

Publicar muda o seu marketing para dar ênfase ao usuário

Lourdes Rodrigues

Com investimento de R\$ 10 milhões em propaganda e marketing para este ano, a Publicar do Brasil, editora de listas e guias telefônicos das marcas Editel e Listel, espera crescer 10% em 2007. No ano passado, o crescimento foi de 8% - um bom resultado -, que segundo o diretor de marketing da empresa, Maurício Pacheco, pode ser atribuído, principalmente, à disponibilização dos bancos de dados das listas na internet em um só site, o ListaOnline.

"Somos líderes nacionais no setor, com 35% de share", afirma Pacheco. Além do site, a empresa comemora também o sucesso da parceria com o Google, para revenda dos links patrocinados. "Novas parcerias com o Google poderão ser finalizadas ainda no primeiro semestre", continua o executivo.

Com relação à estratégia de marketing, Maurício Pacheco diz que o posicionamento das campanhas foi mudado. "Este ano, estruturamos nosso planejamento com foco no consumidor final. Nos últimos três anos nossas campanhas eram dirigidas para os anunciantes, com a realização de campanhas de marketing direto e de relacionamento. Agora, vamos nos voltar para os usuários. Pretendemos estimular, principalmente, a nova geração, a utilizar as facilidades de encontrar os serviços e produtos que estão na lista telefônica."

Nessa estratégia, a internet tem um peso importante. "Temos 200 mil clientes anunciantes no Brasil, 40 mil deles anunciam também na internet e esse número é crescente", acrescenta Pacheco. O ListaOnline, a versão on-line das listas impressas, obteve alta de 66% em 2006.

Segundo o diretor de marketing, a lista telefônica virtual é uma eficiente ferramenta para que micro e pequenas empresas possam estar presentes na internet. "Hoje, 90% dos 200 mil anunciantes das listas são micro e pequenas empresas, como escritórios de arquitetura e de mudanças, com ferramentas pobres em marketing. O ListaOnline muitas vezes é o único meio de propaganda que os pequenos empresários dispõem para divulgar seus produtos e serviços, principalmente, na web."

A meta da empresa é, nos próximos anos, atuar em todos os estados brasileiros. "Queremos também o mercado da capital paulista e, para isso, não descartamos futuras aquisições."

A campanha assinada pela agência Master Comunicação e estrelada pela atriz Alinne Moraes começa a ser veiculada no próximo dia 5 de março. Reúne peças para outdoor, rádio, busdoor, jornal e cinema, além de TV por assinatura e aberta, em um plano de mídia para todo o Brasil. Para TV foram dois comerciais produzidos: um com a atriz global, com foco nos produtos impressos, e um outro filme com viés cômico, com foco nos produtos digitais.

A idéia é sensibilizar os mais jovens a consultar e encontrar serviços e produtos nas listas impressas e digital da Publicar. "Os usuários mais velhos já têm o hábito de consultar as listas impressas. Todas as nossas peças e a escolha da Alinne Moraes para atuar na campanha visam despertar justamente este hábito na nova geração", conclui Pacheco.

Fonte: Gazeta Mercantil, São Paulo, 28 fev. 2007. Comunicação, p. C7.