Publicidade offline X publicidade online
Paulo Roberto Kendzerski

Vivemos a era da mobilidade e da interatividade, correto ??
Você já parou para pensar se a nossa publicidade acompanhou esta evolução ??
Apesar do título deste artigo não vou falar sobre as diferenças e/ou as vantagens de uma sobre a outra. Por que dependendo de que lado está o profissional de marketing, uma vai ser SEMPRE melhor do que a outra.

Vou falar somente de evolução da Publicidade. E porque não vou falar sobre um ou outro modelo ??

Simples. Porque a publicidade online DEVE ser uma evolução, ou melhor, um complemento da publicidade offline.Só que para que a Publicidade online gere resultados satisfatórios para as empresas que investem nesta modalidade, é preciso tomar alguns cuidados, porque apesar de ser uma evolução, existem detalhes que diferem muito da Publicidade off-line.

Vamos pegar alguns exemplos práticos:

1.) Liquidações:
Existem centenas de campanhas de liquidações em curso no Brasil e todas estas campanhas são baseadas numa campanha publicitária no formato offline. Existe muita pouca ação efetiva no ambiente WEB.

No RS, mais precisamente em Porto Alegre existe o "Liquida Porto Alegre", campanha que existe a 11 anos, com enorme sucesso de vendas, pois é realizada em fevereiro, um mês que tradicionalmente era fraco antes da criação desta liquidação. Em 1995, ano que surgiu esta liquidação o uso da mídia tradicional como jornais, rádios e TV, além de outdoors e panfletos eram as únicas formas de divulgação da campanha.

E hoje, 2007 ??

Passaram-se 11 anos desde a 1ª campanha criada para o Liquida Porto Alegre e, acredite se quiser, a forma de divulgação continua a mesma, ou seja, mesmo com o surgimento da internet neste período o investimento em publicidade continua sendo feito no mesmo tipo de veículo da década passada.

E a Publicidade online ??

Não adiante "tentar" explicar para empresários, profissionais de marketing e publicitários que a Publicidade online pode ser segmentada de acordo com o perfil do cliente.
Não adianta justificar com pesquisas sérias de mercado que o investimento em Publicidade online possui uma taxa de dispersão extremamente reduzida.
Não adianta provar com cases reais que o correto na Publicidade é atingir o público-certo e com a informação que ele deseja receber no formato mais interativo possível.

O investimento continua indo para a Publicidade offline.

Alguém vai dizer: Mas dá resultado!

Claro que dá, porque a verba para este tipo de publicidade é ENORME. E se forem analisar o ROI - Retorno sobre o Investimento -, com certeza muitos publicitários teriam dificuldades de justificar este investimento. Principalmente se houver uma comparação com o investimento feito na mídia on-line.
Mas a cultura empresarial no Brasil é baseada naquilo que se consegue ENXERGAR E TOCAR.

E a Publicidade online não se toca e não tem cheiro... E as vezes o empresário só olha os e-mails no final do dia.... ou pior. Só responde 24 ou 48 horas depois.

Isso quando responde....

Porque isto acontece ??
Simples. Existe um fator muito importante para que a Publicidade online seja deixada de lado neste tipo de ação.

Falta de conhecimento do QUÊ pode ser utilizado neste tipo de campanha. Hoje a Publicidade online está extremamente amadurecida nos mercados americano e principalmente japonês. Lá o investimento em Publicidade online alcança índices excelentes e com potencial de crescimento ainda maior.

Poucos dias atrás recebemos a visita de uma grande agência japonesa interessada num intercambio de experiências e eles ficaram surpresos com o pouco investimento em mídia online no Brasil. No Japão, as grandes agências de Publicidade já possuem departamentos inteiros especializados neste tipo de planejamento.

Ah! Planejamento de Marketing Digital!!!!! Não confundir Planejamento de Marketing com Plano de Mídia.

Mas voltemos ao tema principal deste artigo. E aqui no Brasil ??
Aqui a Publicidade online como Link Patrocinado, por exemplo, ainda é MUITO, mas MUITO BARATA.

Pense bem: Suponhamos que sua empresa venda TV de Plasma. Você pagaria pela visita de um potencial cliente somente R$0,15, R$0,30 ou R$0,50 ??

Em países que a Publicidade online está muito adiantada, este valor é no mínimo 10 X maior. Portanto a conclusão lógica é que o investimento feito em Publicidade online no Brasil é muito baixo e com excelentes resultados.

Mas não pensem que esta maravilha vai durar para sempre. Em breve os valores deste tipo de Publicidade online irão aumentar consideravelmente.

E quanto custa um anúncio no formato tradicional ? Milhares e milhares de reais...
O que se deve avaliar neste tipo de planejamento não é QUANTO vai custar e sim QUEM vai se interessar e dar retorno. O cálculo deste investimento deve levar em conta todos estes %.
E a Publicidade online é insuperável neste quesito. Desde que seja bem planejada e que os profissionais de marketing envolvidos entendam do que estão fazendo. E existe uma diferença enorme entre usuários experientes de internet e profissionais com conhecimento de internet.
Depois de 10, 15, 20 campanhas desenvolvidas este profissional vai entender o que é preciso fazer. E o cliente terá o resultado desejado.

2.) lançamento de produto

A pouco tempo atrás um grande datacenter no Brasil lançou uma campanha para divulgar seus produtos. Esta empresa nunca tinha feito um trabalho de Publicidade e contratou uma agência de marketing tradicional para desenvolver este trabalho.

Estranhei o fato de toda a publicidade de uma empresa que oferece serviços somente no ambiente WEB ser feita exclusivamente na rua. Principalmente através de outdoors espalhados por toda a cidade.

Fiquei imaginando para quem era esta campanha.
Para o empresário que ao utilizar a internet no seu dia-a-dia, percebeu que seu site está fora do ar ou demora para carregar ??
Minha conclusão, óbvia, era que sim.

Só que a campanha não foi feita no ambiente WEB para tentar impactar o potencial cliente quando ele estiver utilizando a internet. A campanha foi feita para quando milhares de pessoas estiverem na rua, passeando, namorando, fazendo compras, etc...
Será que neste exato momento o empresário vai lembrar ao ver este outdoor que ele precisa trocar de provedor ??

Pense nisso, quando sua agência apresentar aquele Plano de Mídia com ações somente offline.
Dinossauros são muito bonitos na tela da TV ou no cinema.
Falei em dinossauro porque ?? Eu queria na verdade falar sobre Plano de Mídia. Mas não um Plano de Mídia do século passado.

Disponível em: <http://www.adonline.com.br>. Acesso em 9 fev. 2007