

Bluetooth: marketing a seu alcance

A cada segundo no mundo nascem três pessoas e 38 celulares são vendidos. Não é à toa que o celular tenha se transformado no maior fenômeno de vendas da era digital. Estima-se que em poucos anos haja um celular para cada habitante do planeta. Nós, brasileiros, adoramos novidades e o celular caiu no gosto popular. Há muito ele deixou de ser apenas um aparelho para fazer e receber chamadas. Nós, que vivemos o mundo da fotografia, já percebemos o grande potencial de negócios. A mais nova onda é a distribuição de mensagens via bluetooth ou o chamado bluetooth-marketing.

Para entender mais, basta dar uma passeada pelos corredores de um shopping e ver como os jovens, depois de baterem fotos, fazem seus celulares "conversarem" entre si. E assim que eles transferem fotos de um aparelho para o outro e fazem conexão para trocar músicas e ringtões. Tecnicamente, o bluetooth é um protocolo que permite a troca de informações entre dispositivos que estejam a curta distância; celulares, pdas e computadores. A ideia é simples e requer um pequeno aparelho, que pode funcionar sozinho ou conectado a um computador e fica enviando mensagens via bluetooth para equipamentos móveis que estejam por perto (até aproximadamente 15 metros ou no caso de modelos mais sofisticados até 200 metros). Quando encontra um aparelho com bluetooth ligado, ele "pergunta" ao usuário se aceita receber uma mensagem ou conteúdo e em caso afirmativo, faz a transferência do conteúdo em alta velocidade. Esse tipo de comunicação é chamado de marketing de permissão, pois só acontece com a autorização do cliente. Os dispositivos mais refinados registram o resultado das autorizações, para não reenviar mensagens para quem já as recebeu nem tentar enviar para quem já recusou. Todas essas operações ficam registradas em um log que pode gerar relatórios sobre os resultados da ação. Imagine um

possível cliente parado na frente da vitrine da loja, olhando uma câmera fotográfica digital e depois de alguns segundos recebendo uma mensagem no celular com desconto de 10% para ser usado nos próximos dez minutos. Especialistas em marketing afirmam que essas promoções de "urgência" fisgam boa parte dos consumidores indecisos.

DICAS:

- Produza um conteúdo simples, criativo e objetivo. Indique de forma clara qual a vantagem oferecida
- Lembre o consumidor que todo o conteúdo transmitido é totalmente gratuito
- Imagens ou banners devem ter no máximo 20 Kbytes. Não envie mensagem sem a respectiva autorização
- Afixe um banner com instruções claras orientando quais passos devem ser seguidos para baixar o conteúdo



pois o potencial de uso é grande e sempre existe uma ideia que ninguém teve ainda. Os custos são relativamente baixos e os resultados prometem fidelizar clientes. Que tal deixar de lado o velho folheto e adotar o bluetooth-marketing? Especialistas acreditam que o crescimento da utilização será um fenômeno idêntico ao dos celulares porque ele atinge um público altamente segmentado. Não vai demorar para que um fotógrafo de casamento, ao chegar à festa, acionar seu dispositivo de bluetooth-marketing para "passar" seu cartão de visitas e algumas fotos como cortesia. Você pode até não vender celulares, mas tenha certeza de que eles ainda vão fazer parte do dia-a-dia do seu negócio.

“Às vezes o empresário bola uma supercampanha, mas a informação não chega até o consumidor e vira um fracasso”



WAGNER VALENTE
é diretor da Ampla Sistemas
wagner@amplasisistemas.com.br