

Brindes Publicitários na Estratégia de Marketing das Empresas

Os brindes são objetos oferecidos com o objetivo principal de impulsionar as vendas, que se distinguem pela sua utilidade, sendo utilizados como meio de publicidade direta por muitas marcas e empresas, quer no regime de B2C, Business to Consumer, assim como em B2B, Business to Business. Alguns anos atrás temia-se que a crescente popularidade das políticas de marketing online começasse a prejudicar a oferta de brindes como forma de atrair clientes e parceiros de negócio. Contudo, os indicadores mais recentes mostram que oferecer brindes publicitários é algo que está cada vez mais na moda, fundamentalmente devido às vantagens no relacionamento direto com os clientes. Normalmente, os brindes são inseridos em campanhas promocionais como forma de acrescentar valor aos produtos e serviços das marcas. Dependendo do conceito e objetivo da campanha, um brinde pode ser algo simples ou mais complexo e original. Os criativos podem optar por uma oferta tradicional de esferográficas, lápis, blocos de notas, isqueiros, porta-chaves, agendas, t-shirts, fitas lanyard, canecas ou sacos. Mas também podem decidir por um brinde mais tecnológico tal como o caso das pens, tablets e outros acessórios USB. Se o tema estiver mais relacionado com o ambiente, existe atualmente uma grande variedade de brindes ecológicos que utilizam matérias-primas naturais e componentes como cartão e papel reciclado. A oferta de brindes conceituais tem o mesmo efeito na mente do cliente como a oferta de uma degustação ou mesmo um test-drive. É a forma mais eficaz de comunicar a mensagem ou ideal de qualquer publicidade. A personalização dos brindes permite que a campanha se torne mais pessoal, original, criativa e divertida. A utilização de frases ou slogans, citações famosas, questões pertinentes ou simplesmente agradecimentos nos prêmios brindes conferem novos dimensões às campanhas publicitárias. Atualmente as empresas de brindes conseguem fornecer praticamente todo o tipo de produtos, com diferentes opções de personalização. Existe uma oferta muito diversificada de artigos para casa, escritório, bricolage, automóvel, lazer, verão e praia. Paralelamente, cada vez mais se sente a necessidade de segmentar os brindes de acordo com diferentes eventos e funcionalidades. Há uma grande tendência também para a especialização em brindes de casamentos e outras cerimónias, assim como para dar resposta a ocasiões de calendário específicas, como o Natal, Dia dos Namorados, Festas Populares, etc. São campanhas que aliam os brindes a uma boa rede de comunicação que conseguem aumentar a notoriedade e o reconhecimento das marcas no mercado. Brindes que surpreendem são garantia da melhor publicidade possível, o mouth-to-mouth, ou em português, o "típico" que passa a mensagem.

Sobre o Autor

Nuno Ribeiro é autor residente na SIGNA. A SIGNA é uma empresa de referência no mercado de brindes, com uma grande variedade de ofertas corporativas e material publicitário.

Source: <http://www.artigopt.com>