



***e-lupa: de olho no mercado!***

## **EL-17: O destino de meu marketing é o lixo?**

**Os modismos do marketing afetam diretamente o planejamento da empresa, desviando suas ações de marketing do que ela deveria para fazer para “o que todo mundo está fazendo”. Bola da vez? E-mail marketing: é “*baratinho, moderno e minha mensagem vai para um monte de gente*” (leia mais)**

Mesmo não tendo o grau de desenvolvimento de outros países, o uso da internet e das ferramentas de marketing digital no Brasil têm sido intensos. Afinal, são mais de 60 milhões de internautas e estamos entre os “top 10” em usuários de redes sociais.

A preocupação em ter um site e usar o e-mail-mkt como substituto da mala direta impressa é uma constante nas ações de marketing brasileiras. Prova disso é o número de fornecedores de mailing-lists e a quantidade de spams que recebemos.

Justamente nesse ponto percebemos o mau uso dessa ferramenta. Uma das razões: a facilidade em formar essas listas, tornando o processo todo muito acessível. E se compararmos com a mala direta física não há impressão nem custos de correio, o que traz o valor de cada remetente de alguns reais para a casa dos centavos.

Tudo muito fácil e rápido: mando milhares de mensagens várias vezes por mês. Adquiro listagens de milhares de nomes por menos de R\$ 1 mil. Afinal, formar essas listas é uma tarefa relativamente fácil.

E as empresas fornecedoras desses mailings usam muito bem esse argumento e impressionam seus clientes que tem a sensação de estar fazendo uma grande divulgação a um custo muito baixo. Mas é só sensação: pense no alto nível de desvio dessas listagens em relação ao público-alvo e a conseqüente ausência de negócios que essa dispersão proporciona. esse preço pode não ser tão baixo assim. Uma prova viva de falta de planejamento ou de melhor orientação de uma assessoria de marketing, por exemplo.

Para ver até onde chegava a coisa, passamos a “coleccionar” as ofertas que recebemos e nunca vamos comprar: máquinas de contar notas, software de administração de condomínio, curso de inspeção de conformidade elétrica e até equipamentos de solda!

Como podem ver, como assessoria de marketing, todos produtos dos quais somos potencialíssimos compradores!

Esse desvio tem uma única conseqüência: custo! Talvez não tão palpável como uma mala direta física que se perdeu. Mas algo bem pior: os negócios que esperávamos realizar e que – por razões óbvias – não vamos! Se uma empresa optou pelo e-mail-mkt com medo do custo do “junk-mail” (mala direta que vai para o lixo) a probabilidade de ser barrada pelos anti-spams após o primeiro recebimento é muito grande. Sem contar o fato de passar um conceito de pouca seriedade na condução da sua comunicação.

Sempre defendemos que deve-se tomar muito cuidado com os modismos do marketing e do mercado, onde práticas são adotadas simplesmente porque todos estão fazendo sem que se meça o quanto elas são ou não apropriadas para o negócio. Planejamento é fundamental, com análise da situação, definição de objetivos, proposta de estratégias e mensuração dos resultados.

Por isso atenção é fundamental: não há ação tão barata que possa ir para o lixo tão facilmente. Nesse caso, o lixo pode até ser virtual, mas o prejuízo é real!