

## Como Coca-Cola e LG podem ser relevantes no Dia das Mães

Letícia Alasse

*Marcas investem em questões emocionais, como relacionamento com os filhos e desejo das mulheres para se destacar na data*



*Uma das estratégias da Coca-Cola foi pesquisar o que realmente o público quer*

Em cinco dias será celebrado o Dia das Mães, a segunda data mais lucrativa para o varejo durante o ano, perdendo somente para o Natal. Além do aumento das vendas, o período também é uma das principais oportunidades para as marcas se aproximarem dos consumidores. O desafio das empresas, no entanto, é como planejar uma ação que seja realmente relevante, em meio a uma tempestade de ações e estímulos das marcas para atrair a atenção do público.

Em 2012, empresas como Coca-Cola, LG e Renner investiram em iniciativas que compreendem o universo do relacionamento entre mães e filhos. Por meio de prêmios, homenagens e interatividade, as companhias buscam muito mais do que lucrar, mas apresentar algo que seja importante para a vida dos clientes nesta data. As previsões de faturamento geral deste ano ainda não foram divulgadas oficialmente, mas a Associação Brasileira de Lojistas de Shopping (Alshop) prevê um aumento em torno de 5% a 8%, em relação a 2011.

No ano passado, apenas o setor de e-commerce faturou cerca de R\$ 760 milhões e, para 2012, a projeção é de que as vendas cresçam até 25%, segundo dados da e-bit. "Há algum tempo, presente para mãe era uma panela de pressão ou um DVD do Fábio Jr. Atualmente, estas características mudaram, as mães contemporâneas têm uma vida social e cultural muito mais ativa, portanto, uma viagem ou um notebook já são considerados presentes para elas", declara Claudio Diogo, especialista em vendas e diretor da Tekoare.

**Fonte: Exame. [Portal]. Disponível em:**

**<<http://exame.abril.com.br/marketing/noticias/como-coca-cola-e-lg-podem-ser-relevantes-no-dia-das-maes>>. Acesso em: 9 maio 2012.**