

Assessoria de imprensa especializada em mercado financeiro cresce no país

"Nossa missão é construir uma imagem sólida da empresa de modo a facilitar a captação de novos clientes e aportes financeiros. Somos procurados por nossa credibilidade e os resultados efetivos que conseguimos", explica Fabrizio Gueratto, Sócio-Diretor da Gueratto Press.

30/09/2016 15:50:10

No momento em que a concorrência aparece no jornal, na televisão no rádio ou em qualquer outra mídia, imediatamente fica a dúvida de como eles conseguiram. A resposta é bem simples. Existe a figura da assessoria de imprensa, empresa contratada justamente para fazer a ponte entre o jornalista e sua empresa. Eles são os responsáveis por captar a necessidade do cliente, transformar a informação em uma pauta e distribuí-la para as redações dos maiores veículos do país. Para que a pauta enviada se destaque entre as centenas de outras, é necessário que o profissional possua 3 características: credibilidade, bons relacionamentos e saber como "vender" bem a imagem e o produto do cliente. São informações imprescindíveis verificar em quais veículos determinada assessoria de imprensa consegue emplacar seus assessorados e com qual frequência isso ocorre.

Muitos ainda confundem a publicidade com a assessoria de imprensa, porém, existe uma grande diferença. A publicidade é a propaganda paga e veiculada da forma como a empresa deseja. A assessoria de imprensa insere a companhia, produto ou serviço dentro de uma pauta mais ampla ou, dependendo da relevância, aquele assunto vira uma matéria exclusiva. Portanto, tem maior credibilidade, jamais é paga e o leitor, o ouvinte e o telespectador sabem disso. Atualmente o custo mensal de uma assessoria de imprensa pode variar entre R\$ 4 mil e R\$ 10 mil. O investimento em publicidade chega a ser até 100 vezes superior ao custo da contratação de uma assessoria de imprensa, para se conseguir o mesmo espaço na mídia.

Para Fabrizio Gueratto, Sócio-Diretor da Gueratto Press, assessoria de imprensa há 12 anos no mercado, com grande foco no mercado financeiro e responsável por inserir seus clientes em mais de 100 matérias por mês nos maiores veículos de comunicação, a empresa procura-o pelo resultado financeiro que seu serviço proporciona. "O investidor não se interessa apenas pelo produto financeiro rentável. Ele quer ter segurança emocional de que aquela instituição é de confiança e seus recursos estarão seguros. Nossa missão é construir uma imagem sólida da empresa de modo a facilitar a captação de novos clientes e aportes financeiros. Somos procurados por nossa

credibilidade e os resultados efetivos que conseguimos", explica.

A mesma opinião é compartilhada por Fernando Bergallo, Diretor de Câmbio da FB Capital e responsável pela remessa financeira de mais de 1500 imóveis nos últimos 2 anos, quase todos comprados por brasileiros nos Estados Unidos. "O trabalho de assessoria de imprensa foi absolutamente indispensável para o crescimento de nossa empresa. Principalmente no momento de início de atividades, como foi nosso caso, a enorme exposição na mídia teve fator determinante para a consolidação da imagem de nossa empresa perante nosso público alvo. O trabalho especializado nos permitiu atingir em cheio nosso perfil de potenciais clientes, agregando muita credibilidade para nosso produto. Sem dúvida alguma, o trabalho de assessoria de imprensa nos permitiu crescer em um ritmo bastante acelerado, com algo entre 200% e 300% em apenas um semestre".