

Suas campanhas reverteram em vendas?

Por **Eduardo Pizzetti**

epizzetti@gmail.com

Alguma vez aconteceu de você parar e se perguntar por que suas vendas não aumentaram da forma esperada, já que foi investido uma boa verba com aquela agência em publicidade e propaganda?

Ela criou um anúncio tão bonito para os principais jornais da sua cidade, fez um comercial tão bem produzido para a TV e mesmo assim suas vendas parecem não dar aquele resultado que você espera? Enfim, o retorno não está nem se igualando ao investimento.

Assim como você vende o seu produto, as agências de publicidade também vendem o delas, que é a publicidade, a propaganda, para o cliente. E nessa busca para fisgar o cliente, é realizada grandes apresentações que encantam por sua criatividade e produção, mas antes de mais nada o cliente deve se preocupar e ficar atento se a campanha que será realizada estará cumprindo o seu papel, que é vender, posicionar a marca e divulgar a empresa da maneira correta, identificando-se e falando da mesma forma que seu consumidor.

A propaganda nada mais é que uma ferramenta para o seu planejamento de marketing, por isso não deve ser vista como o elixir milagroso que alavancará suas vendas e sua empresa, diferente do que pensam muitos publicitários. Mas sim, a propaganda tem um dos mais importantes papéis no seu planejamento, e o seu principal foco é trazer resultados para a empresa, e não para quem a produziu.

A sua agência está presente em sua empresa e preocupa-se em conhecê-la melhor? Preocupa-se em pesquisar sobre o seu ramo de atividade? Preocupa-se em conhecer seus concorrentes, e em conhecer bem o que você faz e para quem você vende?

Se a resposta for não, esta na hora de você trocar imediatamente de agência ou todo o seu investimento nunca terá o retorno que você tanto espera!

Uma agência em primeiro lugar, deve conhecer o seu cliente e para quem ele vende, pois caso contrário, como ela poderá produzir uma campanha que trará resultado?

Para se criar uma campanha eficiente não é preciso ser o gênio da criatividade, é preciso acima de tudo estudo e pesquisas para encontrar o caminho correto dos bons resultados.

Um anúncio super produzido, mega criativo e inserido no maior jornal da sua cidade não quer dizer absolutamente nada! Antes de tudo é preciso ter foco, saber onde seu consumidor está, o que ele costuma ler e com qual frequência, pois desta forma você estará atirando no alvo, e não atirando às escuras anunciando em mídia errada, para o público errado!

É também muito comum encontrarmos anúncios muito bem desenhados, mas que não dizem nada, ao menos para o público da mídia onde está inserido. Ou ainda anúncios tão complexos que você não entende o que quer dizer ou que precisam de um dicionário para entendê-lo.

O mais importante é ter em mente que uma propaganda eficaz é aquela que, além de criativa, é clara, objetiva e direta, ou seja, que contenha um objetivo, alvo, planejamento de mídia e design.

Na teoria parece simples, mas o principal motivo de muitos pequenos e médios empresários darem “tiros nos pés” é justamente o total desconhecimento destas chaves básicas e na intenção de economizar alguns reais, decidem desenvolver eles próprios suas campanhas, pois acham que fazer uns desenhos, descrever as maravilhas do seu produto e mandar anunciar naquela revista do bairro é mais do que suficiente. Para que gastar com um profissional da propaganda ou marketing? Pior que isso, é contratar uma agência de propaganda que se preocupa única e exclusivamente com suas “obras de arte” e não fazem o mínimo esforço para o principal: Planejar para que a campanha traga resultados para o cliente.

Quando estiver assistindo à uma apresentação de uma agência, observe como consumidor e não como dono do produto. Seja sincero e se pergunte: O que é melhor, a propaganda ou o seu produto? A propaganda tem a cara de sua empresa? Ela representa bem o produto que você tanto ama? Ela expressa bem os desejos dos seus clientes, que você conquistou com muito custo? Lembre-se de uma coisa: A prioridade de uma agência de propaganda é vender o seu próprio produto - a propaganda, o anúncio, ou seja, a sua própria criação. Preocupe-se em saber se a agência está preocupada em tornar sua campanha, uma campanha vencedora para você e não somente para os prêmios de propaganda mais criativa.

Ao contratar uma agência de propaganda, deixe claro que em primeiro lugar vem sua empresa e suas metas, depois ela pode se preocupar com os prêmios de criação que venha a ganhar com a sua criação.

