

Comunicação de alto padrão

Leandro Kenski

O mercado imobiliário parece ser um dos segmentos com mais dificuldades para contornar a crise financeira. Com o alarde geral da economia, tudo o que dependia da incerteza do crédito ficou parado no estoque e os gigantescos anúncios que engordavam revistas e jornais foram reduzidos. Mas como vender imóveis sem anunciá-los?

Um dos meios que muitas empresas encontraram para sair deste breu econômico foi o investimento em Marketing digital. Algo inesperado? Nem tanto. A busca por uma solução de baixo custo e a possibilidade de mensuração de resultados e performance foram determinantes.

No ano passado, o investimento das empresas em Marketing digital ainda foi muito baixo, considerando o potencial do mercado brasileiro: 3,5% foi tudo que as companhias reservaram para os meios digitais no bolo publicitário. Agora, as empresas abrem de vez os olhos para esta nova realidade. Observamos neste ano que o mais importante para o cliente deste segmento é, além de saber onde seu dinheiro está sendo investido, como ele retornará para seu bolso.

A vantagem do marketing digital é que ele cria oportunidades para desde um corretor que procura uma comunicação rápida e eficaz com sua carteira de clientes, até grandes empreiteiras, imobiliárias e incorporadoras que possuem milhares de potenciais consumidores em seus bancos de dados. Que empresa de pequeno porte poderia, na crise, reservar boa parte da verba de Marketing para os anúncios convencionais em revistas, jornais ou TVs?

Em caso recente, conseguimos que um lançamento imobiliário de alto padrão fosse comunicado com eficiência a mais da metade dos consumidores a quem se destinava, utilizando o IQMail – ferramenta inteligente de envio de e-mail marketing. Resultado de uma comunicação direcionada àqueles que realmente tinham interesse no produto.

Para o anunciante, a performance de sua campanha resultou em diversas oportunidades reais de negócio, sem grandes investimentos. Isso mostra que em um cenário de redução drástica de despesas, sobrevive aquele que mantém uma estratégia de alto padrão com medidas claras de acompanhamento de resultados e, conseqüentemente, geração de lucro.

KESNKI, Leandro. Comunicação de alto padrão. **Mundo do Marketing**, ago. 2009. Disponível em: <<http://www.mundodomarketing.com.br>>. Acesso em 17 ago. 2009.