou faço porque "tem que fazer (pois todo mundo faz)"?
- Vou conseguir marcar pontos reais ou conto só com o poder de fogo das minhas verbas?

Como podemos ver, a Copa na verdade, mais que uma oportunidade é um grande desafio:

- Agregar mais criatividade que efeitos especiais aos verde-amarelos, embaixadas e Ronaldos a ponto de realmente diferenciar meu produto; e
- Questionar se esse é o momento, se não devo guardar munição para o fim do ano, enfim, atacar quando os inimigos estiverem exauridos.

Não se trata de dar fórmulas, mas só questionar.

Sejamos massa, mas com mais de criatividade e inventividade!