

# As agências de comunicação e marketing estão sendo hackeadas

A Comm Cloud, plataforma crowdsourcing de marketing, mobiliza profissionais independentes de comunicação para entregar campanhas de marketing com melhor relação custo-benefício

**29/09/2016 18:15:49**

O modelo de negócio das agências de comunicação, publicidade e relações públicas está em transformação. A maioria das agências opera no formato tradicional, como apresentado no seriado Mad Men. Mas agora, graças às tecnologias sociais, é possível oferecer os serviços de forma diferente.

Esta é a proposta da Comm Cloud, uma plataforma multimarketing que opera em crowdsourcing. Ao invés de verticalizar toda a operação dentro da agência, a Comm Cloud mobiliza uma rede de profissionais independentes para desenvolver e entregar campanhas de marketing sob medida.

"Articular e fomentar a rede foi a forma que encontramos para tornar escalável a produção de algo tão específico quanto campanhas de marketing" afirma Paulo Roberto Silva, CEO da Comm Cloud. "O formato em rede permite empoderar o profissional, que não precisa fazer parte da estrutura opressiva de uma agência, e entrega ao cliente final uma campanha criativa com melhor relação custo-benefício".

As dores do mercado, explicitadas no episódio recente da planilha de críticas às agências, já estavam evidentes para os sócios Paulo e Beatriz Bevilaqua antes de pensarem na Comm Cloud. Durante seus quase 20 anos de experiência no mercado, Paulo já via a necessidade de se repensar processos e procedimentos para tornar o modelo de negócios das mídias e das agências mais eficiente. O impulso, porém, veio a partir da aproximação dos dois fundadores com o ecossistema empreendedor, de onde foi possível extrair inputs sobre formatos diferentes de trabalho para a agência.

O cliente que procura a Comm Cloud bate primeiro no Fabuloso Planejador de Marketing, um formulário para briefing inicial. Este briefing vai para um planejador/estrategista, responsável por entender a necessidade do cliente, elaborar uma estratégia e precificá-la. Esta precificação inclui o valor dos profissionais freelancers que serão mobilizados. Uma vez aprovada a estratégia e paga a primeira parcela, o planejador seleciona os freelancers na base e todos começam a trabalhar no

projeto. "Todo o processo é transparente, inclusive a precificação", explica Paulo.

O próximo passo será a transformação do Fabuloso Planejador de Marketing em uma machine learning capaz de captar dados de cases premiados de marketing e convertê-los em recomendação. "Já estamos trabalhando na codificação deste produto", afirma Paulo.