

## 73% têm aparelho móvel

Juliana Welling



Existem atualmente 4,1 bilhões de assinantes de telefonia móvel no mundo, sendo que o Brasil está em quinto lugar no ranking dos países que mais utilizam o serviço, com uma base de 152 milhões de assinantes. As informações, que são para lá de promissoras, foram divulgadas por Michael Becker, vp executivo da iLoop Mobile (uma das agências responsáveis pelas ações de mobile marketing na campanha eleitoral de Barack Obama, presidente dos EUA), durante workshop apresentado no Mobile Marketing Fórum São Paulo. "Temos 73% da população mundial equipada por aparelhos móveis", afirmou Becker.

Já nos EUA, o executivo disse que 86% dos americanos possuem a tecnologia mobile, e que 56% utilizam o serviço de mensagens de texto. "No Brasil, é preciso compreender o que são os aplicativos destinados aos mercados de massa (SMS) e aos de nicho (Bluetooth, mobile web e vídeos). Em relação ao Bluetooth, por exemplo, muitas pessoas ainda não sabem como reagir à tecnologia. O mercado precisa entender essa questão e começar a educar os consumidores", enfatizou Becker.

Segundo ele, cerca de 20% da população mundial deixou de usar linhas fixas para utilizar a telefonia celular, e que no mundo todo são enviadas mais de 1 bilhão de mensagens de texto por dia. "Em relação ao Brasil, 70% da população está engajada com o SMS, sendo que 10% dos brasileiros utilizam a internet móvel", disse Becker, que ressaltou a indústria automobilística como uma das que mais se interessam por ações em web móvel.

### TENDÊNCIAS

O uso de microssites (interações extensivas compostas por até 12 páginas de web) foi apontado por Becker como uma das tecnologias utilizadas por empresas de diversos segmentos. Uma delas é, segundo ele, a Paramount Pictures. "Também há um case interessante feito pela Papa Johns, rede de pizzaria norte-americana, que vendeu mais de US\$ 1 bilhão através da web. Hoje, 20% das vendas da empresa são realizadas por meio de mobile", disse Becker, que também ressaltou que menos de 6,9% das marcas atualmente têm conteúdo móvel.

Para o executivo, um dos erros principais no processo de criação de uma campanha de mobile marketing é imaginá-la, primeiramente, apenas como "uma grande ação". De acordo com ele, é necessário iniciá-la com um bom programa de marketing. "É fundamental criar o engajamento com o consumidor e criar comunicações que possam ter feedback", disse Becker, que ressaltou a necessidade de se explorar de maneira flexível a interação com os consumidores.

Outro fato importante destacado por Becker é que a Mobile Marketing Association (MMA) está analisando formas de diminuir as barreiras existentes em relação às taxas de transmissões de dados que, para Becker, são altas no Brasil. "O MMA está pensando em como definir ações gratuitas para o usuário. Nos EUA, por exemplo, é pago algo em torno de US\$ 15 centavos pelo envio de mensagens de texto. Mas a questão depende muito da geografia e do sistema de cada País. E as empresas precisam estar muito atentas em verificar qual aplicativo funcionará em cada região", disse Becker.

A respeito das ações de marketing durante a campanha eleitoral do presidente norte-americano Barack Obama, o vp executivo da iLoop Mobile disse que a iniciativa envolveu a integração de todas as formas de mídia. "Utilizou-se marketing viral, websites, e as mensagens de texto continham informações que eram relevantes e importantes para as pessoas contatadas. Esse pode ser um bom exemplo para as empresas", disse Becker.

**Fonte: Propmark, São Paulo, 30 mar. 2009, p. 13.**

A utilização deste artigo é exclusiva para iLoop Mobile