

Sua comunicação deve ser Revista

A informação é o ponto mais importante na tomada de decisão

A base para se tomar qualquer decisão em negócios (ou em qualquer área, na verdade) é o conhecimento. Em todas as situações, quer seja sobre um fornecedor, uma situação ou um grupo de clientes, o fato é que o conhecimento deve ser o fundamento sobre o qual as decisões são tomadas. O objetivo aqui é munir você, leitor e empresário, com o conhecimento de um ponto extremamente importante na tomada de decisão de sua comunicação com o mercado.

Muito se fala sobre o CPM (Custo por Mil) que é obtido pela simples divisão do valor a ser empregado em uma determinada mídia (revista, jornal, rádio, TV) pela quantidade de pessoas atingidas por ela. Um passo mais à frente está o CPM-QI, pois, com o advento das mídias segmentadas, esse é um conceito de vital importância para que a verba publicitária seja investida diretamente com o seu consumidor potencial.

Conceito CPM-QI (Custo por mil que interessa)

As publicações constituem mídia obrigatória para todas as empresas que necessitam e/ou desejam se comunicar com determinados segmentos da sociedade. Cada vez mais segmentadas e dirigidas, representam importante e essencial instrumento profissional e cultural para o leitor.

Por esta razão, destaca-se a importância do conceito CPM-QI, pois é fundamental levar a notícia e a informação ao público interessado e envolvido amplamente com assunto.

Considerando-se o acima exposto, as publicações devem ser analisadas sob critérios diferenciados e profissionalizados, conforme seguem:

1-Aspectos Editoriais: As publicações normalmente contam com profissionais habilitados e conhecedores do assunto, comunicando-se com seus leitores na linguagem do seu público alvo. As informações, os artigos, as notícias e as mensagens publicitárias e institucionais são de interesse do público leitor.

2-Circulação: O editor organiza cadastros de circulação das suas publicações, que podem ser dirigidas utilizando sistemas criteriosos para atingir, da maneira mais rápida possível, todo o seu universo de leitores e, desta forma, maximizar a divulgação das informações.

As publicações, ao atingir seu público alvo em toda sua plenitude e sem dispersões, representam em termos práticos as seguintes vantagens:

- a) Informação dirigida a quem interessa de fato;
- b) Leitura e consulta das publicações em tempo superior, se comparado com as demais mídias;
- c) Aumento substancial do índice de leitores da publicação x tiragem;
- d) Número maior de leitores por exemplar;
- e) Crescimento significativo do tempo médio de leitura;
- f) Inúmeras publicações são consideradas como ferramentas de trabalho por atingirem seus leitores no local profissional.

Desta forma, o objetivo primordial do CPM-QI é demonstrar ao mercado publicitário critérios de análise que devem ser considerados para a real avaliação da importância das publicações.

Em resumo, o CPM-QI é resultante da análise comparativa entre o custo da publicidade, o efetivo mercado alvo atingido pela publicação e sua vida útil.

Disponível em: <<http://portaldacomunicacao.uol.com.br>>. Acesso em 16 fev. 2007