



Gordon Lewis e seu livro “Marketing Mutilado”

Silvio Lefèvre, um dos mais importantes profissionais do mundo do marketing direto, acaba de lançar, pela Resposta Editorial, a tradução do livro “Marketing Mutilado” de H. Gordon Lewis.

Um dos mais respeitados homens de criação da área do marketing um-a-um, Lewis transforma seu livro, de acordo com Lefèvre, em “um grito de alerta contra a burrice, a pretensão, o exibicionismo, a arrogância, o imediatismo, a ganância e por vezes até a falta de escrúpulos de tantos profissionais de marketing e de propaganda”. E, se não bastasse o esculacho, acrescenta:

—“Estava bem na hora de abandonarem o mágico e ilusório mundo da propaganda que a propaganda faz de si mesma e finalmente caírem na real. Gordon Lewis nos ajuda a fazer esta auto-análise, melhor ainda, esta catarse de que precisamos urgentemente para nos tornar Profissionais de Marketing com P e M maiúsculos”.

O livro é exclusivamente vendido pela internet, no endereço <http://www.respostaeditorial.com.br/home.htm>

Um mundo inteiramente novo de oportunidades para o marketing interativo

Em minha coluna do dia 3 de junho deste ano, aqui no “Hoje Em Dia”, eu chamava a atenção de meus leitores para a nova onda de marketing da Microsoft; o “**Advergaming**”. Um hibridismo, já explicava, que juntava o fascínio dos jogos eletrônicos à propaganda.

Hoje, uma leitura mais atenta daquilo que está acontecendo em termos de advergaming no primeiro mundo já nos indica uma clara, ampla avenida de inovações no marketing.

Dos exemplos que andei recolhendo pela internet cito alguns dos mais importantes (e que nos deixam fascinados pelo leque de opções para os anunciantes tanto em termos de branding, quanto em termos de merchandising, vendas, reforço do trade, etc.).



Comerciais da Panasonic em tempo real on-line no jogo "Anarchy"

A agência Massive Inc., acaba de criar uma série de comerciais interativos da Panasonic, que integram, em tempo real, o jogo on-line "Anarchy".

Mitsubishi lança jogo digital para promover seu modelo "Eclipse"

A Mitsubishi Motors North America acaba de lançar um jogo digital para promover seu modelo, agora com novo design, Eclipse 2006. O jogo permite total interação do jogador com os modelos do carro.

A Microsoft incrementa o desempenho de seu novo Xbox em termos de advergaming

A partir de setembro de 2005, a Microsoft lança um conceito totalmente inovador através de seu sistema Xbox 360, abrindo um mundo totalmente novo de oportunidades para os marketeiros de todo o mundo. Toda a interface do novo sistema Xbox foi desenvolvida pela agência interativa AKQA de São Francisco, representando perspectiva totalmente nova para as agências de comunicação do setor.

O novo anúncio do Axe é um jogo digital	A Meredith lança seção inteiramente dedicada aos jogos para mulheres.	O gigante da área de jogos Electronic Arts assina contrato com a ESPN
<p>A Unilever está difundindo um jogo gratuito, on-line, que deverá ser a peça central de uma campanha para divulgar a nova fórmula de seu desodorante AXE, “Unlimited”. O jogo, que testará a “capacidade de sedução” dos jogadores, foi criado pela WildTangent em um projeto cujo valor supera US\$1 milhão. A WildTangent, por sua vez, acaba de assinar um contrato para licenciar os serviços de anúncios on-line com a 24/7 Real Media.</p>	<p>A partir de uma pesquisa de mercado que demonstra que a mulher americana passa mais tempo na rede jogando, a editora de revistas femininas Meredith acaba de lançar uma seção específica sobre jogos para mulheres em três de seus mais procurados e mais lidos sites na Internet.</p>	<p>A maior, mais potente e mais agressiva empresa de jogos eletrônicos dos Estados Unidos (ou do mundo?), a Electronic Arts, acaba de assinar um contrato com a ESPN, segundo o qual lhe são assegurados, pelos próximos 15 anos, todos os direitos de criação de vídeo games da área de esportes..</p>

A Nielsen lança seu primeiro serviço de auditoria de propaganda em jogos eletrônicos.

Buscando estabelecer os mesmos padrões de auditoria de mídia comparáveis aos serviços já existentes para televisão, internet e mídia impressa, a A. C. Nielsen acaba de dar o toque final para garantir consistência e coerência à propaganda em jogos eletrônicos através dos seus novos serviços lançados de auditoria.

Os jogos digitais afastam cada dia mais, o telespectador de frente da televisão.

Em todo o mundo, a propaganda já começa a dar sinais de que os tradicionais comerciais de 30 segundos veiculados nos canais abertos e a cabo da televisão já começam a ceder espaço para a propaganda em jogos eletrônicos, on-line, através de equipamentos portáteis ou via telefones celulares.

eBay compra a Skype, companhia de serviços de telefonia pela Internet por US\$2,6 bilhões.

A Skype, cujo software todos nós já temos instalado em nossos computadores, é um serviço de chamada gratuita de computador para computador.

Fundada há apenas dois anos na Europa, com base em Luxemburgo, a grande inovação da empresa trazida para o mercado foi permitir chamadas gratuitas de computador para computador utilizando a tecnologia.

Mediante o pagamento de cerca de dois centavos de dólar por minuto, o Skype também permite conexão com sistemas padrão de telefonia. Com cerca de 54 milhões de usuários registrados, a Skype declara que conquista cerca de 150.000 novos usuários por dia.

De acordo com a eBay a compra irá permitir novas linhas de negócios e novas e fascinantes oportunidades de faturamento.

A BBDO não pára de conquistar contas e o grupo Interpublic não pára de perder para a BBDO.

Com 1.125 lojas em 49 estados dos Estados Unidos, a Lowe's, maior cadeia de varejo norte-americana de implementos do lar (vale a pena visitar o site em www.lowes.com) acaba de tirar sua conta, até então atendida pelo grupo Interpublic e jogá-la no colo da BBDO. O gigante global acrescenta, assim, aos US\$ 700 milhões recentemente conquistados com as contas do Bank of America e Motorola, mais uns trocados de US\$ 315 milhões.

Mercedes-Benz inclui espaço de entretenimento em seu site.

Desde que incorporou o iPod da Apple a seus carros, a Mercedes-Benz passou a oferecer download de músicas no formato mp3 em seu site. Até agora, foram mais de dez milhões de downloads. Eu próprio fui lá e dei minha lambiscada em 102 MB de músicas de embalo. Para quem se interessar nessa nova e interessante maneira de prestar serviços à comunidade de internautas que visita o site da Mercedes-Benz, o endereço (complicado!) é:

http://www.mercedes-benz.com/content/mbcom/international/international_website/en/com/international_home/home/passion/entertainment/mixedtape.html

Oi fecha parceria com a Universal Music

De acordo com a revista Meio&Mensagem, a Oi fechou parceria com a Universal Music, que permitirá aos seus clientes baixar músicas, vídeos e wallpapers de artistas e bandas da gravadora. Com seu aparelho, o cliente poderá fazer download de sons MP3 e vozes dos principais artistas da gravadora, além de sons divertidos, papéis de parede para serem gravados como fundo de tela e vídeos. A gravadora disponibilizará centenas de músicas dos artistas nacionais e internacionais, entre eles U2, Ivete Sangalo, Bob Marley, Zeca Pagodinho, Jack Johnson, entre outros.

Os neurônios da Nova Schin atacam outra vez

Não entendo como uma agência com a capacidade criativa da Fischer e muito menos entendo como o pessoal de marketing da Nova Schin pode tolerar uma idéia tão chata para vender cerveja como essa história dos neurônios que se limitam a rimar amendoim com Nova Schin. Acho muito chata a campanha e jamais tomaria uma cerveja incentivado por um tipo de restrição mental que definitivamente justifica o título do livro do Lewis: o “Marketing Mutilado”.

Incubadora vai apoiar empresas de educação

Após dois anos apoiando o desenvolvimento de empresas de tecnologia, a Incubadora de Base Tecnológica de Santo André (InNova) abre um novo leque de atuação: a área de educação.

A InNova Educacional visa desenvolver projetos de criação de produtos educacionais, como softwares, kits ou novos conhecimentos a serem aplicados em escolas e universidades.

"Às vezes a pessoa tem uma idéia muito boa que pode ser utilizada numa universidade, porém não tem empresa", diz o professor Luiz Roberto Batista, gerente da InNova Educacional. "Nós a auxiliamos a desenvolver seu produto e trilhar o caminho das pedras para levá-lo até o centro de ensino."

No Brasil, a maioria das incubadoras é tecnológica, como a própria InNova. A decisão de iniciar uma incubadora educacional veio justamente das grandes carências nesse setor. "Afinal, qual é uma das maiores deficiências do Brasil?", questiona Batista.

"Se formarmos empresas fortes, elas podem difundir seus conhecimentos e, desta maneira, melhorar o quadro como um todo." Outro objetivo da incubadora é o fornecimento de material científico para museus, iniciando com a Escola Parque Ciência de Santo André.

No fim deste mês, será lançado o edital para a admissão de três empresas na



incubadora, que poderão utilizar as dependências e recursos disponíveis na InNova por até dois anos.

Um novo edital será lançado no fim do ano. "Queremos iniciar 2006 com 10 empresas incubadas", diz Batista.